



HAL
open science

Le pluralisme de l'information dans la presse gabonaise en ligne en période électorale au Gabon.

Alfred Angoue Minang

► **To cite this version:**

Alfred Angoue Minang. Le pluralisme de l'information dans la presse gabonaise en ligne en période électorale au Gabon.. Sciences de l'information et de la communication. Université Grenoble Alpes [2020-..], 2024. Français. NNT : 2024GRALL001 . tel-04559054

HAL Id: tel-04559054

<https://theses.hal.science/tel-04559054>

Submitted on 25 Apr 2024

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

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

THÈSE

Pour obtenir le grade de

DOCTEUR DE L'UNIVERSITÉ GRENOBLE ALPES

École doctorale : LLSH- Langues, Littératures et Sciences Humaines

Spécialité : Sciences de l'Information et de la Communication

Unité de recherche : Groupe de Recherche sur les Enjeux de la Communication

Le pluralisme de l'information dans la presse gabonaise en ligne en période électorale au Gabon.

The pluralism of information in the gabonese press online during the electoral period in Gabon.

Présentée par :

Alfred ANGOUE MINANG

Direction de thèse :

Benoît LAFON

PROFESSEUR DES UNIVERSITES, Université Grenoble Alpes

Directeur de thèse

Emmanuel MARTY

MAITRE DE CONFERENCES, Université Grenoble Alpes

Co-encadrant de thèse

Rapporteurs :

Etienne DAMOME

PROFESSEUR DES UNIVERSITES, Université Bordeaux 3 - M.de Montaigne

Thèse soutenue publiquement le **17 janvier 2024**, devant le jury composé de :

Roselyne RINGOOT,

PROFESSEURE DES UNIVERSITES, Université Grenoble-Alpes

Présidente

Benoît LAFON,

PROFESSEUR DES UNIVERSITES, Université Grenoble Alpes

Directeur de thèse

Etienne DAMOME,

PROFESSEUR DES UNIVERSITES, Université Bordeaux 3 - M.de Montaigne

Rapporteur

Franck BOUSQUET,

PROFESSEUR DES UNIVERSITES, Université de Toulouse III - Paul Sabatier

Examineur

Invités :

Emmanuel MARTY

MAITRE DE CONFERENCES, Université de Grenoble-Alpes



SOMMAIRE

Exergue.....	4
Dédicace.....	5
Remerciements.....	6
Liste des abréviations, des sigles et des acronymes.....	7
Avant-propos.....	9
INTRODUCTION GENERALE.....	11
Contexte d'étude : Choix et intérêt du sujet.....	12
Problématique et hypothèses.....	21
Cadre théorique.....	28
Méthodologie.....	31
Annnonce du plan.....	34
PREMIERE PARTIE : COMPREHENSION DES CONCEPTS ET APPROCHE METHODOLOGIQUE DE L'OBJET.....	35
Chapitre I : Saisir le pluralisme dans ses dimensions politiques et médiatiques.....	38
I.1. Le pluralisme, un concept passerelle entre démocratie et médias.....	38
I.2. Définition et intérêt de la théorie du « cadre ou cadrage » par rapport à l'objet.....	67
I.3. La presse en ligne, une émanation d'internet.....	72
I.4. Modèle économique de la presse en ligne.....	80
I.5. Synthèse et critères d'évaluation du pluralisme.....	85
Chapitre II : Approches et méthodes pour l'analyse du système médiatique gabonais.....	87
II.1. Comprendre un système médiatique : les médias natifs du web gabonais dans leur environnement historique, sociopolitique, institutionnel et économique.....	90
II.2. L'approche institutionnelle de la presse gabonaise en ligne : déterminer son cadre professionnel dans le système médiatique actuel.....	96
II.3. L'analyse de contenu des articles de presse à examiner.....	102
II.4. Récapitulatif de la démarche méthodologique.....	106
Conclusion partielle.....	111

DEUXIEME PARTIE : APPROCHES SOCIOHISTORIQUE ET SOCIO-COMMUNICATIONNELLE DE LA PRESSE GABONAISE EN LIGNE.....115

Chapitre III : Du pluralisme politique au pluralisme médiatique au Gabon : éléments socio-historiques et approche communicationnelle.....116

III.1. Brève histoire de l'évolution du pluralisme dans le système médiatique gabonais.....116

III.2. Le multipartisme au Gabon et l'ouverture vers le pluralisme dans la presse gabonaise.....138

III.3. L'état du pluralisme avec les médias traditionnels.....156

III.4. Les limites du pluralisme dans le système médiatique avec la presse traditionnelle.....172

III.5. Résumé.....201

Chapitre IV : Caractéristiques et enjeux du développement la presse gabonaise en ligne.....205

IV.1. Les enjeux des technologies de l'information et de la communication pour le Gabon.....205

IV.2. L'utilisation d'internet dans la société gabonaise.....212

IV.3. La naissance et l'éclosion de la presse gabonaise en ligne.....225

IV.4. La structuration socioprofessionnelle des médias natifs choisis.....236

IV.5. Les différentes stratégies de financement des médias natifs et leurs rapports avec les influences extérieures : Une approche de l'économie politique de la communication.....245

Conclusion partielle.....275

TROISIÈME PARTIE : ANALYSE DE CONTENU DES PUBLICATIONS DE LA PRESSE GABONAISE EN LIGNE ET APPROCHE SOCIO-DISCURSIVE.....278

Chapitre V : La catégorisation des médias à partir de leurs spécificités éditoriales.....279

V.1. Contexte des élections législatives de 2018 : Une période politique sous-tension.....279

V.1.1. La crise post-électorale de la présidentielle de 2016, à la base des tensions sociales.....279

V.1.2. Les enjeux de ces législatives pour les deux bords politiques.....281

V.1.3. Les critiques sur les dispositions légales des législatives et synthèse des résultats.....281

V. 1.4. L'organisation de la couverture médiatique des législatives par la Haute autorité de la communication (HAC).....283

V.2. La caractérisation des sites d'information en fonction de leurs spécificités lexicales.....	284
V.2.1. Trois groupes de sites d'information visibles sur l'AFC des médias.....	285
V.2.2. De l'identification des thèmes par classe aux médias qui les sous-tendent.....	292
V.2.3. Le cadrage épisodique de l'information : des informations focalisées sur l'activité politique des candidats.....	303
V.2.4. Un cadrage thématique politiquement situé.....	305
V.2.5. L'information institutionnelle : un simple compte rendu de l'actualité politique officielle.....	308
Chapitre VI : Interprétation des résultats issus de l'analyse de contenu, une approche socio-discursive.....	310
VI.1. La représentation médiatique des forces politiques en présence : entre déséquilibre et efforts d'équilibre.....	311
VI.2. Le cadrage médiatique des activités politiques de l'opposition.....	329
VI.3. La couverture médiatique des activités d'Ali Bongo, une thématique incontournable en temps d'élection.....	334
VI.4. Le cadrage médiatique des thématiques politiques pendant la période électorale.....	339
VI.5. Conclusions sur les logiques éditoriales des sites d'information.....	344
VI.6. Evaluation des critères du pluralisme à partir des déductions de l'analyse de contenu.....	354
Conclusion partielle.....	360
CONCLUSION GENERALE.....	362
BIBLIOGRAPHIE.....	374
Table des tableaux.....	393
Annexes.....	399
Résumé.....	498

Exergue

Pour comprendre les discours des médias, il importe d'élargir l'observation au-delà des productions journalistiques pour envisager le système médiatique dans son ensemble et identifier les relations entretenues par les acteurs médiatiques avec les autres acteurs politiques, mais aussi sociaux et économiques (...) les contenus médiatiques peuvent être considérés comme les produits d'une série d'interactions qui se jouent à trois niveaux. D'abord, au sein de la profession, la pratique journalistique est influencée par des traditions ou des routines qui se transmettent. Les journalistes ont une certaine perception de leur mission, qui influence profondément leur production. Ensuite, leur entreprise encadre leur production à travers des contraintes, une ligne éditoriale, une organisation hiérarchique et des dispositifs de validation. Enfin, d'autres acteurs politiques, économiques et sociaux entretiennent avec les médias des relations qui contribuent à configurer les discours qui circulent dans l'espace public.

Marie-Soleil Frère, *Journalismes d'Afrique*, Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur, 2016, p. 15-16.

Dédicace

Mindzé Mi Ella Adèle, épouse Sima Ngoua

Un jour tu m'as dit, tu seras Docteur,
A ce moment, je n'avais pas compris,
Je n'étais qu'un jeune lycéen.

Remerciements

Mes premiers remerciements vont à l'endroit de mes encadreurs, mon Directeur de thèse Benoit Lafon et Emmanuel Marty mon Co-encadrant. Merci pour votre encadrement et vos conseils, à la fois sur le plan scientifique que sur le plan humain. Votre patience et compréhension m'ont encouragées à aller au bout de ce travail.

Je remercie également l'ensemble du personnel du laboratoire GRESEC, Bernard Miège, Ysabelle Paillart, Bertrand Cabedoche, Roselyne Ringoot, Choë Salles, Viviane Clavier, Carine Billotet, Razika Hammache (bien qu'elle n'y soit plus) et tous les autres. Les échanges avec certains et les rapports cordiaux avec d'autres me resteront en souvenir.

Je voudrais aussi remercier mes ami(es) et collègues doctorant(es) pour les moments de partages, de conseils et de convivialité : Freddy Koula, Mahaman Outtara, Rebeca De Alencar, Danaxon Joachim, Elom Kolor, Robin Gaillard, Elise Butel, Dramane Ouattara et bien d'autres.

Je ne manquerai pas de citer mes ami(es) et frères qui m'ont accompagné tout au long de ce travail : Jonas Ndeke, Riva M'Boumba, Marcy Ovoundaga, Marina Matsiengui, Delcia Mboumba, Clément Soalla, Romuald Okoti, Linda Mbourou, Gaelle Boutolini, Ismael Barbera, Appoline Medzey.

Je tiens aussi à remercier toutes ces personnes qui ont participé aux entretiens, tous les responsables et journalistes des médias en ligne sur lesquels j'ai travaillé et l'ouverture des agents de la HAC.

Enfin, je remercie toutes les personnes qui ont contribué, de près ou de loin, à la réalisation de ce travail. Je pense ainsi à ma famille et à mon collègue pendant deux ans, Sébastien Malvillaz, de la Bibliothèque de l'Institut de la Communication et des Médias (ICM), lieu dans lequel j'ai rédigé une bonne partie de ma thèse.

Liste des abréviations et sigles

A.E.F : Afrique Equatoriale Française
AGP : Agence Gabonaise de Presse
AIJLF : Association internationale des journalistes de langue française
ANGT : Agence Nationale des Grands Travaux
APSG : Association pour le Socialisme au Gabon
AVC : Accident Vasculaire Cérébrale
BBC : British Broadcasting Corporation) **BDG** : Bloc Démocratique Gabonais
CEDEAO : Communauté Économique des États de l'Afrique de l'Ouest
CEMAC : Communauté Économique et Monétaire de l'Afrique centrale
CLR : Cercle des Libéraux Réformateurs
CNC : Conseil National de la communication
CNN International : Cable News Network
COSYGA : Confédération Syndicale Gabonaise
DN : Démocratie Nouvelle
FAI : fournisseurs d'accès internet
FER : Front d'égalité républicaine
FESYGA : Fédération Syndicale Gabonaise **JORG** : Journal officiel du Gabon
HAC : Haute Autorité de Régulation
HCR : Haut Conseil de la Résistance
LD : Les Démocrates
LJBC : Libyan Jamahiriya Broadcasting Corporation _
MNRG : Mouvement National pour la Révolution du Gabon
MST : Maladies sexuellement transmissibles
MORENA : Mouvement de Redressement National
OCTRA : Office du Chemin de fer Transgabonais
OIF : Organisation internationale de la francophonie
ONU : Organisation des Nations Unies
ORTF : Office de radiodiffusion-télévision française
PDG : Parti Démocratique Gabonais
PGLI : Parti Gabonais du Centre Indépendant
PGP : Parti Gabonais du Progrès
PLD : Parti Libéral Démocrate
PNUD : Programme des Nations Unis pour le Développement
PQR presse quotidienne régionale
PSD : Parti Social-Démocrate
PUNGA : Parti de l'Unité Gabonaise
RDC : République Démocratique du Congo
RFI : Radio Française Internationale
RHM Rassemblement Héritage et Modernité
RNB : Rassemblement national des bûcherons
RSF : Reporter Sans Frontière
RTG : Radiodiffusion Télévision Gabonais
RV : Restauration des Valeurs Républicaines
SDG : Sociaux-Démocrates du Gabon

SIC : Sciences de l'information et de la Communication
SOGATRA : Société Gabonaise de Transport
SORAFOM : Société Radiophonique de la France d'Outre-Mer
SOTRAVIL : Société des transports des villes
TIC : Technologies de l'Information et Communication
UDSG : Union Démocratique et Socialiste du Gabon
UFPDG : Union des Femmes du PDG
UIT : Union Internationale des Télécommunications
UJPDG : Union des jeunes du parti Démocratique Gabonais
UDIS : Union pour la démocratie et l'intégration sociale
UN : Union Nationale
UNESCO : Organisation des Nations Unies pour le développement de l'Éducation, la Science et la Culture
UNPR : Union pour la Nouvelle République
UOB : Université Omar Bongo
UPF : Union internationale de la presse francophone
UPG : Union du Peuple Gabonais
URAC : Union des Républiques de l'Afrique centrale
USG : Union Socialiste Gabonaise

Avant-propos

L'idée de travailler sur la question du pluralisme dans la presse gabonaise en ligne et plus précisément en période électorale m'est venue de l'expérience vécue de l'élection présidentielle de 2016 au Gabon en tant que professionnel de l'information dans un média numérique. Mais auparavant, dans le cadre de l'obtention de mon diplôme de Master en Sciences de l'information et de la Communication à l'Université Omar Bongo (UOB) de Libreville, j'avais déjà eu à travailler sur la presse en ligne en temps d'élection, car mon sujet de mémoire portait sur les conditions de traitement de l'information dans la presse gabonaise en ligne en période électorale. Ayant pour cas pratique le *pure player* Gabonews, pendant et après la période de l'enquête participative dans le cadre académique, j'ai pu bénéficier d'un stage au sein de l'entreprise, suivi d'un poste contractuel en tant que journaliste pendant deux ans. L'intérêt pour les médias natifs du web est parti de ces expériences, d'abord dans le cadre universitaire à travers mon travail de mémoire et, ensuite, dans le cadre professionnel en exerçant le métier de journaliste pour le premier organe gabonais d'information privé ayant lancé trois formes de médias sur internet (fil info, web tv et web radio).

Puis survint la présidentielle de 2016 opposant le président sortant Ali Bongo au candidat de la coalition de certains ténors de l'opposition, Jean Ping, ainsi que huit autres candidats. Succédant à son père Omar Bongo, qui a régné sans partage pendant 42 ans à la tête de l'Etat, le candidat du Parti Démocratique Gabonais (PDG) Ali Bongo est réélu après un processus de vote fortement contesté par les opposants et mis en cause par des Observateurs internationaux de l'Union Africaine et de l'Union Européenne. S'ensuit une profonde crise politique. Mais ce qui m'a particulièrement marqué, c'est la politisation et le caractère extrêmement partisan des médias nationaux. L'espace médiatique était saturé par les éléments de propagande du candidat du parti au pouvoir, aussi bien au niveau des médias publics que dans les médias privés acquis à la cause du président sortant, ainsi que dans les rues de la capitale à travers les affiches sur les panneaux publicitaires. Les médias privés dits indépendants n'étaient à cet égard pas différents, car plusieurs d'entre eux ont pris fait et cause pour les candidats de l'opposition, principalement Jean Ping. Ce fut le cas de Gabonews, média dans lequel je travaillais à cette période. On assistait alors à une bipolarisation de la presse gabonaise, par laquelle les médias proches de l'opposition se noyaient face à la propagande inouïe des médias proches du pouvoir, plus outillés matériellement et financièrement.

La faiblesse de l'Autorité de régulation de la communication face à la violation flagrante des textes organiques réglementant la couverture médiatique de l'élection pour garantir le pluralisme de l'information, ainsi que l'attitude partisane des responsables de Gabonews en faveur du candidat de la coalition de l'opposition, m'ont personnellement marqué. Pour avoir suivi des cours en initiation aux métiers de l'information et de la communication, dont le journalisme, depuis la classe de Licence, je ne me retrouvais pas dans tout ce que j'observais de la couverture médiatique de l'actualité politique pendant toute cette période de campagne jusqu'au jour de l'élection. C'est de là qu'est née l'intention

d'approfondir mes réflexions sur la contribution des nouveaux médias dans le pluralisme de l'information en période électorale dans le système médiatique gabonais.

C'est ainsi que l'année académique suivante, 2017 – 2018, naît ce projet de thèse, qui prendra deux années pour trouver la formulation convenable de sa problématique, informée par la littérature académique, et sa cohérence méthodologique. Pour se faire, j'ai stratégiquement choisi de travailler sur la période des législatives d'octobre 2018 (volonté que je justifie dans la partie introductive de ce travail) afin d'être au fait de l'actualité médiatique et au vu des enjeux sociopolitiques que présente cette période électorale. C'est la première fois que les législatives sont organisées au même moment que les élections municipales, d'où l'appellation d'élections couplées. Et c'est une élection qui est organisée sur fond de tension à cause de la forte et longue crise post-électorale qui a persisté. Pour moi, ce travail a été l'occasion de voir comment les médias natifs du web gabonais se sont comportés en matière de pluralisme par rapport à l'élection précédente et à la situation habituelle de médias nationaux muselés et vulnérables face aux puissances politiques.

Cependant, alors que j'arrivais au terme de mon travail, un événement majeur est venu bouleverser la donne sur la situation politique du Gabon. En effet, lors de la dernière élection présidentielle d'août 2023, alors que le candidat du pouvoir Ali Bongo venait d'être annoncé pour la troisième fois consécutive vainqueur de l'élection par le Comité gabonais des élections (CGE), un coup d'Etat a été fomenté par l'Armée nationale. De fait, l'ancien régime qui s'apprêtait à gouverner pour un énième mandat de 5 ans après près de 56 ans au pouvoir, s'est vu destitué. La grande inconnue est maintenant de savoir si le départ forcé de la dynastie Bongo-PDG constituera une « révolution de palais » symbolique, comme l'avancent certains, ou s'il s'agira d'un changement radical du système politique implanté depuis l'indépendance du pays. Dans ce dernier cas, la transformation ne serait pas sans conséquence sur le système médiatique gabonais, médias et acteurs de l'information évoluant en relation étroite avec les mutations de leur environnement social, politique et institutionnel.

L'acte posé par le Général Brice Clotaire Oligui Nguema et par les militaires de l'autoproclamé « Comité pour la transition et la restauration des institutions » est crucial pour l'avenir du Gabon. Il était également peu prévisible pour un pays qui n'a pas connu de conflit majeur depuis son indépendance. Ainsi, bien que ce travail n'ait pas pris en compte l'événement, au regard des périodes étudiées, il semblait nécessaire de s'arrêter brièvement, en avant-propos, sur ce changement politique majeur. En effet, certains éléments d'analyse obtenus dans cette étude, de nature médiatique comme sociopolitique, pourraient constituer – modestement et *a posteriori* – des pistes de compréhension des facteurs ayant conduit à ce bouleversement politique.

INTRODUCTION GÉNÉRALE

Contexte d'étude : Choix et intérêt du sujet

Les mutations politiques dans les Etats de l'Afrique subsaharienne et plus précisément en Afrique centrale, à l'instar du Gabon, ont constamment été accompagnées par les médias, depuis la période des indépendances jusqu'aux dernières décennies. En tant qu'instrument de la démocratie, par la publicisation du politique et la constitution de contre-pouvoirs, la presse africaine a participé aux différents processus électoraux qui se sont succédés. Elle a tenté d'ouvrir des espaces de débat, pour animer et dynamiser la démocratie (Capitant, Frère, 2011)¹. Les médias africains sont des témoins essentiels et parfois des acteurs engagés dans l'évolution dynamique des processus politiques du continent. C'est la raison pour laquelle, après plus d'un demi-siècle d'existence dans plusieurs Etats d'Afrique d'expression francophone, les études sur les médias africains continuent de susciter de l'intérêt pour comprendre leur implication dans les phénomènes sociopolitiques du continent. La situation actuelle est marquée par le succès des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans le monde, lesquelles renouvellent profondément le paysage médiatique. Cette transformation se traduit manifestement par la convergence des services informatiques, des télécommunications et des services multimédias (Lacroix, Tremblay, 1995)² dont le réseau internet est emblématique. Devenu un outil professionnel incontournable et suscitant de l'espoir dans les sociétés en mal de démocratie (Kiyindou, 2009), internet va être investi par plusieurs organes de presse. On assiste alors à la naissance de la presse en ligne et par extension, du néologisme *cyberjournalisme* ou *journalisme web* (Pélissier, 2003)³.

Cette presse en ligne, qu'on qualifie parfois de nouveau média pour la distinguer des médias traditionnels que sont les journaux papiers et les médias audiovisuels, a connu en 1992 ses premiers développements au Gabon avec le site web *Infosplusgabon.com*. C'est le premier site d'information privé gabonais en ligne, qui fonctionnait comme une agence de presse touchant l'actualité aussi bien nationale, africaine qu'internationale. Mais c'est dans les années 2000 que vont apparaître les premiers médias natifs du web ou *pure-players* gabonais, suivis de sites éditeurs de presse en ligne qui ne sont que la conversion sur internet des médias existants. Ce sont ces deux derniers types de médias en ligne (les médias natifs du web et les éditeurs de presse en ligne) qui nous intéressent dans le cadre de cette étude. Le système médiatique gabonais s'est donc enrichi depuis près de deux décennies de ces nouveaux médias qui, à leur manière, font face aux réalités sociopolitiques qui pèsent sur le fonctionnement de la presse nationale. Examiner la place et les pratiques journalistiques de

¹. Capitant, Sylvie, et Marie-Soleil Frère. « Les Afriques médiatiques. Introduction thématique », *Afrique contemporaine*, vol. 240, no. 4, 2011, pp. 25-41.

². Lacroix Jean-Guy., Tremblay Gaëtan, *Les autoroutes de l'information : Un produit de la convergence*, Presses de l'Université du Québec, 1995. <https://doi.org/10.2307/j.ctv18phbjq>.

³. Pélissier, Nicolas. « Un cyberjournalisme qui se cherche », *Hermès, La Revue*, vol. 35, no. 1, 2003, pp. 99-107. S'appuyant sur des théoriciens du cyberspace (à l'instar de Jean-Louis Weissberg, *Présences à distance*, Paris, L'Harmattan, 1998), pour Pélissier, on parle de cyberjournalisme à partir du moment où le journaliste qui publie ses articles en ligne remplit trois conditions : la maîtrise de l'écriture hypertextuelle ; la conception de circuits de navigation, la participation à des dispositifs d'interaction.

la presse gabonaise en ligne à la lumière des réalités sociohistoriques et politico-médiatiques qui configurent l'espace Gabon est l'objet de notre travail.

Ancienne colonie française et indépendant depuis 1960, le Gabon est un pays de l'Afrique centrale situé au centre-Ouest et traversé par l'Equateur. Sur une superficie de 267.667 km², il est baigné à l'Ouest par l'océan Atlantique, limité au Nord par le Cameroun, au Sud et à l'Est par le Congo Brazzaville, et au Sud-Ouest par la Guinée Equatoriale. Il est réparti en neuf provinces où habite une population estimée à 2,2 millions d'habitants selon le dernier recensement effectué par la Commission nationale du recensement (CNR) en 2013.

Figure 1 : Carte politique du Gabon.



Source : <https://fr.mapsofworld.com/gabon/>

L'espace territorial du Gabon, subdivisé en neuf provinces comme on peut le voir dans la carte politique ci-dessus, est habité par une cinquantaine de groupes ethnolinguistiques dont les plus importants en termes de locuteurs sont les *Fang* (32 %), les *Mpongwè* (15 %), les Obamba (14 %) et les Punu (12 %)⁴. La cohabitation entre ces différents groupes ethniques est globalement paisible, avec toutefois quelques élans de repli identitaire lors de grandes joutes électorales, principalement pendant les présidentielles. La plupart des partis politiques ne reconnaissent pas adopter le facteur ethnique comme élément stratégique. Cependant, un rapport des Nations Unies sur la gestion des élections au Gabon relève que 70% des mariages y sont mixtes et que la violence électorale ne saurait s'expliquer par les différences d'ordre ethnique. « *Ce sont plutôt les politiques qui lors des échéances électorales et faute de programme à défendre, ont souvent recours à des considérations ethniques pour élaborer leurs stratégies de conquête des voix* » (PNUD, 2012)⁵. C'est ainsi que lors de la présidentielle de 2009, des slogans tels que « Tout sauf les fang » et « Tout sauf Ali » ont été répandus pour stigmatiser certaines communautés ethniques par rapport à d'autres.

A cela s'ajoute bien sûr le problème du manque d'alternance politique au sommet de l'Etat dans les différentes élections présidentielles, et le recyclage des parlementaires dans les élections législatives. Malgré l'instauration du multipartisme et les élections présidentielles qui ont suivi en 1993, 1998, 2005, 2009 et jusqu'en 2016, le parti au pouvoir a bridé les résultats des scrutins à chaque fois, interdisant de fait l'alternance politique. Wilson Ndombet (2015) parle « d'immobilisme politique au Gabon »⁶. Quant aux législatives, l'émergence de nouveaux députés s'effectue toujours en faveur des acteurs politiques du pouvoir, échouant à renouveler le personnel politique. On parle de « reproduction oligarchique » (Midepani, 2009)⁷. Il s'agit d'une culture politique qui consiste à s'organiser pour passer le relai d'un siège à la députation entre les membres d'une même famille. Ce qui aboutit à une sélection oligarchique des acteurs politiques. On se retrouve avec les mêmes noms de famille qui se pérennisent dans l'arène politique pendant plusieurs années comme dans une forme de dynastie.

Dans cet état de fait apparait une dialectique majorité/opposition qui perdure dans l'espace médiatique gabonais. Celle-ci est héritée de la période du renouveau démocratique de 1990 où l'ouverture au pluralisme bénéficiait aux acteurs politiques des deux bords, par la création de divers organes de presse. Les journaux seront pour la plupart la propriété des

⁴. Sur la cinquantaine d'ethnies qu'on retrouve au Gabon, les langues *fang* (30%), le *mpongwe* (15%) et le *punu* (12%) sont parmi les plus importantes en termes de locuteurs. Leclerc Jacques, « Gabon », in *L'aménagement linguistique dans le monde*, Québec, CEFAN, Université Laval, 2020. <https://www.axl.cefan.ulaval.ca/afrique/gabon.htm>. Consulté le 13 septembre 2023.

⁵. PNUD, « Rapport de la Gouvernance en Afrique III : Etude sur les élections et la gestion de la diversité au Gabon », Commission Economique des Nations Unies Pour l'Afrique CEA, Libreville, avril 2012.

⁶. Ndombet Wilson-André, *Processus électoraux et immobilisme politique au Gabon (1990-2009)*, Paris, L'Harmattan, 2015.

⁷. Midepani Lévi Martial. « Pratiques électorales et reproduction oligarchique au Gabon. Analyses à partir des élections législatives de 2006 », *Politique africaine*, vol. 115, no. 3, 2009, pp. 47-65.

différents partis politiques. D'un côté, il y avait la presse contrôlée par le Parti Démocratique Gabonais (PDG) et ses alliés, composée des médias publics et certains journaux privés. De l'autre côté, la presse de l'opposition. Pour ces partis politiques, la presse est un outil privilégié de propagande idéologique devant permettre d'attirer les électeurs lors de différentes campagnes électorales (Frère, 2016). Malgré le fait que le Code de la Communication Gabonaise de 2001 interdisait désormais aux partis et acteurs politiques d'être propriétaire d'un média⁸, les responsables politiques gabonais ont toujours eu du mal à respecter ce principe. Aujourd'hui encore, beaucoup sont indirectement propriétaires d'organes de presse au moyen de la stratégie des prête-noms. La conséquence de cela est que les médias nationaux se retrouvent toujours sous l'influence des autorités politiques, ce qui met à mal l'indépendance de la presse nationale, bien qu'une certaine presse privée dite d'opposition et non de l'opposition tente de se distinguer.

Mor Faye établit une classification assez limpide sur les différentes presses que l'on peut retrouver dans les pays subsahariens en prenant le cas du Togo. Il s'exprime en ces termes :

« Au Togo (...), la presse privée écrite locale est composée de journaux de la mouvance présidentielle acquis aux idées du régime en place, de journaux de l'opposition proches des partis politiques en lutte contre le pouvoir, sous des formes pas toujours claires, et de journaux d'opposition qui militent pour l'avènement de la démocratie et qui tiennent à garder leurs distances vis-à-vis du régime et de ses adversaires » (Faye, 2008)⁹.

Cette catégorisation est celle que l'on retrouvera dans la presse gabonaise, notamment par le biais du travail de thèse de G. Mbang Menie (2022), centré sur les médias privés critiques du pouvoir et les entrepreneurs de l'alternance politique au Gabon. Elle s'accorde avec Faye sur la définition de *presse d'opposition* comme celle œuvrant pour le changement de régime pour une meilleure démocratie tout en n'étant pas directement lié aux acteurs de l'opposition. Mais quant à la notion de *presse de l'opposition*, le rapprochement avec l'opposition est plus direct dans le cadre des médias gabonais, contrairement à Faye qui parle plutôt d'un rapprochement voilé qui reste subtil. A ce sujet, plus de détails sur le positionnement des médias gabonais seront donnés dans le chapitre III de ce travail, en lien avec l'approche communicationnelle des éléments sociohistoriques du système médiatique gabonais.

Pour l'heure, notons que la situation de la presse gabonaise sous l'emprise des influences politiques est plus profitable au parti du pouvoir et alliés qu'aux opposants, voire à la société civile. Les médias publics sont fortement dominés par l'Etat, incarné par le parti politique au pouvoir, le PDG. Ce même pouvoir bénéficie encore d'une panoplie de médias

⁸. Le Code de la Communication audiovisuelle, cinématographique et écrite de la Loi n°07/2001, en son Article 69, stipulait déjà que « *Ne peuvent être propriétaires ou exploitants de sociétés de communication audiovisuelle, les personnes exerçant les fonctions ci-après : président de la République, membre des corps constitués, membre du gouvernement, fonctionnaire, magistrat, agent des forces de défense et de sécurité* ».

⁹. Faye Mor, *Presse privée écrite en Afrique francophone : Enjeux démocratiques*, Paris, L'Harmattan, 2008, p. 339.

privés acquis à sa cause et souvent mieux dotés que les médias d'opposition ou proche de l'opposition. Ce qui crée un déséquilibre informationnel important à chaque échéance électorale où les partis de la majorité présidentielle occupe fortement l'espace médiatique au point de noyer les discours des opposants politiques au mépris du principe de pluralisme de l'information en temps d'élection, inscrit dans le Code de la Communication en République gabonaise¹⁰. De fait, la domination très nette de l'Etat sur les organes d'information publics et l'emprise des acteurs politiques sur les médias privés empêchent l'éclosion d'une véritable presse indépendante sur le plan national (UNESCO, 2013) et cela se répercute dans la médiatisation de l'actualité politique en période électorale.

L'avènement de la presse gabonaise en ligne constitue une nouvelle donne dans le système médiatique gabonais. Si l'on s'en tient aux discours prophétiques sur le réseau internet, qui le présentent comme une des solutions pour résoudre certains problèmes dans les pays sous-développés (N'tambwe, 2006)¹¹ ou comme une « idéologie du salut » (Ellul, 1988)¹², comme facteur de libéralisation de la parole et de valorisation de la démocratie dans les pays en voie de développement, on peut penser que les nouveaux médias numériques, en tête desquels les médias natifs gabonais, ont nécessairement apporté un certain changement dans la sphère médiatique du Gabon. L'influence des acteurs politiques sur le monde de la presse nationale, privée comme publique, qui cantonne le Gabon dans un statut de démocratie balbutiante, constitue un défi journalistique pour les acteurs des nouveaux médias.

La couverture journalistique des événements politiques en période électorale est un très bon indicateur pour évaluer le niveau d'indépendance et de pluralisme d'un système médiatique. C'est la période où l'ensemble des forces vives politiques, société civile, population et médias, sont en ébullition. Au Gabon, le temps des campagnes électorales suscite à la fois des passions, de grands espoirs, des tensions et des manifestations dans l'ensemble des neuf provinces. Les législatives qui sont toujours organisées après une élection présidentielle ont autant d'intérêt que cette dernière, avec l'avantage que les événements politiques sont davantage déployés dans l'ensemble du territoire, contrairement à la présidentielle qui est politiquement et médiatiquement centrée à Libreville, la capitale du pays. Dans cet espace territorial, la complexité des enjeux électoraux qui s'expriment place les médias natifs dans un étau entre les puissants intérêts des autorités politiques, la restriction des libertés que subissent les médias traditionnels, la situation socioprofessionnelle précaire du monde de la presse nationale, et la difficulté pour les médias d'équilibrer les informations pendant des élections.

¹⁰. Le Code de la Communication en République Gabonaise de la Loi 019/2016 au Chapitre 3, « Des droits et obligations », partant des Articles 59 à 64, définissent les droits et les devoirs de l'Autorité de régulation des médias et les organes de presse par rapport au respect à l'application des principes favorisant le pluralisme, l'équité et la diversité des groupes sociopolitiques afin de veiller à l'expression de la démocratie dans les médias.

¹¹. N'tambwe Tshimbulu Raphaël, « La politisation de l'Internet en Afrique en question », Contribution au colloque international réuni à Douala en avril 2006. <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/wp-content/uploads/2019/02/06-2009A-Actes-de-Douala-Tambwe.pdf>

¹². Ellul Jacques, *Le bluff technologique*, Paris, Hachette, 1988, p. 12.

L'élection présidentielle de 2016 est une illustration des maux qui traduisent la situation difficile de la presse gabonaise en termes de liberté et d'objectivité de l'information en temps d'élection. Les médias se sont transformés, ou dirait-on, ont été transformés en outils de propagande violant les règles du pluralisme comme le principe de l'impartialité dans la couverture du processus électoral par exemple. Que ce soient dans les médias d'Etat, les médias privés, et même dans un autre moyen de communication comme l'affichage, les normes en matière d'égalité de la représentativité médiatique des forces politiques en présence semblent n'avoir été aucunement respectées. A cette élection, deux principaux candidats, Ali Bongo, président sortant issu du PDG et Jean Ping, issu de la coalition d'une certaine opposition, sont au centre de l'actualité politique, au détriment des autres acteurs politiques dans la course. Et empiriquement, c'est plutôt le candidat du parti au pouvoir qui semble avoir été mis en avant, au point d'écraser considérablement les autres événements. Un constat soutenu par l'Observatoire de la couverture médiatique des élections (OCME)¹³ qui a réalisé un rapport faisant état de l'attitude de la presse gabonaise pendant la présidentielle de 2016. De ce rapport, il ressort plusieurs observations : un déséquilibre abyssal des informations politiques ; des médias publics au service du parti au pouvoir ; et des médias privés affichant leurs couleurs politiques. Les conclusions de ce rapport se résument en ces quelques lignes :

« En violation des principes déontologiques et des normes internationales en matière de couverture journalistique du processus électoral, la plupart des médias gabonais couvre le processus électoral sans se soucier des règles d'équilibre, d'équité et de respect de la vérité. Ils prennent parti pour un camp dont ils font la propagande, en même temps qu'ils s'adonnent au dénigrement systématique du camp adverse » (OCME, 2016)¹⁴.

On est ainsi face à un système médiatique qui semble avoir du mal à rendre effectives les modalités du pluralisme informationnel en temps d'élection, pourtant consigné dans les termes du Code de la Communication en République Gabonaise. Sur un plan plus personnel, pendant cette période d'élection présidentielle de 2016, c'est en tant que journaliste à *Gabonews* que nous avons pu être témoin de cette réalité. *Gabonews* a fait montre d'une véritable partialité en privilégiant la couverture du principal candidat de l'opposition au point d'afficher sur ses bannières d'annonce publicitaire les graphiques de campagne de ce dernier. Le journaliste chargé par la rédaction de s'occuper de la couverture du candidat PDG,

¹³. L'Observatoire de la couverture médiatique des élections gabonaises de 2016 (OCME-Gabon 2016) s'intéresse au temps d'espace de la couverture journalistique de l'actualité politique gabonaise depuis le 1er mars 2016. Les indicateurs d'observation se basent sur les règles contenues dans les mécanismes internationaux, à l'exemple de la Charte africaine des droits de l'homme et des peuples qui commande l'égalité d'accès aux médias nationaux. Puis la Charte africaine de la démocratie, des élections et de la gouvernance qui prescrit l'équité aux médias d'Etat pour tous les acteurs et partis politiques. La Déclaration de l'Organisation de l'Union Africaine sur les normes d'organisation des élections démocratiques en Afrique qui recommande la nécessité de l'impartialité dans la médiatisation du processus électoral. Enfin, l'Observation se focalise sur le fait de la déontologie des professionnels de l'information qui préconise de « ne jamais confondre le métier de journaliste avec celui du publicitaire ou du propagandiste ; n'accepter aucune consigne, directe ou indirecte, des annonceurs ».

¹⁴. Observatoire de la couverture médiatique des élections (OCME-Gabon) _Rapport N° 2_Août 2016.

constatant que certains de ses articles étaient triés et parfois non publiés, décida de démissionner quelques mois plus tard, en partie à cause de cette situation. C'est de cette expérience que l'idée d'interroger la participation à la médiatisation de l'actualité politique par les médias natifs du web gabonais nous a paru essentielle. L'intérêt de ce travail consiste donc à appréhender les logiques rédactionnelles des médias natifs gabonais à partir de leurs conditions de production pour en venir à leurs effets potentiels sur l'état du pluralisme en temps d'élection au Gabon. D'où la raison de notre sujet de thèse intitulé comme suit : Le pluralisme de l'information dans la presse gabonaise en ligne en période électorale au Gabon.

Sur le sujet du pluralisme dans la presse gabonaise, un certain nombre d'études et de rapports ont déjà été produits, mais pour la plupart focalisés sur les médias traditionnels. Parmi ces travaux, l'un des précurseurs est Anaclet Ndong Ngoua avec sa thèse de doctorat en 1999. Son travail portait sur le pluralisme dans la presse d'Afrique subsaharienne d'expression francophone avec comme cas spécifique le Gabon. Il conçoit le pluralisme de l'information comme la manifestation de la liberté d'expression et d'opinion traduite dans les faits par le nombre et la variété des organes de presse, sans omettre les conditions sociétales de son effectivité. Il met en lumière les limites des contenus médiatiques gabonais pour ce qui est de la satisfaction des attentes multiples et diverses des populations et des organismes publics. Selon lui, malgré l'avancée de la presse gabonaise en termes de pluralisme, elle ne constitue malheureusement pas un contre-pouvoir efficient. Le fonctionnement de la société dans sa globalité (politique, économique, juridique et même culturelle) ne favorise pas l'émancipation et l'efficacité du système médiatique. Pour mieux développer et asseoir l'essor d'une presse répondant aux aspirations des Gabonais, aux droits politiques et à la mondialisation de l'information, Ndong Ngoua propose une restructuration de l'activité journalistique dans son organisation, sa gestion et sa réappropriation des TIC¹⁵.

D'autres travaux sur la presse en Afrique centrale vont se produire sous la tutelle des organismes internationaux dans le cadre d'un projet commun en 2000. L'Unesco et l'Institut Panos Paris en sont les commanditaires. Ces travaux s'inscrivent dans le projet « Afrique centrale, Des médias pour la démocratie ». Plusieurs chercheurs et professionnels des médias se sont réunis pour effectuer un travail d'ensemble sur la situation des médias en Afrique centrale. L'objectif principal de ces travaux condensés dans un même projet a été d'étudier le niveau de pluralisme dans le système médiatique des différents pays d'Afrique centrale composant cette sous-région (Burundi, Cameroun, Centrafrique, Congo, République Démocratique du Congo, Guinée Equatoriale, Rwanda, Tchad et Gabon). Dans le cadre de cette recherche, le pluralisme est ici défini comme l'ensemble des modalités institutionnelles mises en place pour favoriser la liberté de la presse, le développement des médias devant participer à la bonne gestion des affaires publiques, à côté des autorités politiques, afin d'aboutir à une meilleure pratique des principes de la démocratie. Entre autres :

¹⁵. Ndong Ngoua Anaclet, *Vers le pluralisme de la presse en Afrique noire francophone : le cas du Gabon*, Presses universitaires du Septentrion, 2002, 1164 pages.

« Il n’y a pas de “système politique capable de pratiquer la démocratie” s’il ne compte pas “de nombreuses institutions sociales, culturelles et politiques comportant – c’est une condition sine qua non – des oppositions (...) Et parmi ceux-ci une presse qui soit le creuset de l’opinion publique »¹⁶.

Pour ce qui est du Gabon particulièrement, cette étude a révélé que malgré la pluralité observable des entreprises de presse (radio, télévisions, journaux), le pluralisme reste difficilement effectif dans le fond. Cela se caractérise par l’ingérence des politiques dans la presse ; la dépendance à l’Etat de l’Autorité de régulation des médias ; la fragilité économique de la presse privée ; l’inaccessibilité des sources officielles par les journalistes ; le manque de promotion efficace des cultures nationales traditionnelles. Toutes ces difficultés entravent considérablement le rendu de l’information des médias nationaux et ne contribuent pas à éclairer le citoyen gabonais et le rendre autonome et vigilant dans sa perception des réalités qui l’entourent et face aux enjeux politiques pour lesquels ses choix sont déterminants.

Dans ce même élan, deux rapports sur l’évolution de la presse gabonaise diligentés par l’Unesco vont apparaître sous des projets différents. Le premier rapport sort en 2013 et s’attèle à évaluer la progression de la presse gabonaise à partir des indicateurs de développement déterminés par l’Organisation elle-même. Les travaux vont particulièrement s’intéresser aux défis liés aux enjeux de la presse privée nationale, notamment sa partition dans l’instauration de l’information pluraliste. L’étude part du postulat selon lequel les médias libres et pluralistes peuvent contribuer à la transparence, au dialogue et à la responsabilité des autorités politiques envers leurs citoyens. Toutefois, les conclusions émises dans ce projet révéleront plusieurs anomalies parmi lesquelles : la trop forte implication des politiques (pouvoir, opposition) comme premiers propriétaires - directement ou indirectement - des médias ; l’absence d’équité et d’impartialité dans le traitement de l’information ; la faible mobilisation de la société civile sur les questions des médias sauf en période d’élection ; et le problème de la formation institutionnelle des ressources humaines en journalisme, car un bon nombre étant formé « *sur le tas* ». Bref, développer une stratégie de bonne gouvernance dépend aussi de la contribution d’une presse indépendante, libre et pluraliste¹⁷, telle sera l’une des recommandations essentielles de ce premier rapport.

Le second rapport paraît en 2014 et résulte d’une large étude sur l’état des lieux de la communication au Gabon. Sous la direction de chercheurs que sont Koumba Emmanuel et Mike Kenmoe, le projet s’intitule « Etat des Lieux de la Communication au Gabon : Défis et Perspectives ». L’étude a consisté à mener une analyse globale de la situation des médias par rapport aux mécanismes institutionnels mis en place pour favoriser son éclosion. Les conclusions de ce travail nous enseignent que l’état de la communication au Gabon présente à la fois des avancées et des contrastes importants. D’une part, des textes juridiques et des institutions s’attachent à garantir la liberté des médias et un niveau de pluralisme élevé.

¹⁶. Institut Panos Paris, Afrique centrale. Des médias pour la démocratie, Paris, Karthala, 2000, p.19.

¹⁷. UNESCO, PIC, *Etude sur le développement des médias au Gabon. Etude basée sur les indicateurs de développement des médias de l’UNESCO*, Paris, Ed. UNESCO, 2013.

D'autre part, des pratiques et des facteurs plus structurels remettent en cause ces dispositions. La situation de précarité qui caractérise les professionnels de la communication, l'amateurisme managérial d'entreprise de presse et l'insuffisance de la qualité des contenus malgré la diversification du paysage médiatique, sont autant de lacunes mises en lumière dans cette étude. Elle s'est beaucoup plus focalisée sur les médias traditionnels que sont la presse écrite et audiovisuelle, ainsi que le cinéma. Les médias en ligne, pas encore vraiment pris en compte dans la sphère médiatique nationale à cette période, ne seront que brièvement énoncés sans véritable analyse systématique¹⁸.

Un peu plus proche de nous, Ovoudaga Delsione met en exergue le caractère pluraliste de l'utilisation d'internet par le corps social gabonais. En analysant l'usage de *Facebook* par les politiques et les populations, ainsi qu'une page d'information qu'est *Infoskinguélé*, il montre comment les réseaux sociaux numériques¹⁹ contribuent à l'émergence d'une nouvelle tribune de débat à côté des espaces publics traditionnels. En permettant la participation et l'expression des populations à travers des groupes de débats publics sur *Facebook* comme celui d'*infoskinguélé Libre*, les RSN se présentent comme un moyen de libéralisation de la parole au cœur des enjeux politiques. Comme pour répondre à l'insatisfaction de certains individus ou groupe d'individus vis-à-vis des médias publics, ces espaces d'échanges numériques offrent aux internautes la possibilité de diffuser et de débattre de l'actualité de façon plus libre sans restriction ethniques ou idéologiques. C'est ainsi le lieu où se déploie une « *forme d'engagement politique qui se manifeste par l'affirmation de son obédience et la défense et/ou valorisation de son leader sur n'importe quel sujet exposé à la Une de cette tribune* »²⁰.

Ces quelques travaux sur les questions en lien avec le pluralisme dans la presse gabonaise montrent à première vue que c'est un sujet qui est beaucoup plus traité par les organismes internationaux et très peu dans le cadre des recherches universitaires, notamment en ce qui concerne le Gabon. Dans d'autres pays de la sous-région, des travaux universitaires semblent bien plus prolifiques sur la question (Cf. Chapitre I, 1.1.2.3). On retient tout de même que la problématique du pluralisme de la presse au Gabon demeure d'actualité à partir du moment où le niveau de la démocratie y est encore balbutiant. En 2018, l'entreprise britannique de sondage mondial *The Economist Intelligence Unit (EIU)*²¹, classait le Gabon parmi les pays au régime autoritaire. Sur une échelle d'évaluation allant de

¹⁸. Kenmoe Mike (Michel), KOUMBA Emmanuel Thierry, Etat des Lieux de la Communication au Gabon : Défis et Perspectives, Rapport élaboré avec l'appui du bureau de l'UNESCO, Libreville, 2014.

¹⁹ Désormais RSN dans la suite de ce travail.

²⁰. Marcy Delsione Ovoudaga, « Les réseaux sociaux du web et les nouvelles formes d'engagement politique au Gabon : le cas de Facebook », French Journal For Media Research. <https://frenchjournalformediaresearch.com:443/lodel-1.0/main/index.php?id=1678>. Consulté le 26 novembre 2020.

²¹. The Economist Intelligence Unit (EIU) est une entreprise anglaise d'analyses mondiales sur des offres de prévisions et de conseils à travers des Etats, des industries et des entreprises. Il appartient à ma firme britannique *The Economist Group*.

0 à 10, les pays autoritaires étant ceux qui ont un indice inférieur à 4, le Gabon se retrouvait avec un score de 3,61. Ainsi sur 165 pays, le Gabon a été classé 124^{ème} à l'échelle mondiale et 30^{ème} au niveau africain. Le pays rencontrerait donc des difficultés à appliquer les mécanismes de démocratie de manière efficiente. Et comme l'affirment certains activistes, la démocratie au Gabon serait « médiocre », les politologues moins virulents parleraient d'une démocratie « embryonnaire » lorsque les politiques préfèrent parler d'une « jeune démocratie »²². Cette situation justifie la raison pour laquelle l'état de pluralisme informationnel au Gabon suscite toujours des interrogations de la part des chercheurs et des organismes internationaux.

Aussi, l'intérêt de notre recherche est de questionner à nouveau frais l'état du système médiatique gabonais par rapport à l'évolution du pluralisme de l'information en son sein. La particularité de notre travail est de s'intéresser principalement et de manière approfondie aux nouveaux médias gabonais, éditeurs de presse en ligne mais plus encore médias natifs du web. Alors que dans la plupart des travaux relatifs à la presse gabonaise, ce secteur d'activité semble toujours subsidiaire, certainement à cause de son caractère nouveau comparativement aux médias traditionnels, il sera central dans notre travail. En effet, les médias en ligne et les nouvelles technologies de l'information et de la communication ont une importance capitale dans la progression de la démocratie en Afrique subsaharienne (De la Brosse, 2001)²³ et influent considérablement sur les systèmes de communication à l'heure actuelle. Cette innovation numérique conduit à réinterroger l'état du pluralisme médiatique au Gabon, en repartant des rapports produits par les institutions internationales et par certains médias sur la presse gabonaise, mais en se focalisant cette fois sur les acteurs de l'information en ligne. Il s'agira alors dans notre travail de déterminer si la puissance politique exerce la même influence sur les nouveaux médias que sur les médias traditionnels, et de chercher en quoi les médias natifs gabonais se distingueraient de leurs prédécesseurs et apporteraient une plus-value dans le système médiatique national.

Problématique et hypothèses

Le renouveau démocratique de 1990 est la période qui marque le deuxième moment du pluralisme médiatique au Gabon, après celle des mouvements de revendication de l'indépendance du pays, avec le déploiement d'une presse anticoloniale. Au lendemain de l'indépendance en 1960, les nouvelles autorités politiques avaient progressivement restreint la dynamique d'une presse engagée impulsée depuis la période de l'Etat colonial jusqu'aux premières années de l'Etat indépendant. Cette régression de la liberté des médias sera effective dès 1967 à l'heure du parti unique où seuls les médias publics, au service du pouvoir politique, sont autorisés à paraître au nom d'une idéologie, celle de l'unité nationale

²². Gabonreview, « Indice de démocratie : Le Gabon classé parmi les régimes autoritaires », publié le 10 janvier 2019. <https://www.gabonreview.com/indice-de-democratie-le-gabon-classe-parmi-les-regimes-autoritaires/>.

²³. Renaud de La Brosse, « Le rôle des médias et des nouvelles technologies de la communication et de l'information dans la démocratisation des sociétés d'Afrique subsaharienne », in, *Les Cahiers du journalisme*, n°9 – automne 2001, pp.174-187.

pour la construction de l'Etat-nation. Le débat contradictoire est proscrit et la propagande politique du parti-Etat, incarné par le parti démocratique gabonais (PDG) devient la donne dans les journaux et les médias audiovisuels nationaux (Tudesq, 1998 ; Djaboudi, 1999). À la suite de la Conférence nationale organisée du 23 mars au 19 avril 1990 ayant réhabilité le multipartisme, de nombreux organes de presse vont naître. Cette mouvance de nouveaux acteurs médiatiques se structure principalement autour de la relation média/politique. La plupart des médias naissants sont la propriété des partis politiques. Les médias d'Etat et les médias privés proches du pouvoir gardent la rhétorique propagandiste à l'égard du président de la République et du gouvernement. Quant aux médias privés, dont la plupart sont la propriété d'acteurs de l'opposition, ils constituent des instruments de lutte pour le changement politique en faveur de la démocratie, et militent pour les personnalités historiques et déterminantes qui incarnent la cause. Georice Madébé (2021) pense que le clivage politique des médias nationaux et leur dépendance aux autorités politiques, surtout à l'Etat, vient de cette période historique. Pour lui, la presse « *apprit à transformer ses penchants politiques en ligne éditoriale. Non sur la base des filiations intellectuelles et idéologiques, mais sur celle de la fidélité des pourvoyeurs de moyens* »²⁴.

Pour limiter la dépendance des médias à cette propriété des instances politiques, le premier texte organique issu du Code de la Communication en République Gabonaise de la loi 12/2001 du 12 décembre 2001, en son Article 69, va établir l'interdiction pour les personnalités dépositaires de l'appareil étatique d'être propriétaires d'organes d'information et de communication²⁵. Cette disposition sera renforcée par des modifications qui interviendront jusqu'au Code de la Communication de la Loi n°019/2016 du 09 août 2016 qui, en son Article 15, étend la prohibition à l'acquisition d'un média aux membres et directeurs d'un parti politique. Ces mesures ont pour but de garantir la liberté et l'indépendance politique de la presse afin que cette dernière puisse exercer le droit d'informer librement, sans subir des pressions ou intimidations (OIF, 2015). Cependant, à l'ère de la démocratie et malgré le cadre juridique visant à émanciper la presse de l'influence politique, la philosophie de la communication est pratiquement restée la même, c'est-à-dire, une presse toujours peu encline à s'extraire des intérêts politiques. Les médias publics continuent de privilégier les activités présidentielles et gouvernementales et laissent difficilement de l'espace aux activités de l'opposition. La même tendance est observable dans la presse privée proche de l'opposition lorsqu'elle n'est pas directement ou indirectement la propriété d'un acteur politique. Comme le mentionne Sabi Djaboudi (2021), ce clivage politique dans les médias nationaux, transformé en ligne éditoriale, s'affirme davantage lors

²⁴. Ovoundaga Delsione Marcy, *Les moyens de communication au Gabon. Mutations sociopolitiques et enjeux de gouvernance*, Préface de Madébé Georice, Paris, L'Harmattan, 2021, p. 14.

²⁵. Le Code de la communication audiovisuelle, cinématographique et écrite de la Loi n°07/2001, en son Article 69., stipule que : Ne peuvent être propriétaires ou exploitants de sociétés de communication audiovisuelle, les personnes exerçant les fonctions ci-après : président de la République, membre des corps constitués, membre du gouvernement, fonctionnaire, magistrat, agent des forces de défense et de sécurité.

de campagnes présidentielles en faveur du candidat du PDG²⁶. Les changements opérés dans le droit de la communication et les nombreuses réformes n'ont visiblement pas apporté les transformations escomptées dans le monde médiatique gabonais en matière d'indépendance de la presse.

Toutefois, la période allant de 2001 jusqu'à l'heure actuelle peut être considérée comme la troisième phase du pluralisme médiatique au Gabon, car malgré la prégnance de la politisation de l'éditorialisation des principaux médias, une diversité et variété d'organes de presse est apparue. Même si beaucoup de ces entreprises de communication poursuivent des intérêts politiques, des médias dits indépendants émergent, en dépit de leur faible impact sur la scène médiatique gabonaise et des difficultés socioéconomiques qu'ils connaissent. La multitude des organes d'information (pluralité des journaux papier, dizaine de chaînes de télévision et cinquantaine de radios) ainsi que la croissance de la presse gabonaise en ligne, manifestent a priori une forme de pluralisme médiatique sur le territoire gabonais. Mais ce foisonnement des entreprises de presse sur le plan national masque les conditions sociopolitiques dans lesquelles ces structures de communication évoluent. L'ouverture vers un pluralisme médiatique sous-entend des conditions facilitant la création des organes de presse, mais aussi la liberté d'exercice de cette presse et son épanouissement. Or, à ce stade, comme on a pu le relever dans les lignes précédentes, plusieurs dysfonctionnements limitent le cadre effectif du pluralisme de l'information dans le système médiatique gabonais. Pour Bertrand Boudzanga (2017), la presse gabonaise a autant participé à l'avilissement de la démocratie que le pouvoir politique²⁷. Elle a progressivement fait sombrer la démocratie en manquant à sa responsabilité de transparence, d'impartialité et d'information éclairante dans un environnement qui n'a de cesse de la museler en se servant des imprécisions du cadre juridique et des pesanteurs politiques. L'élection présidentielle de 2016 a été l'occasion de se rendre compte à nouveau de cet état de fait. Comme cela a été évoqué dans les différents rapports publiés par l'OCME et l'ONG *Journalisme en Afrique pour le Développement* (JADE) concernant la médiatisation de la présidentielle de 2016, la plupart des médias publics comme privés ont fait preuve de partialité, offrant des informations fortement déséquilibrées et un recoupement des sources ne cadrant pas avec les exigences de l'éthique professionnelle²⁸. Ceci parce que plusieurs médias nationaux n'ont pas totalement abandonné les réflexes du journalisme militant ou d'une presse d'opinion agrippée aux ambitions d'un groupement politique.

Cette subjectivité médiatique assumée de médias partisans a entraîné un divorce entre la presse nationale, surtout les médias d'Etat, et le public gabonais. « *Aux yeux des Gabonais, elle a cessé d'être crédible, après avoir longtemps entretenu l'illusion*

²⁶. Sabi Djaboudi Arthur, « Les médias publics et l'élection présidentielle d'Août 2016 au Gabon », in, Ovoundaga D.M, *Les moyens de communication au Gabon. Mutations sociopolitiques et enjeux de gouvernance*, opcit., pp. 71-104.

²⁷. Boudzanga Bertrand Noël, *Le Gabon. Une démocratie meurtrière*, Paris, L'Harmattan, 2017.

²⁸. Sabi Djaboudi Arthur, *Loc.cit.*

démocratique et le droit à la libre expression » (Koumba, 2013)²⁹. Un désintérêt manifeste du public pour la presse écrite et audiovisuelle, publique comme privée, conduit ainsi à la « *chute vertigineuse des ventes et des taux d'écoute* »³⁰ des médias nationaux, l'intérêt de la population et des officiels gabonais se tournant vers des médias internationaux jugés plus crédibles et dignes d'attention. Le pouvoir politique lui aussi, conscient de la faiblesse de ses médias nationaux, préfère généralement se tourner vers la presse internationale lorsqu'il s'agit de gérer son image à travers le monde. L'intervention d'une autorité publique dans un média étranger, comme *France 24* ou *RFI* par exemple, semble ainsi lui donner plus d'importance que si son discours passait dans un média national. A la présidentielle de 2016, on a assisté à la présence d'une panoplie de médias étrangers assez sollicités par les acteurs politiques pour témoigner de la vitalité de la démocratie du pays, de l'expression de la liberté de la presse et de l'accès libre à l'information. Les médias nationaux se sont retrouvés à jouer les seconds rôles³¹.

Du fait de la mainmise du pouvoir étatique sur les médias publics, de la politisation et de la censure de la presse privée, l'expression citoyenne peine à trouver un débouché médiatique, empêchant ainsi la manifestation d'un véritable débat public basé sur le pluralisme des opinions. L'avènement d'internet et ses plateformes de communication semble jouer le rôle de médias alternatifs permettant de contourner les obstacles en matière de liberté des médias traditionnels. Une migration des individus vers les réseaux sociaux issus du web tend à offrir plus d'opportunités à l'expression citoyenne et à l'ouverture d'un espace informationnel plus large. La communication paraît plus libre ; se développe sur les réseaux sociaux un engagement citoyen contribuant à l'élargissement de l'espace public (Dahlgren, 2000, 2009). La dépréciation et les critiques du capital symbolique de la presse traditionnelle ont favorisé le succès des canaux d'information et de communication alternatifs non institutionnels via les réseaux sociaux où les individus non professionnels deviennent des producteurs-diffuseurs d'information (Cardon, Granjon, 2013). A travers un cas pratique, Ovoundaga Delsione montre comment le réseau social *Facebook* est devenu « un nouvel espace citoyen ». L'appropriation d'internet par les internautes gabonais se présente comme une forme contestataire mettant en exergue une pratique d'émancipation politique. « (...) *Facebook est donc utilisé comme un espace alternatif de compensation aux espaces traditionnels de débats politiques* »³². Il s'agirait alors d'un espace moins dominé par les contraintes sociopolitiques et qui favorise une libre expression.

²⁹ Koumba Emmanuel Thierry, « Médias et construction démocratique au Gabon. Enquête sur la presse et son pouvoir », in Madébé Georice Berthin, *Les enjeux de la communication. NTIC, médias, démocratie et relations publiques au Gabon*, Libreville, Presses Universitaires du Gabon, 2013.

³⁰ Madébé Georice, *op.cit.*, p.18.

³¹ *Loc.cit.*

³² Ovoundaga Marcy Delsione, Les réseaux socionumériques et le renouveau de l'expression démocratique en Afrique : le cas de Facebook et l'expression citoyenne au Gabon », in Ovoundaga M.D, *Les moyens de communication au Gabon. Mutations sociopolitiques et enjeux de gouvernance*, *op.cit.*, p.107-130.

Mais cette ouverture sur le web pour les marginalisés des médias traditionnels qui voient en l'espace numérique une alternative pour s'informer et communiquer en dehors des canaux conventionnels, possède ses failles. Si l'on peut reconnaître des atouts aux espaces numériques quant à l'élargissement de la parole critique pour des citoyens moins dotés culturellement, ils peuvent également être le lieu de la désinformation, de la diffamation et des messages outrageants. Les réseaux sociaux sont parfois le lieu de l'intolérance à la diversité des opinions, car bien que permettant à tout individu de pouvoir exprimer librement ses engagements et positions politiques, il apparaît aussi des positionnements radicaux déniaient la contradiction. Dans les *blogs*, les tribunes et autres espaces de discussion, les internautes se livrent parfois à des propos injurieux s'écartant radicalement de ce que serait un espace public au sens habermassien (Lits, 2014)³³. Le travail d'Ovoundaga Delsione sur le groupe *Facebook Infos Nzeng-Ayong* nous fournit une illustration assez édifiante sur les discours inappropriés que l'on peut retrouver dans le jeu de participation et d'échanges interactifs via les pages en ligne animant l'actualité gabonaise. Déjà, cette étude révèle que les sujets liés à la politique et au social sont ceux qui suscitent le plus de réactions et la pratique du « flaming » (entendu comme propos discourtois ou insultant). « *Ces violences langagières tendent à donner de la matière à ceux qui considèrent à juste titre les réseaux sociaux comme des réseaux de la haine* »³⁴. En outre, le web en général peut être un puissant vecteur de rumeurs, au point de rendre complexe l'identification de fausses informations publiées en ligne sur les questions d'actualité³⁵.

Face à ce nouvel espace alternatif d'information et de communication, et tout ce qu'il comporte d'ambiguïté au niveau de la qualité des informations et des débats sur internet, les professionnels de la presse ont un rôle d'aiguillon à jouer. C'est sans doute le rôle et l'enjeu des nouveaux médias numériques, en particulier des médias natifs du web qui, aux côtés des sites d'éditeurs de presse en ligne, constituent les sites d'information journalistique, c'est-à-dire, des médias en ligne à vocation professionnelle. Mais les médias nationaux semblent demeurer dans un état de léthargie où les libertés d'expression, de communication et de la presse progressent en tâtonnant, soumettant du fait des fortes contraintes politiques et économiques auxquels ils sont soumis. Sachant que les acteurs politico-administratifs en charge de gérer le fonctionnement du secteur de la communication intègrent désormais les médias numériques, on peut se demander si les *pure players* gabonais essuient les mêmes difficultés que les médias traditionnels en matière de liberté et de traitement de l'information. Aussi, au regard de la profusion des sites d'informations sur le net et de la multitude d'informations qui en découlent, les médias natifs du web devraient apporter une certaine qualité de contenus, plus soucieuse des canons du journalisme professionnel. Ainsi, les médias traditionnels n'ayant plus le monopole de l'information, les médias natifs

³³. Pour Habermas, l'espace public ne serait pas qu'une synthèse d'idées contradictoires provenant de groupes sociaux en tension ou le fusionnement d'intérêts particuliers, mais plutôt l'expression d'un intérêt général en partage à partir d'une délibération engendrée sur des échanges pertinents et argumentés. Lits Marc. « L'espace public : concept fondateur de la communication », *Hermès, La Revue*, vol. 70, no. 3, 2014, pp. 77-81.

³⁴. Ovoundaga Marcy Delsione, *Loc.cit.*

³⁵ Pour une illustration par un cas gabonais pendant la campagne électorale voir partie VI.1.2.2.

gabonais pourraient justifier leur importance et se légitimer en tentant d'apporter une véritable originalité éditoriale, de nature à améliorer le pluralisme du système médiatique gabonais sur le fond. Il est alors nécessaire de s'interroger sur les conditions de production de l'information de ces nouveaux médias, d'en identifier et caractériser les acteurs, et de mieux comprendre la perception que ces derniers ont de leur activité dans l'environnement sociomédiatique du pays, notamment les rapports que ces organes d'information en ligne entretiennent avec les influences politiques et administratives, ainsi que les situations socioéconomiques qui les caractérisent.

En matière d'information, comme on a pu le relever, l'actualité politique occupe une place majeure dans l'espace public gabonais. Un constat encore plus perceptible en période électorale où l'on peut observer l'émulation qui se dégage à la fois dans l'ensemble des territoires sur le plan national, mais aussi et surtout dans la dynamique impulsée dans les médias au niveau de la prolifération des contenus et l'implication des citoyens à travers les réseaux sociaux. Le caractère partisan des organes d'information qui s'affirme lors des campagnes électorales confirme la forte politisation des médias nationaux. Les irrégularités, les atteintes continuelles à la liberté de la presse, les faiblesses de l'autorité de régulation, les inégalités d'accès à l'information et la disproportion des moyens médiatiques des acteurs politiques pour exprimer leurs opinions sont autant de facteurs contribuant à entraver le pluralisme dans la sphère médiatique gabonaise. Dans une telle configuration, comment la presse gabonaise en ligne, en l'occurrence les médias natifs du web, peuvent-ils contribuer à l'amélioration du pluralisme de l'information en période électorale au Gabon ?

Cette interrogation principale suscite d'autres questions subsidiaires qui s'articulent autour des préoccupations suivantes :

En considérant le progrès et les acquis formels du système médiatique gabonais en matière de pluralisme, malgré les insuffisances précédemment relevées, peut-on estimer qu'à l'heure actuelle, ce système permet de garantir l'indépendance des médias natifs du web gabonais des influences sociopolitiques ?

Les conditions socioéconomiques constituent l'un des véritables problèmes d'épanouissement socioprofessionnel de la presse gabonaise en général. Une situation qui soumet les médias nationaux à un état de vulnérabilité face aux influences extérieures. Ce qui a conduit à la normalisation de pratiques de rémunération non conformes à l'éthique et à la déontologie du journalisme. Alors que parler de pluralisme dans les médias, c'est aussi répondre à l'exigence d'une autonomisation financière d'un organe de presse pour assurer son fonctionnement, son indépendance et sa pérennisation, quelle est sur ce point la situation socioéconomique des médias natifs du web gabonais ?

Le cadrage médiatique des événements politiques en temps d'élection par la presse traditionnelle est sujet à des controverses. On reproche assez régulièrement aux médias nationaux de faire montre de déséquilibre et de partialité dans le traitement et la diffusion de l'information politique pendant les joutes électorales. Or, comme le souligne l'ONG, *Journalisme en Afrique pour le développement* (JADE, 2006), les candidats à une élection politique doivent pouvoir s'exprimer librement et vulgariser médiatiquement leurs opinions.

Et pour cela, il faut des médias ouverts et diversifiés à même de pouvoir proposer des contenus équilibrés et impartiaux, ainsi qu'un accès équitable aux acteurs et forces politiques en présence. A ce stade, les médias natifs du web gabonais font-ils preuves d'équilibre, donc d'impartialité informationnelle pendant une période électorale ?

La prolifération des informations politiques en temps d'enjeux électoraux au Gabon est telle que les organes d'information ont le plus souvent tendance à revenir sur les mêmes actualités. On parle d'une redondance des informations portant sur la médiatisation d'un nombre limité des activités de candidats et partis politiques les plus importants, au détriment de ceux qui sont moins connus ou financièrement moins outillés. En tenant compte du problème de déséquilibre informationnel et du mimétisme de l'information qu'on peut retrouver entre les médias en période électorale, les médias natifs du web gabonais apportent-ils une plus-value en termes de spécificité sur le plan éditorial ?

Telles sont les questions qui vont conduire notre réflexion tout au long de notre analyse sur le sujet. Mais avant de répondre à cette problématique, nous allons partir d'un certain nombre d'hypothèses. Comme le définit simplement M. Grawitz (1990), une hypothèse c'est une proposition de réponse à la question posée³⁶. Suivant cette assertion, à partir des questionnements qui ont été établis, nous formulons les hypothèses suivantes :

Notre hypothèse principale est de partir du principe que les médias natifs gabonais ne peuvent véritablement contribuer à l'amélioration du pluralisme de l'information politique en période électorale du fait des conditions de production inadéquates.

A partir de ce postulat principal, au vu des faisceaux de contraintes politiques et économiques du système médiatique gabonais (sur lesquels nous reviendrons en détail), nous supposons qu'il y a l'existence d'un hiatus entre l'établissement d'un *cadre formel de protection* de la liberté des médias professionnels en ligne, et la capacité à *garantir en pratique* l'indépendance des médias natifs du web face aux ingérences politiques.

Plus précisément, si l'on s'en tient sur le plan socioéconomique à certains travaux ayant abordé la question des médias en Afrique de façon générale (Ngono Simon, 2022 ; Frère Marie-S., 2020)³⁷ et du Gabon en particulier (UNESCO, 2013)³⁸, le constat revient toujours sur l'état de crise de la presse nationale. Face à cette réalité de précarité financière qui semble gagner les médias gabonais depuis plusieurs années, les nouveaux médias devraient subir les mêmes difficultés, éventuellement accentuées par la récence de leur arrivée sur le marché et l'instabilité de leur modèle économique. On peut donc formuler l'hypothèse que les médias natifs gabonais font face à une situation économique instable qui fragiliserait leur niveau d'autonomie socioprofessionnelle.

³⁶. Madeleine Grawitz, *Méthodes des sciences sociales*, Paris, Dalloz, 1990, p.398.

³⁷. Simon NGONO (dir.), *L'économie des médias et le numérique en Afrique*, Saint-Denis, Presses universitaires Indianocéaniques, 2022 ; Frère Marie-Soleil, « Chapitre 6. L'économie des médias en Afrique francophone », in *Journalismes d'Afrique*, sous la direction de Frère Marie-Soleil. De Boeck Supérieur, 2020, pp. 259-300.

³⁸. Boyomo Assala Laurent C., Mbede Emmanuel, *Etude sur le développement des médias au Gabon basée sur les indicateurs de développement des médias de l'UNESCO*, UNESCO, 2013.

Sur le plan éditorial, l'exigence d'impartialité et d'équilibre à laquelle sont soumis les médias en temps d'élection doit être examinée dans son application aux médias natifs du web. Le modèle économique du secteur n'étant pas ou mal défini, et les acteurs des médias numériques n'ayant vraisemblablement pas une situation socioprofessionnelle stable (ce qu'il s'agira de vérifier), faire preuve d'objectivité dans ce genre de circonstance n'est pas toujours évident. Si l'on ajoute à cela la pression des acteurs politiques qui jouent souvent de leur influence et des moyens financiers dont ils disposent pour s'accaparer des médias, nous pouvons poser l'hypothèse que les médias natifs du web gabonais, en contexte électoral, malgré leur volonté affichée de respecter la déontologie professionnelle, seront difficilement en mesure de traiter l'actualité politique de façon équitable et indépendante des acteurs politiques, ces derniers agissant en tant que sources et/ou financeurs. On parlerait alors d'un traitement déséquilibré de l'information politique par les médias natifs gabonais en période en temps d'élection.

Enfin, toujours sur la dimension éditoriale des médias natifs du web gabonais, comparativement aux sites d'information de la presse traditionnelle que l'on a appelé les éditeurs de presse en ligne, l'originalité des contenus sur l'actualité politique pourrait résider dans un effort d'équilibre et de distanciation chez tout ou partie des médias natifs du web, même de manière très imparfaite (dont nous nous attacherons à repérer les éventuelles modalités discursives), en accord avec certains standards journalistiques professionnels, là où la presse papier s'adonne de manière assez explicite à une éditorialisation orientée vers une vision politique, épousant un bord politique et au dénigrement systématique de l'autre.

Cadre théorique

Notre étude porte d'une part sur les médias, plus précisément les médias en ligne, appréhendés ici dans une dimension fonctionnaliste, ayant trait au rôle démocratique de la presse au sein d'une société. D'autre part, elle s'intéresse aussi aux acteurs, c'est-à-dire aux journalistes qui organisent et animent le fonctionnement des médias natifs du web. En puisant dans la sociologie du journalisme, nous nous intéresserons aux pratiques journalistiques et aux conditions d'exercice des acteurs de la presse en ligne afin de rendre compte des caractéristiques socioprofessionnelles de ce secteur d'activité au Gabon. S'intéressant spécifiquement à la question du pluralisme de l'information politique en temps d'élection, l'aspect éditorial des médias est un point essentiel de ce travail. Il s'agit de prendre en compte le produit informationnel entendu comme discours médiatique à analyser pour déterminer en quoi le contenu des médias natifs du web gabonais participe à la construction du pluralisme. A partir de ces différentes orientations, trois principaux cadres théoriques vont être convoqués :

Premièrement, la théorie générale sur laquelle s'organise l'ensemble de notre pensée est relative à la théorie des systèmes médiatiques. En effet, nous partons du principe, en nous appuyant sur Bonville (2000) que pour comprendre les logiques éditoriales d'un média et les éléments de son discours, il est indispensable de tenir compte des facteurs endogènes et exogènes qui structurent son environnement. Au niveau endogène, nous nous intéresserons au profil des acteurs de l'organe de presse et aux moyens financiers et

logistiques dont bénéficie le média ou encore à l'organisation ou structuration de sa rédaction. Pour ce qui est des facteurs exogènes, les textes juridiques et les rapports avec d'autres acteurs politiques, économiques, administratifs ou avec les pairs sont autant d'éléments qui exercent une certaine influence sur les conditions de production de la matière informative. Ainsi, nous nous accordons avec la perception de la théorie des systèmes médiatiques de Marie-Soleil Frère (2016, 2020)³⁹, de Jean Charon, de et Jean de Bonville (2022)⁴⁰ et de Michel Mathien (1992)⁴¹. Pour l'ensemble de ces auteurs, les systèmes médiatiques consistent à concevoir les médias et les acteurs de l'information comme des éléments (institutionnels) d'un système qui sont soumis à des réalités et conventions sociales. Pour M-S. Frère, la formation des systèmes médiatiques africains actuels trouve son explication dans les dynamiques historiques traçant les mutations des médias africains par rapport aux transformations sociopolitiques qui se sont opérées. Les systèmes médiatiques sont l'ensemble des rapports que les médias et journalistes entretiennent avec d'autres acteurs sociopolitiques, économiques et médiatiques. Dans le même ordre d'idée, Michel Mathien définit l'entreprise de presse comme un système avec ses mécanismes propres à fabriquer des nouvelles. Le journaliste fonctionne en tenant compte des composantes de cette mécanique et ses relations avec les autres agents déterminent le processus d'information (les sources, le public, les promoteurs, les annonceurs, etc.). Quant à Charon et De Bonville, pour ces auteurs les phénomènes sociaux, à l'instar des pratiques journalistiques, ne peuvent être saisis qu'à partir de la structure générale de la société et non en les isolant de cet environnement. Ces auteurs partagent donc tous l'idée que les médias, les acteurs de l'information et leurs pratiques professionnelles, ainsi que les discours médiatiques, doivent être analysés à l'aune de l'environnement juridico-institutionnel et socio-politique structurant le système médiatique.

Deuxièmement, nous allons nous servir de la théorie des industries culturelles et médiatiques en partant d'une lecture de l'économie politique de la communication. Les médias constituent des entreprises qui dépendent foncièrement de capitaux pour pouvoir fonctionner et se pérenniser dans le temps comme toute autre entreprise. Mais au sens économique, certains auteurs ne considèrent pas que les médias sont une entreprise comme les autres, du fait de la nature du produit informationnel qu'ils offrent au public (Sonnac, Gabszewicz, 2013 ; Toussaint-Desmoulin, 2015). Cette information à caractère journalistique possède une valeur qui relève beaucoup plus du symbolique que d'une stricte valeur marchande étant donné sa fonction sociale en rapport avec la démocratie. Toutefois, les organes de presse, surtout la presse privée, se doivent de trouver des stratégies économiques pour assurer leur autonomisation financière et garantir une certaine indépendance sur le plan éditorial : une nécessité pour le pluralisme de l'information. A cet

³⁹. Frère Marie-Soleil, *Journalismes d'Afrique*, Bruxelles, De Boeck Supérieur, Ed. 2016 et 2020.

⁴⁰. Charron Jean, De Bonville Jean, « Le journalisme dans le "système" médiatique », *Études de Communication Publique*, vol. 16, 2022, p.1-57.

⁴¹. Mathien Michel, *Les journalistes et le système médiatique*, Paris, Hachette, 1992 ; Payeur Alain, « Michel Mathien (1992), *Les journalistes et le système médiatique* », *Communication. Information Médias Théories*, vol. 14 n°2, automne 1993. pp. 324-333 ; Ruellan, Denis. « Les journalistes et le système médiatique (Michel Mathien) », *Réseaux*, vol. 57, no. 1, 1993, pp. 153-155.

égard, les écrits de Bernard Miège sur les différents modèles économiques des médias (éditorial, de flot, de compteur et de club) nous seront d'une grande utilité (Miège, 2004, 2007, 2015). Puis, avec l'avènement d'internet et le développement des médias en ligne, de nouvelles dispositions sociotechniques apparaissent et fondent des modèles socioéconomiques émergents dont font état Pierre Moeglin (2007) et Franck Rebillard (2011) en parlant du courtage informationnel. L'ensemble des concepts développés par ces auteurs rentrent dans le cadre des industries culturelles et médiatiques dont on se saisit pour mener une approche socioéconomique des médias.

Troisièmement et dernièrement, la théorie du cadrage de l'information est appropriée à la démarche analytique que nous adoptons. Ici, il s'agit de considérer le discours journalistique comme résultant d'un cadrage médiatique. Comme le spécifie Roselyne Ringoot (2014), le discours journalistique se distingue du discours médiatique à partir du moment où le premier est un discours circonscrit, encadré par l'identité éditoriale qui structure la « *personnalité du journal à partir des combinaisons des éléments constitutifs de l'énonciation journalistique* »⁴². Le discours médiatique, plus étendu, est quant à lui tributaire de l'ensemble des discours passant par les médias sans forcément être journalistique, comme c'est le cas des communications publicitaires ou politiques. Le discours journalistique est donc inclus dans le discours médiatique, dont il constitue néanmoins l'expression centrale. Ainsi, dans le cadre de ce travail, lorsqu'on utilise le terme de discours médiatique, dans la plupart des cas, c'est dans le sens du discours journalistique. En réalité, le discours journalistique obéit à des cadrages qui tiennent compte à la fois des normes professionnelles du journalisme, et qui « fonctionnent comme des outils conceptuels auxquels médias et individus se fient pour transmettre, interpréter et évaluer l'information, en vertu d'une culture et d'une expérience supposées communes » (p.41) (Marty, 2015)⁴³. Pour analyser le pluralisme de l'information dans la presse gabonaise en ligne, il s'agit donc de situer le contenu de ces médias dans leur contexte de production en les rattachant aux différents cadres sociohistoriques, socio-économique, sociopolitique et sociotechnique qui constituent leur environnement (Marty, 2019)⁴⁴.

A cet effet, on peut identifier et s'appuyer sur différentes théories du cadrage médiatique, notamment avec Esquenazi (2013) qui le désigne comme un *recadrage*. Pour l'auteur, une information journalistique ou une nouvelle est un fait cadré. Cela veut dire que « *les journalistes appliquent leurs propres cadres aux cadres primaires des acteurs sociaux*

⁴². Ringoot Roselyne, *Analyser le discours de presse*, Paris, Armand Colin, 2014, p. 101.

⁴³. Marty Emmanuel, « Les élections municipales au miroir de la presse quotidienne régionale. Des cadres médiatiques aux thématiques politiques », *Mots. Les langages du politique*. <https://journals.openedition.org/mots/21991>. Consulté le 06 octobre 2023.

⁴⁴. Id, « Chapitre 3. Contenus et discours des médias : concepts, méthodes, outils », Benoît Lafon éd., *Médias et médiatisation. Analyser les médias imprimés, audiovisuels, numériques*. Presses universitaires de Grenoble, 2019, pp. 79-103.

pour obtenir ces nouvelles qui constituent la base de l'actualité »⁴⁵. En citant Goffman (1994), Esquenazi parle des cadres seconds comme étant les modalités de choix et de traduction que le journaliste met en exergue pour rapporter sous la forme de discours médiatique les faits obtenus des sources primaires⁴⁶. Chaque média possédant ses propres cadres issus du processus de sélection et de recadrage de ses sources, il traduit sa logique éditoriale et par extension son identité discursive dans l'espace sociomédiatique. D'autres auteurs provenant des disciplines des sciences politiques et de la psychologie sociocognitive comme Entman (1993), Gitlin (1980) Reese (2007) ou Tuchman (1978) ont apporté des clarifications conceptuelles sur la théorie des cadrages médiatiques que nous convoquerons pour l'analyse du corpus. Ils se rejoignent sur l'idée que les médias privilégient toujours un aspect de la société ou de la réalité pour bâtir leurs discours médiatiques. De ce postulat, Robert Entman évoque le principe de « la sélection et de la saillance »⁴⁷, lorsque Gitlin met un accent sur les schémas cognitifs de la sélection, de la présentation, de l'accentuation et de l'exclusion dans le discours⁴⁸. Reese quant à lui, conçoit simplement le cadrage comme la manière dont les faits sociaux sont organisés et pris en compte dans les médias par les journalistes⁴⁹. Dans la première partie de ce travail consécutive à l'explication des concepts clés et de l'approche méthodologique, nous apportons des précisions sur les raisons de la mobilisation de ces concepts dans l'analyse de la médiatisation de l'actualité politique en période électorale par les médias natifs gabonais.

Méthodologie.

Nous consacrerons le chapitre II à la présentation de la démarche méthodologique de notre travail et à la justification des choix opérés. A ce stade, nous nous contenterons de présenter les grandes lignes de notre méthode en se focalisant beaucoup plus sur les éléments mobilisés pour l'enquête de terrain.

Trois grandes étapes ont guidé notre méthode et technique de recherche : outre la nécessaire constitution d'une bibliographie rassemblant les références universitaires nécessaires à l'élaboration de notre cadre théorique, nous avons d'abord amassé et analysé

⁴⁵. Esquenazi Jean-Pierre, *L'écriture de l'actualité : pour une sociologie du discours*, Presse universitaire de Grenoble, 2013, p. 51.

⁴⁶. *Loc.cit.*

⁴⁷. Entman Robert, « Framing: Toward clarification of a fractured paradigm », *Journal of Communication*, 43(4), 1993, p.51-58.

⁴⁸. Gitlin Todd, *The Whole World Is Watching*, Berkeley, Los Angeles, University of California Press, 1980, p.7.

⁴⁹. Reese Stephen, « The Framing Project. A bridging model for media research revisited », *Journal of Communication*, no 57, p. 148-154.

au fil de l'eau une précieuse « littérature grise »⁵⁰ permettant de préciser nos questionnements et de les reformuler à la lumière de données actualisées, riches et proches du terrain étudié. Il a ensuite fallu effectuer le choix des sites d'information à analyser et répertorier les articles publiés par ces médias en ligne pendant la période d'étude puis les soumettre à des méthodes d'analyse quantitatives et qualitatives de discours (détaillées plus bas) ; et enfin mener une enquête de terrain à partir d'entretiens semi-directifs auprès de différents acteurs liés au monde de la communication pour obtenir des données empiriques sur les conditions socioprofessionnelles de production et de diffusion des informations en ligne.

La documentation bibliographique a été composée de travaux scientifiques en lien avec les questions du pluralisme dans un cadre général (Occident, Afrique) avant d'en arriver à consulter les travaux et rapports sur le cas spécifique des médias gabonais en matière de pluralisme. Ces documents ont également permis de définir et de préciser les concepts pertinents pour notre sujet. A ce corpus académique se sont ajoutés les textes juridiques sur les différents codes de la communication en République gabonaise (2001 et 2016), et différents rapports issus d'organisations internationales.

Pour ce qui est du choix des médias d'information en ligne, nous avons identifié 5 médias natifs du web dont *Gabonews*, *Gaboneco*, *Gabonreview*, *Gabonactu* et *Gabonmediatime*. Ces organes d'information en ligne ont été choisis parmi tant d'autres pour trois principales raisons. D'abord, leur ancienneté. Quatre de ces médias, hormis *Gabonmediatime*, sont considérés comme des précurseurs de la presse gabonaise en ligne d'information politique et générale dès le début des années 2000. Et contrairement à beaucoup d'autres médias en ligne qui sont apparus et ont disparu aussitôt, ces médias natifs gabonais, à l'exception aujourd'hui de *Gaboneco*, ont perduré pendant tout ce temps. Ensuite, ils se caractérisent par le côté professionnel en termes d'organisation (siège social, équipe rédactionnelle de plus de quatre individus dont au moins un journaliste permanent, enregistrement et autorisation de paraître au niveau de la HAC). Enfin, ces médias natifs du web publient régulièrement et leur notoriété sur le plan national est confirmé par l'ONG Reporters sans frontière (RSF). Pour pouvoir procéder à une analyse comparative entre les médias natifs et les médias traditionnels en vue d'évaluer la plus-value éditoriale des premiers, nous avons adjoint deux sites d'information numériques provenant de la presse traditionnelle, encore appelés éditeurs de presse en ligne. Il s'agit de *L'Union* et *Echos du Nord* qui sont les journaux privés les plus représentatifs dans le système médiatique gabonais. *L'Union* est perçu comme un média progouvernemental et *Echos du Nord* est connu pour la radicalité de son contenu contre le pouvoir politique établi.

Notre principal corpus est composé des articles publiés pendant la période des législatives 2018 par les sept médias en ligne susmentionnés. Cette période part du 25 septembre au 27 octobre 2018. Ce qui a permis de répertorier exactement 514 articles pris dans la rubrique politique des médias soumis à notre étude. La période des législatives 2018 a été choisie pour diverses raisons. Tout d'abord, cette élection est organisée dans un

⁵⁰. Schöpfel, J., Littérature « grise » : de l'ombre à la lumière. *I2D - Information, données & documents*, 52, 2015, p.28-29. <https://doi.org/10.3917/i2d.151.0028>.

contexte très tendu du fait de la crise post-électorale de la présidentielle de 2016 et des nombreux reports de cette élection, ayant entraîné la dissolution de l'Assemblée nationale par la Cour Constitutionnelle et la démission du Premier ministre et de son gouvernement. C'est dire le niveau de tension politique de cette période. Aussi, ce fut la première fois que l'organisation des législatives est couplée aux élections municipales. Une situation inédite qui animera davantage les enjeux politiques dans un pays où les campagnes électorales mettent toujours la société en ébullition. Par ailleurs, les législatives de 2018 sont la période adéquate pour mener notre étude dont le projet commence dès 2017. En effet, l'expérience de l'étude sur la presse en ligne dans le cadre du mémoire de Master nous a appris que les médias gabonais en ligne avaient des problèmes d'archivage d'anciennes publications ou pouvaient supprimer certains articles et plusieurs d'entre eux disparaissaient à court terme pendant que d'autres apparaissaient. C'est donc un milieu où les données changent assez rapidement. Pour éviter tous ces écueils et pour ne pas perdre des données sur les publications réalisées pendant la période d'étude, il a fallu faire le choix d'un cadre spatiotemporel où la collecte des données pouvait se faire au moment même (ou à des intervalles de jours réduits) de la diffusion des articles sur les sites d'information compris dans notre corpus. C'est là tout l'intérêt des différents choix qui ont été faits au niveau des médias en ligne, le répertoire des articles à analyser et la période d'étude. Pour ce qui est des méthodes d'analyse proprement dites, nous renvoyons le lecteur à la partie méthodologie susmentionnée.

Enfin, le travail de terrain a consisté à se rendre sur place à Libreville au Gabon, pour rencontrer les principaux acteurs de la presse gabonaise en ligne, ainsi que des administratifs de l'Autorité de régulation de la communication. Sur la base de grilles d'entretiens semi-directifs, adaptés aux différents profils d'acteurs rencontrés, nous avons pu effectuer 24 entretiens dont 18 entretiens avec les responsables et personnels (journalistes permanents, prestataires, stagiaires) des 5 médias natifs du web de notre corpus ; 1 entretien avec un journaliste de L'Union ; 1 entretien avec un journaliste d'Echos du nord ; 2 entretiens avec des agents de la Haute Autorité de la Communication (HAC) ; 1 entretien avec un journaliste de l'Agence Française de Presse (AFP) et 1 entretien avec un journaliste de l'Agence Gabonaise de Presse (AGP). Par ailleurs des questionnaires leur ont été soumis, portant essentiellement sur la recherche des données par rapport aux propriétaires et modèles économiques de ces médias, aux profils professionnels des acteurs de la presse en ligne, aux conditions socioprofessionnelles de leur activité par rapport aux contextes politiques, économiques et sociomédiatiques ; à leurs conceptions du pluralisme et du niveau de liberté dont ils pensent bénéficier ; au regard de chaque acteur sur la plus-value ou non des médias natifs dans le système médiatique gabonais. Tout ceci dans le but d'obtenir des données sur les conditions de production des informations des médias natifs gabonais afin de pouvoir s'en servir pour aider à l'interprétation de l'analyse de contenu des discours médiatiques issus des articles publiés pendant la période des législatives de 2018.

Annonce du plan :

Notre travail est divisé en trois grandes parties. La première partie est intitulée « Compréhension des concepts et approche méthodologique de l'objet ». Elle est répartie en deux chapitres. Le premier chapitre s'attèle à étayer les concepts clés et théories mobilisées afin d'en clarifier la compréhension et de préciser nos prises de position sur ces notions. Le second chapitre a pour intérêt de présenter la manière dont ces différents concepts vont être exploités méthodologiquement pour parvenir à répondre progressivement aux différentes questions de recherche, sinon aux hypothèses formulées. Ce chapitre revient donc à présenter la démarche méthodologique qui va conduire notre raisonnement tout au long de ce travail, en expliquant l'utilité des différentes approches utilisées par rapport aux objectifs de la recherche.

La deuxième partie est titrée « Approches sociohistorique et socio-communicationnelle de la presse gabonaise en ligne ». Également subdivisée en deux chapitres, cette partie introduit l'objet d'étude dans ses premières analyses pratiques en interrogeant la qualité des rapports entre les médias natifs du web et le système médiatique gabonais dans son ensemble. Le troisième chapitre fait état des relations d'interdépendance et des conflits entre le secteur médiatique et les espaces d'influence et de pression du monde politico-administratif. Le but est de mieux percevoir comment les rigidités sociopolitiques sont venues freiner l'essor des nouveaux médias numériques. Le quatrième chapitre interroge la situation économique et les rapports des médias natifs avec les facteurs exogènes qui influent d'une façon ou d'une autre sur le contexte de production des informations. Il s'agit *in fine* d'évaluer le niveau d'autonomie de ces nouveaux acteurs au sein du système médiatique gabonais.

La troisième et dernière partie est dénommée « Analyse de contenu des publications de la presse gabonaise en ligne et approche socio-discursive ». Comme l'indique l'intitulé, cette partie s'intéresse au texte, au discours médiatique issu des publications de l'ensemble des médias de notre corpus. On y recherche le discours journalistique propre à chaque média pour définir les identités éditoriales qui les caractérisent. Ceci afin de répondre aux hypothèses sur le cadrage médiatique et la juste représentation – ou pas - des oppositions politiques par les médias natifs, de même que la plus-value éditoriale de ces médias sur les thématiques politiques abordées par rapport aux éditeurs de presse en ligne. Pour ce faire, le cinquième chapitre est axé sur l'analyse lexicométrique des textes et le sixième chapitre sur l'analyse socio-discursive des discours médiatiques.

PREMIÈRE PARTIE :
COMPRÉHENSION DES CONCEPTS ET APPROCHE
MÉTHODOLOGIQUE DE L'OBJET

Mener une étude sur les médias dans un contexte spatio-temporel bien précis implique de prime abord de mettre en lumière les concepts et notions qui sous-tendent la trame scientifique de l'objet. Cette approche épistémologique permet à la fois de convoquer les auteurs et théories qui structurent et canalisent l'emploi des notions importantes au sujet afin de ne point bifurquer dans tous les sens ; choisir de manière efficiente et pertinente l'axe définitionnel à partir duquel nous prenons position par rapport aux différentes assertions théoriques tantôt complémentaires ou souvent contradictoires.

Ce travail aborde la question du pluralisme de l'information dans l'espace gabonais en période électorale par les nouveaux médias sur internet. Il met en jeu un certain nombre de concepts dont "le pluralisme" qui, fait écho à des notions telles que "la diversité" sur le plan démocratique, "la concentration" sur le plan économique et bien d'autres qui apparaîtront au fil du développement de notre sujet. Etant intéressé par l'analyse des contenus éditoriaux de la presse numérique, la question du cadrage et de cadre de l'information va aussi faire l'objet d'une profonde réflexion dans le déroulement de cette étude. L'importance de ces concepts par rapport au travail à mener est de nous conduire progressivement à découvrir comment et dans quelle mesure l'émergence des médias natifs du web ont apporté une plus-value dans le traitement de l'actualité politique au Gabon dans un contexte aussi sensible pour les médias que celui des élections. Dans un premier temps, nous serons amenés à définir les concepts de pluralisme, de cadrage et de presse en ligne en vue d'éclairer la compréhension de ces derniers et d'asseoir notre propre perception théorique sur le sujet. Ce qui va constituer notre chapitre premier.

Après cette étape d'ordre conceptuel, nous partirons du principe qu'on ne peut entrer dans le vif du sujet sans aborder l'approche historique devant permettre de situer l'objet d'étude (la presse gabonaise en ligne) dans son environnement. Il s'agira de procéder à une sorte d'état des lieux de la presse gabonaise en tentant de démontrer le rapport entre l'évolution du pluralisme politique et l'évolution de la presse gabonaise. D'une certaine façon, cette partie s'accorde avec la théorie des systèmes médiatiques (Frère M-S., 2016)⁵¹ qui explique que pour étudier et être en mesure d'expliquer les discours véhiculés par les médias, il est primordial de considérer le contexte de production dans lequel ils sont réalisés. Tel sera le contenu développé dans le second chapitre.

Enfin, dès que la clarification des concepts sera faite et la monstration des facteurs historiques traduisant l'évolution de la presse gabonaise abordée, et ce jusqu'à l'avènement de la presse nationale en ligne, nous allons interroger le cadre institutionnel et législatif dans lequel le système médiatique est organisé. Il s'agira surtout de s'intéresser à l'essor de la presse numérique au Gabon ; le statut qui lui est accordé (comment est-elle prise en compte dans le cadre constitutionnel) ; son niveau de régulation, si normalisation il y a par les autorités en charge de la régulation de la communication ; et l'économie politique de cette nouvelle presse. Dans cette partie, nous présenterons la concomitance qui s'établit entre les réalités sociopolitiques, économiques et les conditions de production des informations dans

⁵¹. La théorie des systèmes médiatiques consiste à « s'interroger sur le contexte d'émergence et de production des discours, la trame idéologique qui les sous-tend, la charge historique qui les marque et le contexte socio-politique ou institutionnel ». Marie-Soleil frère, *Journalismes d'Afrique*, Belgique, de Boeck, 2016, p. 16-17.

la presse gabonaise en ligne : relever les avantages conventionnels et les limites que l'on peut enregistrer dans cet écosystème de façon générale, avant de nous focaliser sur le cas particulier des médias natifs du web soumis à notre étude.

Chapitre I : Saisir le pluralisme dans ses dimensions politiques et médiatiques

I.1. Cadrage conceptuel du pluralisme

De façon générale, parler du pluralisme revient à avoir « une conception politique, sociale, économique, syndicale, qui admet la pluralité, la diversité des opinions, des tendances, etc »⁵². Cette définition permet un éclaircissement théorique basique qui exprime le caractère de ce qui relève d'un état de pluralisme ou encore d'un système organisationnel mettant en avant les principes du pluralisme. De cette assertion, on retient l'idée de l'acceptation de la multitude, de la différence, voire de la contradiction des points de vue et des façons de faire au sein d'une même entité sociale. En d'autres termes, cela est compris le plus simplement possible comme l'organisation des Etats-nations et des institutions internationales tolérant les différences en leur sein : on parle d'unité dans la diversité⁵³. Dans les Etats d'Afrique, comme partout ailleurs, la question du pluralisme dans l'organisation politique des sociétés qui en sont issues reste d'actualité. Au regard des difficultés de cohésion sociale établies dans certains pays pour des raisons de cohabitation entre différentes communautés ethniques, la fragilité des institutions nationales ne garantissant pas le fonctionnement effectif des règles du vivre ensemble, la contestation presque permanente des processus électoraux et bien d'autres problèmes, sont autant de maux qui justifient le caractère permanent de la quête vers un idéal de pluralisme toujours en construction.

Le développement des Technologies de l'information et de la communication (TIC) a apporté un élan d'espoir pour l'amélioration, voire la solution tant attendue dans les limites qui s'observaient encore jusque-là en matière de pluralisme. Une vision déterministe des technologies dont la théorie consiste à présenter l'évolution des techniques comme indépendante de la société, donc un facteur qui impacte l'organisation sociale. Ce mouvement a eu son moment de gloire avec la théorie du « village planétaire » ou « village global (*global village*) » de Marshall Mc Luhan pour qualifier comment les médias et le développement des technologies de l'information et de la communication ont accéléré le processus de mondialisation. Cette théorie résulte du fait de défendre qu'un changement technique entraîne un changement social (Vinck D., 1995)⁵⁴. Cependant, cette conception du déterminisme technologique est de plus en plus fortement contestée au profit de l'idée du « constructivisme social ». Une approche issue de la sociologie des usages qui limite

⁵². Définition issue du dictionnaire *Larousse*, Paris, Poche, 2020.

⁵³. « L'unité dans la diversité » est un concept vaste qui est à la fois au centre des réflexions dans la structuration des sociétés où la complexité des divisions est établie et dans la mise en œuvre des organisations internationales. Ainsi, de la création des Etats-Unis d'Amérique à l'avènement des institutions telles, l'Union Européenne, l'Union Africaine, la Communauté Economique et Monétaire de l'Afrique Centrale (CEMAC), la Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO), le défi aura toujours été de fédérer ou d'unifier différents pays, chacun dans ses spécificités sociétales, autour d'intérêts politiques et économiques communs afin de constituer une force collective sous la bannière d'une même entité.

⁵⁴. Dominique Vinck, *Sociologie des sciences*, Paris, A. Colin, coll, 1995, p.232.

l'essentialisme de la technologie sur la société et parle plutôt de « consensus ou d'appropriation » des innovations techniques par leurs usagers. C'est l'utilisateur qui en fonction de ses besoins donne de l'importance à la technologie (Jouët J., 2000 ; Proulx S., 2002)⁵⁵.

Développé surtout avec l'avènement d'internet, l'usage des TIC apportait l'espoir de pallier le manque de liberté des citoyens embrigadés par les régimes autoritaires présents sur bon nombre d'Etats, notamment les pays francophones d'Afrique centrale. La difficulté à instaurer un régime démocratique efficient dans cette partie de l'Afrique vient de plusieurs réalités, à l'instar d'instabilités politiques avec la guerre civile comme en Centrafrique par exemple ; la guerre contre le terrorisme au nord du Cameroun ; le repli identitaire et la confiscation du pouvoir par des régimes politiques difficilement remplacés depuis les révolutions de 1990 dans la plupart des pays de la sous-région (Guichaoua A., et al, 2016 ; Heungoup H., Tamba T., 2019)⁵⁶. Un système de gouvernance qui ne favorise pas la véritable émergence d'une liberté d'expression des populations et de l'importance sociale de la presse comme les éveilleurs de conscience de la société. C'est à ce titre que l'hypothèse positiviste d'internet comme catalyseur du processus démocratique dans les pays en voie de développement s'est présentée comme un atout pour la libéralisation de la parole, d'une certaine transparence dans le débat public et du partage de la connaissance vers la masse. Il s'agit d'un changement de paradigme au regard des bouleversements dans l'accroissement d'offres et biens culturels qu'apportent cette nouvelle technologie (Jouët J., Rieffel R., 2013)⁵⁷. Certaines réflexions iront jusqu'à insinuer qu'avec internet la question du pluralisme de l'information ne se poserait plus, tant la démocratisation, la diversité et le flux d'information deviennent une évidence (Baker E., 2007)⁵⁸. Une affirmation car largement nuancée par un certain nombre d'études démontrant que l'abondance d'information sur internet n'est pas forcément source de diversité, mais tend plutôt à favoriser la redondance des informations (Paterson, 2007 ; George et al, 2013)⁵⁹.

⁵⁵. Jouët Josiane, « Retour critique sur la sociologie des usages », in *Réseaux*, 2000, vol 18 n°100, pp. 487-521 / Proulx Serge, « Trajectoires d'usages des technologies de communication : les formes d'appropriation d'une culture numérique comme enjeu d'une société du savoir », in *Annales des télécommunications*, 2002, tome 57, n°3-4, pp. 180-189.

⁵⁶. Guichaoua André, et al, « Aspirations démocratiques et "démocraties autoritaires" en Afrique centrale. Introduction », in *Revue Tiers Monde*, 2016, vol.4, n° 228, pp. 9 à 21 / Heungoup Hans D.M., Tamba Theophilus, « Facteurs de résilience des régimes autoritaires en Afrique Centrale », in *Réseaux sociaux numériques et processus démocratiques en Afrique centrale : entre systèmes hégémoniques et nouveaux régimes de dissidence*, Bruxelles, Egmont Institute, 2019, pp. 19-27. Ces deux articles traitent de la difficulté à instaurer un régime démocratique efficient dans les pays d'Afrique centrale.

⁵⁷. Jouët Josiane, Rieffel Remy, *S'informer à l'ère du numérique*, Rennes, Presse universitaire de Rennes, 2013, p.11.

⁵⁸. Baker Edwin C., *Media concentration and Democracy*, New York, Cambridge University Press, 2007.

⁵⁹. Paterson, C., *International news on the internet: Why more is less. Ethical space* : The International Journal of Communication Ethics, 4 (1), 2007, pp. 57-66 / Eric George, et al, « internet et pluralisme de l'information : un point de vue du Québec », in, Franck Rebillard, Marlène Loicq, *Pluralisme de l'information et media diversity. Un état des lieux international*, Bruxelles, De Boeck Supérieur, 2013, pp. 211-230.

Cependant, les modalités qui correspondent à la définition du pluralisme que nous relevions déjà plus haut ne s'observent pas totalement, du moins dans son effectivité, dans la politique de gestion de plusieurs territoires africains. Dans la plupart des pays du continent se considérant comme des démocraties, il s'avère que les principes du pluralisme censés conduire les politiques publiques relèvent plutôt de la formalité que d'une véritable mise en place dans les faits. Le pluralisme étant intimement lié à la démocratie, on pourrait se permettre d'estimer qu'on ne puisse parler de démocratie sans pluralisme et de pluralisme sans démocratie. Pour mieux saisir le lien qui s'opère entre les deux, il serait approprié de revenir sur la définition du pluralisme, cette-fois ci en tant que concept pour mieux consolider la compréhension du terme dans son évolution et son usage à partir de différents champs disciplinaires.

I.1. 1. Le pluralisme, un concept lié à la démocratie

L'intérêt de mener des études sur le pluralisme dans le domaine des médias est d'usage contemporain. Il serait utilisé pour la première fois dans le cadre d'une réflexion philosophique en 1720 par le philosophe allemand Christian Wolff⁶⁰. Selon Rieszler, le pluralisme est perçu comme le principe fondamental sur lequel la plupart des sociétés occidentales construisent leur modèle d'organisation politique. Un modèle fondé sur la cohabitation entre différents groupes au sein d'une communauté ; la valorisation des libertés individuelles et des points de vue contradictoires. En d'autres termes, un cadre d'interactions entre citoyens où l'interculturalité, la pluralité des croyances religieuses et les idéologies politiques sont tolérées, à l'instar des républiques ou des démocraties. Ainsi, l'auteur donne des caractéristiques de ce qui fonde le pluralisme dans une société contemporaine :

« La perméabilité des frontières, la valorisation des échanges, la libre circulation des personnes, des idées, etc ; Un préjugé favorable à l'égard du principe du changement ; La société se définit par la réciprocité entre l'initiative individuelle et la sauvegarde collective des valeurs ; La liberté de l'individu constitue la valeur suprême ; La propriété privée constitue un appui essentiel à l'expression de l'individu ; L'État de droit doit être ni trop fort, ni trop faible ; Il y a acceptation de la persistance de tensions et de conflits ; Il y a une reconnaissance et un respect des différences ; On y voit un idéal d'un équilibre des rapports de force »⁶¹.

Toutefois, la question du pluralisme dans l'histoire de l'humanité n'a pas commencé avec les modèles d'organisation des sociétés modernes. Elle est d'inspiration ancienne et l'on pourrait choisir d'évoquer ses sources à partir des luttes religieuses et politiques nées depuis l'antiquité occidentale d'une part, ainsi que de l'imbrication entre les civilisations à la découverte du nouveau monde d'autre part (Taussig S., 2014)⁶². Le terme connaît plusieurs

⁶⁰. Reszler André, *Le pluralisme. Une idée dominante de notre fin de siècle*, Genève, Georg, 1990, p.5.

⁶¹. *Loc.cit.*

⁶². Taussig Sylvie, « La pluralité des mondes au miroir de l'Europe et de la Chine : pluralisme politique et pluralisme religieux dans un monde globalisé », *Le Philosophoire*, 2014/1 (n° 41), p. 139-158.

ceptions et on la perçoit aussi comme la résultante de moult évènements dans l'histoire des civilisations humaines ayant installé progressivement la démocratie comme le régime politique par excellence dans la plupart des sociétés contemporaines. Ce qui laisse entendre le lien historique et inextricable entre les deux notions. Dès lors, il serait intéressant de revenir brièvement sur cette genèse pour montrer la relation entre pluralisme et démocratie dans un premier temps. Ensuite, faire apparaître l'implication des médias dans ce cheminement, d'abord pour le cas de l'Occident, avant d'en venir au cas spécifique de la manifestation du pluralisme en Afrique. Préalablement, déterminons ce que l'on entend par démocratie.

I.1.1.1. Qu'est-ce que la démocratie ?

Ordinairement, on définit la démocratie comme une forme de gouvernement dans laquelle le pouvoir émane du peuple. Etymologiquement, le terme provient du grec ancien "*demokratia*" désignant « territoire et peuple (citoyens de la Cité) » et "*kratein*" signifiant « commander ». Elle traduit donc tout régime politique où les citoyens participent activement aux décisions politiques qui les concernent par le prisme de la souveraineté dont ils jouissent au sein d'une République⁶³. Bien que s'appuyant sur des principes généraux, à l'instar de la souveraineté des Etats et des peuples, le suffrage universel, les partis politiques libres, et les libertés publiques, la démocratie fait l'objet d'interprétations différentes selon les modalités de sa pratique. D'aucuns estiment que la démocratie n'est effective qu'à partir du moment où l'on conçoit la souveraineté populaire par le biais d'une « démocratie directe », c'est-à-dire, une situation dans laquelle le peuple vote directement les lois comme c'est le cas avec des référendums (Rousseau J.J, 2012)⁶⁴. D'autres en revanche, estiment la « démocratie représentative » qui passe par l'élection des élus du peuple comme étant le moyen le plus rationnel pour la gestion politique d'une République, l'idéal étant d'instaurer des mécanismes permettant le contrôle du pouvoir⁶⁵.

Par ailleurs, la démocratie n'est pas seulement définie sur le plan de la gouvernance. Elle peut aussi refléter un système de fonctionnement ou une façon de faire au sein d'une organisation, à l'instar d'un concours national ouvert à toutes les classes sociales sans discrimination de genre. Mais encore, elle se traduit par les valeurs autour de l'égalité et la

⁶³. Un Etat dit républicain répond à une forme d'organisation politique où le pouvoir est exercé par des représentants du peuple ; le Chef de l'Etat ne concentre pas tous les pouvoirs ; et la succession n'est point héréditaire. Une République se distingue donc d'un régime monarchique héréditaire, mais ne garantit non plus automatiquement la démocratie.

⁶⁴. Parmi les défenseurs de la démocratie directe, comme modèle par excellence de la souveraineté du peuple, on peut citer J.J Rousseau pour qui, la volonté du peuple représente la volonté générale dont on ne doit aliéner par le principe de représentation par une oligarchie d'aristocrate. Rousseau Jean Jacques, *Le contrat social*, Paris, Flammarion, 2012.

⁶⁵. Karl Popper, *Toute vie est résolution de problèmes. Tome2 : Réflexions sur l'histoire et la politique*, Arles, Actes Sud, 1998.

liberté défendues au sein d'une société. L'égalité serait de garantir aux citoyens les mêmes chances de réussite quel que soit l'environnement d'où l'on vient et que l'on soit riche ou pauvre ; les mêmes droits et soumission devant la loi ; elle permet également de prôner la méritocratie et la compétence comme qualités primordiales devant distinguer les citoyens dans les titres et hautes responsabilités de la société. La liberté quant à elle, c'est le droit d'assurer la protection et la valorisation de tout peuple à s'exprimer, à donner ses opinions et créer des initiatives individuelles (entreprises privées) ou collectives (associations civiles ou partis politiques).

Au regard de toutes ces déclarations étayant la notion de démocratie, on se rend bien compte qu'un élément ressort fondamentalement, c'est celui de la cohabitation ou l'unification d'un peuple souverain partageant un territoire en commun malgré les divergences d'opinions et d'intérêt qu'on peut y trouver. La démocratie n'exclut donc pas la diversité, les particularités ou les différences dans son ambition à promouvoir la cohésion sociale à partir d'un ordre établi basé sur des valeurs et des lois. C'est dans ce sens que l'idée du pluralisme, tout en tenant compte des intérêts du plus grand nombre sans ignorer ceux des minorités, s'est développée dans la gestion de la vie politique et publique des Etats. Et pour mieux comprendre cette évolution qui fait du pluralisme un facteur essentiel des démocraties modernes, observons que c'est aux luttes et transformations des sociétés depuis l'antiquité que l'on doit cette réalité.

I.1.1.2. Bref rappel historique et prémices d'un pluralisme : la pratique d'une forme de démocratie depuis Athènes jusqu'en Afrique

I.1.1.2.1. L'idée du pluralisme dans les pratiques de démocratie de l'antiquité à la modernité occidentale

La culture européenne est marquée par l'histoire des civilisations grecque et romaine. Lorsqu'on parle des origines de la démocratie dont les sociétés occidentales modernes se sont inspirées, on revient le plus souvent sur l'organisation politique de ces deux entités de l'Antiquité. Pour avoir une idée de ce dont il est question et voir le lien qui s'est toujours opéré entre pluralisme et démocratie dès cette ancienne époque, nous utiliserons deux principales sources dont les écrits de l'historienne française Claude Mossé (spécialiste de l'histoire de la Grèce antique) et de Martin Colas (spécialiste sur les représentations de l'antiquité romaine)⁶⁶.

L'idée d'un Etat qui tient compte des opinions issues de différentes strates de citoyens et l'existence des institutions de contrôle du pouvoir pour la construction et la prise de décision des affaires publiques et politiques est déjà identifiable dans la Grèce antique,

⁶⁶. Deux ouvrages principaux nous ont servi pour apprendre sur l'histoire du fonctionnement et organisation politique d'Athènes et Rome. Comme source pour la section à Athènes : Claude Mossé, *Histoire d'une démocratie. Athènes*, Paris, Seuil, 1971. Et la source pour la section à Rome : Martin Colas, *Le Monde romain*, Paris, Armand Colin, 1998.

notamment dans la Cité-Etat d'Athènes dès la fin du 7^{ème} siècle avant J.C. Le régime politique d'Athènes est qualifié de démocratie directe, car les citoyens athéniens ont la possibilité de participer activement à la vie publique de la Cité à travers des lieux de rassemblement comme "l'agora et l'Ecclésia". Dans ces espaces, le débat est valorisé et chaque citoyen peut prendre la parole pour émettre son avis et ses contradictions. Les décisions prises sont celles qui font la majorité dont le vote est fait à main levée : « *c'est l'âge d'or de la démocratie athénienne* »⁶⁷.

Les bribes du pluralisme dans l'organisation politique des civilisations anciennes se retrouvent aussi cités dans la Rome antique. Son organisation sociale nous renseigne sur les changements qui structurent les Etats démocratiques du monde occidental actuel. L'empire de Rome se présente comme l'une des premières républiques dans l'histoire à travers son système politique composé des assemblées populaires, des magistratures et du Sénat. Quoique contrairement à Athènes, Rome est resté pendant longtemps un système oligarchique du fait que la classe dirigeante était composée de familles nobles et riches. Au fil des siècles, et ce, jusqu'en 1789, année de la Révolution française, ainsi qu'à la période de la déclaration universelle des droits de l'homme (1948), l'instauration des mécanismes de contre-pouvoir réduisant la concentration du pouvoir pour plus de démocratie a fini par l'emporter. Actuellement, c'est ce régime politique qui définit la plupart des pays occidentaux.

Les démocraties occidentales telles la France, l'Allemagne, le Canada, les Etats-Unis, encore appelées les sociétés industrialisées, présentent leur modèle politique comme étant le plus adapté aux peuples aspirant à leur liberté et souveraineté. Ayant tous adopté le principe de démocratie représentative, car tous les citoyens ne pouvant exercer le pouvoir, l'implication de ces derniers dans la gestion de la vie politique se retrouve symboliquement représentée par des élus, incarnés par les pouvoirs exécutif, législatif, judiciaire et les organisations telles que la société civile et la presse. L'avènement des médias de masse dès les années 1930 avec le développement de la presse écrite, de la radio, de la télévision, du cinéma et dernièrement internet a davantage construit l'idée du pouvoir tacite des médias dans les sociétés contemporaines, dites démocratiques. L'essor des Technologies de l'information et de la communication (Tic) inaugure la place prépondérante et indispensable qu'occupe la communication dans les pratiques sociales et les enjeux internationaux de nos jours. On parle désormais de *société de la communication* (Miège B., 2007)⁶⁸. Les Tics

⁶⁷. Depuis le VI^{ème} siècle avant J.C, un certain nombre de lois judiciaires et politiques sont instituées par ces réformateurs pour favoriser la mise en commun des droits pour tous les citoyens athéniens : la participation des citoyens à la vie publique ; l'abolition de l'esclavage ; l'affranchissement des citoyens pauvres dépendant des riches aristocrates ; La subdivision de l'empire en dix tribus territoriales mettant les citoyens issus de chaque tribu au même pied d'égalité, d'où le principe d'isonomie (l'égalité de tous devant la Loi). Cette avancée vers l'organisation de la Cité d'Athènes à partir de la prise en compte de la pluralité des citoyens va s'affirmer au sortir de ce que l'on aura appelé les "guerres médiques" (490-470 avant J.C). Le peuple des cités grecques ayant joué un rôle important dans ce conflit qui les opposait aux Perses, leur présence et leurs avis s'imposeront de plus en plus dans l'espace public athénien. On assiste alors à l'avènement du pluralisme d'opinions et par extension de la démocratie.

⁶⁸. Miège Bernard, *La Société conquise par la communication. Tome III Les Tic entre innovation technique et ancrage social*, Grenoble, PUG, 2007.

participent à accroître le processus de démocratisation d'accès à l'information et de la communication, donc à la liberté d'expression et des opinions. Le pluralisme de l'information se trouve alors fort accentué aussi bien dans les pays du Nord que dans les pays du Sud. L'Afrique subsaharienne, à l'instar du Gabon n'est pas en marge sur cette réalité. Tout de même, bien avant la forme de démocratie occidentale instaurée aujourd'hui dans les Etats africains, il est à noter que les pratiques d'organisation ancestrale procédaient déjà d'une forme de démocratie pas très éloignée de celle des précurseurs athéniens. Certaines de ces traditions précoloniales ont été conservées dans diverses régions du continent pendant que d'autres en-ont juste gardé des vestiges après la colonisation.

I.1.1.2.2. La pratique du pluralisme dans les sociétés traditionnelles en Afrique subsaharienne

En Afrique, comme dans l'antiquité européenne, l'organisation de certaines sociétés traditionnelles connaissait déjà le principe d'assemblée collective dans les prises de décision pour l'ensemble de la communauté. Nelson Mandela, dans son autobiographie, le relevait déjà lorsqu'il se prononçait sur l'universalité de la démocratie comme n'étant pas le propre des civilisations occidentales, mais bien une vieille pratique dans certaines traditions africaines⁶⁹. Il s'agissait d'une organisation sociale et politique répondant au principe du pluralisme des opinions, du débat, de la concertation pour le maintien de l'ordre et de la cohésion sociale entre les villageois issus d'une même communauté ou de communautés différentes. Cette pratique basée sur la parole qui, dans plusieurs sociétés africaines traditionnelles était au centre de la vie, est "la palabre". Comme le souligne Diangitukwa :

« La palabre est ce lieu traditionnel de rassemblement à l'ombre duquel les citoyens s'expriment librement sur la vie en société, sur les problèmes du village, sur la politique à mener et sur l'avenir. C'est un mode ancestral de résolution et de règlement de litiges. C'est aussi une école de la vie, car les enfants viennent écouter des histoires racontées par un ancien du village. Les sociétés traditionnelles africaines puristes reposaient très largement sur la palabre comme mode de gouvernance ou de gestion des affaires publiques. Les acteurs venaient de différents horizons, et ils représentaient différents secteurs de la vie. »⁷⁰.

A partir de cette assertion, on déduit que les sociétés africaines se présentant aujourd'hui comme des démocraties à partir du modèle occidental avaient bien avant un système de pluralisme intégrant la diversité des hommes issus de la communauté, leurs idées et la non-concentration des décisions aux mains du seul chef de la tribu et de ses plus proches collaborateurs (le conseil des sages). La palabre était donc cet espace où les règles de l'administration de la communauté sont établies et rappelées afin que chaque individu soit parfaitement conscient de ses droits et devoirs. Aussi, en cas de conflit d'intérêts entre

⁶⁹. Mandela Nelson, *Un long chemin vers la liberté*, Paris : éditions Fayard. 1995.

⁷⁰. Diangitukwa Fweley, « La lointaine origine de la gouvernance en Afrique : l'arbre à palabres », *Revue Gouvernance*, vol.11, 1, 2014, pp.1-21.

les membres issus de la communauté ou de communautés différentes, la palabre servait à la fois à informer tout le monde, à donner la parole aux protagonistes et d'un commun accord à trouver des solutions (Hubert V., Mfouakoue L., 2011)⁷¹ ; le but étant de rechercher surtout la paix sociale plutôt que la pénalité. Les lieux où se déroulaient ces palabres et dont on peut encore percevoir l'existence dans certains milieux ruraux, se nommaient (ou se nomment) de différentes façons selon les régions et les ethnies : « *mbongi chez les Kôngo ; imbizo en Afrique du Sud ; un arbre en Afrique centrale et en Afrique de l'Ouest (baobab) ou rarement la maison du chef ; gacaca au Rwanda* »⁷².

Au Gabon, en général, on parle du « corp de garde », nommé en langue fang « *abê* » ou en punu « *mulebi* ». Ce lieu à palabre n'a plus la même teneur sociale que par le passé. Il continue de rassembler les indigènes dans les régions les plus reculées des grandes villes pour régler certains litiges primaires, pour des réunions de cérémonies ou pour de simples conversations. Mais lorsqu'il s'agit de prendre de grandes résolutions d'ordre administratif, la compétence pour le faire est désormais réservée à l'administration moderne, celle de la force publique nationale qui définit les lois, sanctionne et règle les problèmes cruciaux fussent-ils posés dans des régions rurales très isolées du pays. Cette démocratie ancestrale participative et directe a perdu de sa valeur au profit de la démocratie dite moderne du modèle occidental, quoique certains Etats de l'Afrique subsaharienne ont pu conserver cette pratique coutumière dans la gestion de certaines situations de la vie sociale et politique. C'est le cas au Ghana où coexistent administration publique de l'Etat et chefferie traditionnelle tel le royaume des *Ashantis* ; les royaumes *Indénié* ou *krinjabo* en Côte d'Ivoire ; les chefferies *bamiléké* au Cameroun ; ou encore le royaume coutumier *Mpongwé* au Gabon. Ces confréries traditionnelles sont parfois sollicitées ou intégrées par les décideurs politiques pour participer à la prise de décisions et de résolutions sur certains conflits internes à chaque société. Pour ce faire, sont instaurées des Associations des rois et chefs traditionnels qui, en Côte d'Ivoire servent de médiation pour apaiser les tensions, à l'instar de la crise ivoirienne en 2002 (Perrot C., 2006)⁷³ ; « *les houses of chiefs* » au Ghana qui sont officiellement reconnues par l'Etat et subventionnées. Au Gabon par contre, la chefferie traditionnelle ne joue aucun rôle dans la vie publique nationale, leur pouvoir relevant plus du symbolique. Il n'en demeure pas moins qu'au-delà du manque d'influence véritable dont font montre ces chefferies traditionnelles dans cette forme de démocratie participative moderne à laquelle on les associe parfois, on assiste à une forme de contribution ou de pluralisme de points de vue dans la gouvernance des nouvelles républiques de l'Afrique subsaharienne.

⁷¹. Hubert Vincent, Mfouakoue Léopold, *Culture du dialogue, identités et passage des frontières*, Paris, éditions des Archives contemporaines, 2011, p. 79.

⁷². Diangitukwa Fweley, *op.cit.*

⁷³. Perrot Claude-Hélène. « Chefs traditionnels : le cas du sud-est de la Côte d'Ivoire », in *Afrique contemporaine*, vol. 217, no. 1, 2006, pp. 173-184.

I.1.1.3. Le modèle démocratique de référence dans les Etats d'Afrique centrale actuels

Manifestement, les pays de l'Afrique centrale dont le Gabon, ont adopté le modèle de démocratie et de république occidentale. Bien entendu, cela relève plus d'un héritage colonial que d'un choix optionnel qui se présentait devant eux. Et comme nous l'avons signifié plus haut, les institutions traditionnelles qui organisaient les sociétés dans les anciennes colonies françaises ont été pratiquement niées par le colon. Ce qui a progressivement entraîné un effet d'assimilation des dispositions sociétales allant de la structure familiale à l'organisation administrative et politique de ces sociétés. Ainsi, au sortir de la colonisation pour les indépendances, la nouvelle classe dirigeante et l'élite n'ont fait qu'adhérer ou tenter de copier la démocratie occidentale basée sur la représentation des élus par le peuple à partir d'élections organisées et de la mise en place d'institutions de régulation de pouvoir établies par Montesquieu : le pouvoir exécutif, le pouvoir législatif et le pouvoir judiciaire. C'est dans ce format démocratique que le Gabon tout comme le reste des pays de l'Afrique centrale sous ancienne domination française évoluent telle les deux Congos, le Cameroun et la République Centrafricaine.

Cette démocratie moderne de la représentativité a ses avantages malgré tout ce qu'on peut lui reprocher par rapport au contexte culturel africain⁷⁴. De prime abord, il serait illusoire de pratiquer une démocratie directe dans une grande société. La démocratie représentative est sans nul doute la plus adaptée pour permettre à l'ensemble de la masse de participer d'une façon quelconque à la vie publique par le biais des votes des élus à l'Assemblée nationale et du président de l'exécutif. En outre, la démocratie moderne implique le principe d'égalité entre tous les citoyens, aussi bien le bas peuple (pauvres), les nantis que les hommes du pouvoir politique, tous sont égaux devant la loi et investissent pour le bien commun. Cette égalité rejoint l'objectif d'équité en ce sens qu'on donne à chaque citoyen les mêmes chances de réussite, de partage équitable de richesse et le droit d'obtenir en fonction des besoins et du mérite. Enfin, le modèle de démocratie occidentale suggère la liberté politique qu'Aristote définit comme le fait « *d'être tour à tour gouvernant et gouverné* » (Jobart J-C., 2006)⁷⁵ par le principe d'élections régulièrement organisées. Bien entendu, tout ceci est l'ordre de l'idéal théorique que promeut la démocratie sans pour autant que toutes ces valeurs ne soient observables dans les régimes dits démocratiques.

I.1.1.4. La Presse, entre rapport de force avec des régimes politiques et vecteur essentiel pour la démocratie

⁷⁴. Diangitukwa Fweily estime dans sa réflexion que le mimétisme de l'application des règles de démocratie occidentale dans la gouvernance des Etats africains par les politiques et l'élite africaines est une des raisons profondes qui explique la difficulté de ces pays à entamer un véritable processus de développement. Pour lui, il faudrait trouver le juste milieu entre le mode de gouvernance occidentale et celui coutumière à l'Afrique : reconsidérer « la palabre » comme valeur fondamentale dans la gestion de nos Etats africains actuels, car plus adaptée aux réalités culturelles de ces derniers.

⁷⁵. Jobart Jean-Charles. « La notion de Constitution chez Aristote », in *Revue française de droit constitutionnel*, vol. 65, n°1, 2006, pp. 97-143.

Aux dispositions constitutionnelles relatives à la régulation du pouvoir des pays démocratiques dont les systèmes de contre-pouvoir relevés précédemment, s'est ajoutée la Presse. En effet, considérée comme un pouvoir tacite dans plusieurs Etats, à l'instar du Gabon, la presse joue un rôle indéniable comme outil de démocratisation des libertés entre gouvernants et gouvernés. Elle met en relation le peuple (citoyens) et les autorités publiques (pouvoirs politiques) en portant et rendant visibles les discours, les contradictions, les identités et les aspirations de ces deux entités de la société. Dans une certaine mesure, on pourrait prétendre que la presse est aujourd'hui ce qu'était l'agora à Athènes et ce qu'était la palabre dans l'Afrique traditionnelle au sens où elle permet l'intermédiation des nouvelles de la cité entre les populations et les gouvernants. La presse participe donc à mettre en évidence la vie sociale d'une communauté, d'une nation dans toute sa diversité. Mais pour arriver à ce stade, il a fallu qu'elle parvienne à s'imposer face aux pesanteurs sociopolitiques rencontrées tout au long de son histoire. Et aujourd'hui encore, la presse fait toujours l'objet de luttes pour s'affirmer dans les sociétés modernes, notamment en Afrique centrale où elle est encore perçue comme un outil de propagande pour des régimes politiques cherchant à tout prix à la contrôler.

Malgré les avancées que l'on peut observer dans plusieurs Etats africains en termes de liberté de la presse, il n'en demeure pas moins que les acteurs doivent encore faire face aux restrictions de liberté, aux injustices et assassinats des journalistes, surtout en temps de crises. Une étude réalisée par l'Institut Panos en 2000 sur les médias pour la démocratie en Afrique centrale souligne cet état de fait en ces lignes :

En Afrique centrale, dans les pays en conflit « les médias connaissent de graves restrictions légales et illégales : il en est ainsi des saisies et interdictions au Burundi, de la "chasse aux sorcières" au Congo-Brazzaville, de l'autocensure et de l'adoption du conformisme ambiant en RDC et au Rwanda »⁷⁶.

Ceci n'est pas le propre de l'Afrique, car partout ailleurs, la presse a toujours été et reste encore l'objet de luttes pour sa liberté, son pluralisme et la démocratie contre la censure par les pouvoirs politiques. L'histoire de la presse en Occident en est une illustration.

I.1.1.5. Liberté, pluralisme et démocratie, une quête perpétuelle pour la presse

L'évolution de la presse en Occident ne s'est pas construite sans obstacles, bien au contraire. En effet, quoique l'on attribue la naissance de la presse sous le format journalistique dès le XVII^e siècle avec la naissance en Europe des « gazettes » dont en France « La Gazette » de Théophraste Renaudot en 1631, il reste que cette presse était fortement limitée par la censure, voire sous le contrôle absolu du pouvoir royal. On ne pouvait donc pas encore parler d'un journalisme à proprement parler, car la liberté éditoriale et le pluralisme d'opinion politique n'étaient pas admis. Toutefois, une autre forme éditoriale appelée « les mercures » et parue dès 1636 en Europe lança la pratique d'une presse d'analyse et d'opinion politique. Le caractère subversif de ce genre de

⁷⁶. Institut Panos Paris, *Afrique centrale. Des médias pour la démocratie*, Paris, Karthala, 2000, p. 19.

publication par rapport au contexte politique de cette période dominée par des régimes impériaux ne facilitera pas la circulation des informations qui y sont traitées, notamment en France.

Les *gazettes* se contentaient d'informer de façon laconique, c'est-à-dire, pas de commentaires sur les décisions gouvernementales, sur la vie des princes et des diplomates, ainsi que sur les affaires religieuses et économiques. En revanche, les *mercures* allaient plus loin dans la transcription des faits de société. Ils y contenaient des interprétations et des analyses politiques. Il s'agit là de ce que les rédacteurs de ces bulletins d'information ont appelé le « *dévoilement de l'action politique* ». Cela qui consistait à révéler les pratiques politiques du pouvoir (des princes) dont les intentions n'étaient pas souvent clairement identifiées ; se singulariser dans les spécificités éditoriales et les thèmes abordés, ainsi que dans les orientations politiques⁷⁷. De fait, la nature des informations s'étant métamorphosée avec les rédacteurs des *mercures* comparée à ceux des *gazettes*, ces derniers se qualifient de « *nouvellistes* » et même de « *journalistes* » pour se distinguer des « *gazetiers* », d'autant plus que progressivement ils vont acquérir une certaine autonomie financière en vivant de leur plume. Ce qui coïncide avec l'une des caractéristiques du journaliste moderne dont la majorité des revenus doit provenir essentiellement de son activité⁷⁸.

On peut donc conférer à l'écriture des *mercures* le début d'une presse journalistique à partir du niveau de liberté, de la pluralité éditoriale, et la stratégie de financement dont elle a fait montre. La Révolution française en 1789 a permis une réelle avancée et conscience des droits de la presse, traduit dans l'article 11 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen qui édicte que : « tout citoyen peut parler, écrire, imprimer librement ». Toutefois, cette liberté de la presse ne sera pas définitivement acquise et continuera à connaître des rebondissements au fil des siècles. Du XIX^{ème} siècle avec le retour du musèlement affirmé de la presse par Napoléon, au XX^{ème} siècle avec l'avènement des médias audiovisuels dans un contexte « *d'explosion journalistique de la libération* » (Amouroux H., 1995)⁷⁹, jusqu'au XXI^{ème} siècle avec internet et le développement des médias en ligne, la presse reste toujours l'objet de sanctions et de persécutions à l'échelle mondiale. Dans de nombreux Etats d'Afrique aujourd'hui, en dépit des changements opérés dans certains pays, les acteurs

⁷⁷. Comme exemple, deux bulletins d'information sous le format des *mercures* illustrent la pluralité des lignes éditoriales qui ont commencé à s'implanter dans la presse dès le XVII^{ème} siècle en Europe : *L'Esprit des cours de l'Europe* se démarque par ses vives attaques contre le pouvoir politique de Louis XIV à travers sa satire, voire son ton moralisateur montrant ainsi son engouement républicain ; tandis que *Les Mémoires historiques* pour le siècle courant va se distinguer par son positionnement pro-catholique et son respect envers les monarques. <https://cahier-de-prepa.fr/mp1-janson/download?id=986>. Consulté le 2 novembre 2020.

⁷⁸. En France, l'Article 2 du Chapitre premier de la Loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse, modifiée par la Loi n°2010-1 du 4 janvier 2010, en son article 2, définit le métier de journaliste comme suit : « *Est considérée comme journaliste au sens du premier alinéa toute personne qui, exerçant sa profession dans une ou plusieurs entreprises de presse, de communication au public en ligne, de communication audiovisuelle ou une ou plusieurs agences de presse, y pratique, à titre régulier et rétribué, le recueil d'informations et leur diffusion au public* ».

⁷⁹. Amouroux Henri « De la presse de la Libération à la presse d'aujourd'hui », in *Communication et langages*, n°103, 1995. pp. 4-24.

de la presse sont encore malheureusement sujets « à la répression – assassinats, arrestations, détentions et censure – et leur activité est entravée par toutes sortes de pressions politiques et économiques (...) »⁸⁰.

Malgré l'évolution de la démocratie dans les Etats contemporains, le combat pour une presse libre et pluraliste reste une quête continue, notamment avec la concentration des médias par des grands groupes financiers pouvant fragiliser l'indépendance éditoriale dans les grandes démocraties occidentales (France, Italie, Allemagne) ; le contrôle de la presse par le pouvoir politique dans les régimes proches du communisme (Chine, Vietnam, Russie), ainsi que son musèlement dans les pays en mal de démocratie ou en démocratie balbutiante (Gabon, Cameroun, RDC). On retient tout de même qu'à travers l'histoire des sociétés occidentales et dans l'Afrique précoloniale, la pratique du pluralisme dans la gestion administrative des affaires de la communauté a toujours été manifeste. Au gré de son évolution, il a conduit à ce que progressivement se construise et se conceptualise l'idée et la pratique des principes de la démocratie. Cette dernière s'est donc bâtie à l'aune de l'aspiration des peuples à revendiquer et lutter pour légitimement participer et décider aux décisions devant collectivement engager leur avenir. En Afrique subsaharienne, dont l'Afrique centrale, précisément au Gabon, le cadre de référence étant le modèle de démocratie représentative, la question du pluralisme reste fondamentale lorsqu'il s'agit de s'intéresser aux mécanismes de fonctionnement sociopolitique de ces Etats, sinon de toutes les démocraties modernes. D'où l'intérêt qu'on peut y trouver dans plusieurs disciplines scientifiques.

I.1.2. La compréhension du pluralisme dans différentes sciences

La notion de pluralisme n'est pas l'apanage d'une seule science, mais relève bien d'un concept utilisé dans plusieurs domaines. Nous voulons relever la signification que ce terme peut avoir dans différentes disciplines avant d'arriver aux acceptions ou définitions que lui donnent les sciences de l'information et de la communication. Cette approche définitionnelle est le lieu pour nous de cerner le concept de pluralisme dans sa complexité et d'arriver à obtenir des indices déterminants pouvant nous permettre de la caractériser selon l'objectif de notre travail.

I.1.2.1. La conceptualisation du pluralisme comme objet de recherche pluridisciplinaire

Dans sa dimension philosophique, le pluralisme fait référence à différentes possibilités d'étudier et de comprendre les choses en vue d'obtenir une description plus complète et aboutie d'un domaine particulier. C'est dire qu'on ne peut se limiter à une théorie ou une approche unique lorsqu'on cherche à expliquer rationnellement certains phénomènes naturels. En philosophie, le pluralisme est donc une doctrine qui admet la pluralité des êtres, des phénomènes comme étant à la fois multiples, indépendants et ne

⁸⁰. Marie Soleil-Frère, *op.cit.*, p. 121.

pouvant se réduire à une seule substance (Kellet S., et al, 2006)⁸¹. Ainsi, il s'oppose aux principes de réductionnisme (un seul moyen), du monisme (doctrine de l'unité) et du dualisme (doctrine de la dualité).

De façon plus concrète, pour ne pas dire moins philosophique, le pluralisme se conçoit comme « *la coexistence de différents groupes ethniques, religieux et idéologiques* » dans la société moderne (Berger P., Luckmann T., 1967)⁸². Cette conception d'une dimension sociologique laisse apparaître une attitude de tolérance dans l'acceptation mutuelle de la diversité de groupes et parfois de contradiction de la vision du monde. En sociologie, le pluralisme combat alors l'uniformisation de la pensée dans le corps social. Bien que l'objectif d'une nation soit d'unifier le peuple dans un idéal commun, cela ne revient pas à exclure ou nier les différences. Bien au contraire, cela consiste à tenir compte des divergences et souvent des tensions qui peuvent naître de ces divergences pour susciter la réflexion et les débats dans le but de ne point exclure les opinions minoritaires au profit d'une pensée dominante. Le lien avec la conception philosophique du pluralisme serait justement de considérer « l'être » (qui se traduirait en sociologie par « le citoyen ») comme étant un élément par essence indépendant et complexe qui ne peut se réduire à une pensée unique.

En science politique, le pluralisme s'entend comme un système d'organisation qui reconnaît et accepte la diversité des opinions, de leurs représentants et des partis politiques qui les incarnent. Selon Bernard Reber :

« (...) l'intérêt d'associer un plus grand nombre de personnes à des processus politiques est très limité si ceux-ci défendaient le même avis ou les mêmes causes. C'est bien pour répondre à la diversité de ceux-ci que les systèmes politiques contemporains imaginent des solutions honorant plus ou moins bien la requête du pluralisme, tout en veillant à une certaine stabilité de la société. Si le pluralisme peut mettre cette dernière au défi, le multipartisme et certaines garanties constitutionnelles sont une expression et la preuve du rôle central de celui-là dans l'exercice démocratique, voire pour son perfectionnement »⁸³.

Cette assertion épouse l'idée développée plus haut selon laquelle le pluralisme constituerait l'un des fondements de la démocratie. Il implique la reconnaissance des partis politiques dans un régime de pluralisme politique conféré par la constitution d'un Etat. De fait, la liberté d'opinion et d'expression dont jouissent les populations permet d'alimenter le débat public et plus loin donne l'occasion aux membres de la société de participer à la gestion politique de la cité par le biais de processus électoraux. « *Le respect du pluralisme est*

⁸¹. Keller Stephen H., Longino Helen E., Waters Kenneth C., *Scientific pluralism; volume XIX in Minnesota Studies in the Philosophy of Science*, Presse Universitaire du Minnesota, 2006, p.248.

⁸². Berger Peter L., Luckmann Thomas, « Aspects sociologiques du pluralisme », In *Archives de sociologie des religions*, n°23, 1967. pp. 117-127.

⁸³. Bernard Reber, « Pluralisme », in Casillo I. avec Barbier R., Blondiaux L., Chateauraynaud F., Fourniau J-M., Lefebvre R., Neveu C. et Salles D. (dir.), *Dictionnaire critique et interdisciplinaire de la participation*, Paris, GIS Démocratie et Participation, 2013, ISSN : 2268-5863.

devenu une norme dans les théories politiques contemporaines, souvent démocratiques et libérales, dans le sens politique du terme »⁸⁴.

Habituellement, lorsqu'on parle de pluralisme, on est plus orienté vers la tendance des politiques publiques à mettre en place des stratégies de valorisation et de protection de la vie démocratique au sein de la société. Pour y parvenir, les médias constituent un des moyens indéniables par lequel cet idéal se construit. Car, il faut le noter, bien avant que les sciences de l'information et de la communication ne s'intéressent véritablement à la question du pluralisme comme phénomène d'étude scientifique, ce sont les pouvoirs publics qui se sont le plus investis dans les travaux allant dans ce sens en vue de réguler le système médiatique pour l'amélioration de la démocratie à partir des médias. Puis, avec le déploiement des médias de masse et l'impact d'internet entraînant un bouleversement des pratiques et usages de l'information, les SIC se saisissent dorénavant de la question. Partie des travaux précurseurs anglosaxons depuis plus de deux décennies, la recherche francophone, notamment en France, s'y est aussi engagée.

Dans le contexte africain, plusieurs études se sont déployées sur cette problématique liée au pluralisme dans les divers systèmes médiatiques. On pourrait noter les travaux menés par Marie-Soleil Frère⁸⁵ où l'auteure tente à chaque fois de décrire les évolutions et transformations de la presse africaine à partir de son histoire dans plusieurs Etats de l'Afrique subsaharienne. Elle ne manque pas non plus de démontrer son rôle dans le changement de régime politique de pays en Afrique partant du monopartisme au multipartisme. Une révolution politique qui aboutira à l'officialisation du pluralisme de la presse qui était difficilement admise dans l'ancien régime, notamment pour ceux des médias hostiles au pouvoir en place. Ainsi, depuis le « printemps africain » des années 1990 à la révolution numérique avec internet, la presse africaine a été à la fois le témoin des événements qui se sont déroulés, mais aussi, a contribué à la transformation de la société africaine du point de vue sociopolitique. A ces travaux, on ajoutera la thèse de Moustapha Sow qui va s'inscrire dans la même lignée de recherche en faisant le lien entre les bouleversements politiques du Sénégal dès 1990 ayant conduit au pluralisme médiatique de la presse sénégalaise. Quant à la recherche entreprise par Bateng Heugène, « *Le développement de l'information au Cameroun* »⁸⁶, le pluralisme médiatique de la presse camerounaise y est analysé à la lumière de ses combats et de ses avancées. Au Gabon, l'organisme international qu'est l'Unesco emboîte le pas avec « *L'Etude sur le développement des médias au Gabon* »⁸⁷ dirigé par Boyomo Assala et Mbede Emmanuel pour faire état et évaluer le niveau de pluralisme des médias gabonais.

⁸⁴. *Loc.cit.*

⁸⁵. Marie-Soleil Frère, *Médias d'Afrique. Vingt-cinq années de pluralisme de l'information (1990-2015)*, Paris, Karthala, 2015. En outre, sa participation dans le projet : Institut Panos paris, *Presse francophone d'Afrique. Vers le pluralisme*, Paris, L'Harmattan, 1991.

⁸⁶. Bateng Heugène, *Le développement de l'information au Cameroun*, L'Harmattan Cameroun, 2014.

⁸⁷. Boyomo Assala, Mbede Emmanuel, *Loc.cit.*

I.1.2.2. L'étude du pluralisme portant spécifiquement sur les médias

La conception que l'on a du pluralisme dans les études en Sic sont assez complexes. Ceci est dû au fait que le pluralisme fait appel à diverses notions dont il devient parfois difficile de cerner les liens et les différences, à l'instar des notions telles que la diversité, la pluralité et la concentration. Ces expressions reviennent assez régulièrement lorsque l'on cherche à analyser un système médiatique au prisme du pluralisme, notamment l'information journalistique. Selon Franck Rebillard et Marlène Loicq (2013), en France, le pluralisme de l'information renvoie généralement à une problématique citoyenne. C'est-à-dire qu'il est perçu comme :

« (...) une conception normative du rôle des médias en démocratie et interroge la capacité du journalisme, et plus largement des industries médiatiques à éclairer les citoyens. Le pluralisme est alors géré institutionnellement par un ensemble de règles amenant l'implication de l'Etat dans la production et la diffusion d'information »⁸⁸.

C'est dire que le rôle des pouvoirs publics dans la mise en place des normes devant accompagner l'effectivité du pluralisme dans le secteur des médias est prégnant, car il revient aux deux entités que sont les gouvernants et les acteurs médiatiques de mettre le citoyen dans des conditions favorables à son éveil de conscience. Le pluralisme serait donc vu comme un état d'hétérogénéité médiatique privilégiant la pluralité des sources d'information, la prolifération et diversité des opinions et la limitation de la concentration des médias. Dans la recherche française, on a tendance à différencier pluralisme et diversité alors que la frontière dans l'usage des deux termes est infime. En effet, si le pluralisme fait plus référence à l'organisation du système dont la mission est de faire ressortir différents points de vue comme le préconisent les politiques publiques, la diversité quant-à-elle, est plus axée sur le contenu des médias pour y rechercher l'expression de la pluralité culturelle qui se traduit dans une société donnée.

Toutefois, cette différenciation entre pluralisme et diversité est moins affirmée dans les travaux anglosaxons. Bien au contraire, les deux terminologies sont employées indistinctement. Thomas Gibbons met les deux termes au même pied d'égalité en faisant simplement la distinction entre pluralisme interne (la diversité des contenus dans un média) et le pluralisme externe (la diversité des sources médiatiques)⁸⁹. Dans le même ordre d'idée, Goyle Gillian soutient que le pluralisme est rationnellement associé à la diversité des médias, à la représentation des voix multiples, aux diverses opinions politiques et à la manifestation des cultures au sein des médias. Pour lui, la responsabilité des médias est d'offrir aux citoyens une diversité et pluralité des sources et des contenus médiatiques⁹⁰.

⁸⁸. Franck Rebillard, Marlène Loicq, *Pluralisme de l'information et media diversity. Un état des lieux international*, Bruxelles, De Boeck, 2013, p. 7.

⁸⁹. Gibbons Thomas, *Regulating the Media*, Londres, Sweet et Maxwell, 1998, p. 31.

⁹⁰. Doyle Gillian, *Media Ownership*, Londres, Sage, 2002, pp. 11-12.

En outre, le concept de la *media diversity* dans la recherche anglaise englobe les significations de pluralisme et diversité. Partir de l'analyse théorique de *la media diversity* revient à prendre en compte la représentation des opinions, la représentation de la société, l'étude empirique de la diversité des sources médiatiques et l'analyse des contenus. C'est concevoir l'information journalistique comme le produit d'un système comme le souligne M-S. Frère estimant que pour comprendre le contenu des médias, il importe de considérer les éléments au-delà des productions journalistiques qui concourent au fonctionnement d'un système médiatique, notamment les relations entretenues par les acteurs de la presse avec d'autres acteurs politiques, sociaux, voire économiques⁹¹. Denis Mc Quail, un des plus éminents spécialistes de la question atteste que la *media diversity* a été conceptualisée pour mieux évaluer le niveau de diversité existant ou obtenu dans un système médiatique. Selon lui, les politiques relatives au pluralisme ayant émergé avec l'avènement des démocraties modernes, du journalisme et des médias de masse, le développement actuel des médias numériques avec internet et la floraison d'informations diverses et variées qui l'accompagnent nécessitent donc une « *régulation du pluralisme à l'ère du numérique, qu'on aurait tort de croire naturellement réalisée à l'aune d'une abondance pas forcément synonyme de qualité de l'information* »⁹². Ce qui nous intéresse particulièrement, car travaillant sur la production de l'information dans la presse en ligne.

Internet a inévitablement entraîné une massification et une variété des contenus. Les théories optimistes sur internet le présentent comme le moyen par providence qui répondrait à la préoccupation d'une diversité illimitée de l'information, donnant ainsi de la visibilité médiatique aux minorités culturelles et aux sujets difficilement mis en agenda dans les médias classiques (Cardon, 2012)⁹³. Jusqu'au milieu de la décennie 2000, la plupart des rapports officiels ont présenté la diversité de l'information comme naturellement acquise à partir du grand nombre de sources d'information qu'on retrouve sur internet et, contrairement à Mc Quail, trouvaient inutiles, voire indésirables l'intervention de l'Etat en ce domaine. Parmi ces études en France, on retrouve le rapport de Lancelot en 2005 affirmant que la productivité accrue d'informations en ligne est une garantie de la diversité. Les rapports de Tessier en 2007 et Giazzi en 2008 sont allés dans le même sens. Cités par Franck Rebillard, Tessier précise que grâce aux moteurs de recherche par exemple, on peut tomber plus aisément sur les avis et positions traités dans la presse. Ce qui correspond à « *tout l'éventail des courants d'expression démocratique* » ; Giazzi de rajouter que la « *liberté de*

⁹¹. Frère Marie-Soleil, *op.cit*, p. 15.

⁹². McQuail Denis, « La diversité de l'information dans toute sa diversité : évolution d'un concept pour les médias et les politiques publiques », in Rebillard Franck, Loicq Marlène (*dir*), *Pluralisme de l'information et media diversity. Un état des lieux international*, opcit, pp. 19-38.

⁹³. Cardon Dominique, « La démocratie Internet. Entretien avec Dominique Cardon », in *Transversalités*, vol. 123, n° 3, 2012, pp. 65-73.

l'information a explosé avec internet » et ainsi amenuisé l'effet de la concentration des médias⁹⁴.

Cependant, d'autres études ont tendance à relativiser le niveau de diversité qu'on retrouve dans la multitude d'informations en ligne. Depuis le XX^{ème} siècle, les politiques de régulation des médias ont toujours estimé que la meilleure stratégie pour favoriser la diversité des opinions dans l'information journalistique était de lutter contre la concentration des propriétaires des médias. Cette méthode n'a pas souvent donné les résultats escomptés. Avec internet et la libéralisation des sources d'information, une analyse sur la diversité de l'information aux Etats-Unis menée par David Pritchard et Christopher Terry (2013) a présenté le fait que d'une part, la prolifération du contenu n'est pas forcément synonyme de diversité de l'information ; et d'autre part, malgré la présence de la différence des points de vue, les internautes recherchent rarement des opinions qui s'écartent de la leur⁹⁵.

Nonobstant les limites de la diversité en ligne, il est manifeste qu'internet a renouvelé la question du pluralisme pour ce qui est des modalités du débat démocratique en ayant permis de réduire considérablement les fossés entre information publique et information privée ; public élitiste et public populaire. Comme le souligne Dominique Cardon, *C'est « l'expression de toutes les catégories sociales »*⁹⁶. Celle-ci peut se traduire par l'interactivité et l'intrusion des amateurs dans le processus de production de l'information, sans omettre la prolifération des espaces de publication, ainsi que la réduction des coûts et délais de diffusion de l'information. Bonville et Charon (2004) parlent d'un environnement médiatique hyperconcurrentiel⁹⁷. Ce qui a pour conséquence de conduire à une « *circulation circulaire des informations* » (Bourdieu P., 1996)⁹⁸, c'est-à-dire, la rediffusion rapide et sans vérification des informations autour de sujets similaires entre les sites d'information. Ce que Franck Rebillard (2007) a appelé le « *retraitement des nouvelles* »⁹⁹. Ne remettant pas en cause les transformations innovantes apportées par le numérique dans l'organisation, la production, la diffusion et les pratiques de consommation de l'actualité en ligne, la diversité

⁹⁴. Rebillard Franck, Marlène Loicq, « Intervention des pouvoirs publics et recherches sur le pluralisme et la diversité en France », in Rebillard Franck, Marlène Loicq, op.cit., pp. 79-96.

⁹⁵. Pritchard, David, et Christopher Terry. « Politiques publiques de communication et diversité de l'information aux États-Unis », Franck Rebillard éd., *Pluralisme de l'information et media diversity. Un état des lieux international*. De Boeck Supérieur, 2013, pp. 61-77.

⁹⁶. Cardon Dominique, *La démocratie internet. Promesses et limites*, Paris, Seuil et la République des Idées, 2010.

⁹⁷. Bonville Jean, Charron Jean, « Le journalisme et le marché : de la concurrence à l'hyperconcurrence », in Bonville Jean, Brin Colette, Charron Jean, *Nature et transformation du journalisme - Théorie et recherches empiriques*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2004, pp. 273-317.

⁹⁸. Bourdieu Pierre, *Sur la télévision, suivi de L'Emprise du journalisme*, Liber, Raisons d'agir, 1996.

⁹⁹. Rebillard Franck, « L'externalisation des activités de création dans les ICIC. A propos des tendances observables dans le secteur de la presse », in *Actes du colloque Mutations des ICIC*, 2007. http://www.observatoire-omic.org/colloque-ici/omic_itic_atelier11.php_5. Consulté le 9 novembre 2020.

d'informations qu'on y retrouve reste déséquilibrée. Non seulement, le poids des sites de médias professionnels et les grandes plateformes d'infomédiaires influent sur la hiérarchisation des sujets en ligne (Marty E., 2013)¹⁰⁰, mais aussi le mouvement de concentration de la propriété des médias n'est pas sans incidence sur les contenus médiatiques en termes de pluralisme.

Pourtant, cette conception du pluralisme limitée par la concentration des grands sites d'information et d'infomédiaires aurait pu être relativisée à partir de l'interactivité entre les producteurs d'information et l'utilisateur qui, à son tour peut réagir à travers des espaces de discussion ou les réseaux sociaux numériques (RSN). On parle alors d'une double fonction de l'utilisateur qui devient à la fois lecteur et producteur de l'information (Flichy P., 2010)¹⁰¹. En effet, grâce au web collaboratif, les individus ne seraient plus des consommateurs passifs des informations publiées par les médias dominants. Pour Bruns (2008), on est passé du *gatekeeping* à un *gatewatching*, c'est-à-dire que les internautes contributeurs auraient progressivement acquis la faculté d'influencer les choix faits par les journalistes dans la sélection de l'information et ce grâce à leur capacité de mobilisation (Marty et al, 2012)¹⁰². L'intervention des internautes dans la publication de leurs propres informations et leurs réactions dans les espaces de commentaire dans certains sites d'informations sont censées leur conférer une certaine indépendance en les affranchissant de la logique éditoriale des grands médias et par ricochet contribuer au pluralisme informationnel qui en découle (Rebillard F., Touboul A., 2010)¹⁰³.

Cependant, cette précédente observation relevant d'un idéal de pluralisme sur internet est à relativiser du fait des limites sur son potentiel démocratique, traduites par une forme de désillusion ou de désenchantement (Badouard R., 2017)¹⁰⁴. En effet, il est manifeste qu'internet a permis une démultiplication des sources d'information donnant la possibilité aux récepteurs de devenir émetteurs, donc de démocratiser quantitativement l'expression de la parole à tout type de citoyen. Cet atout n'a pas forcément fait l'objet d'une diversification qualitative de l'information, car la rumeur, la désinformation et la propagande circulent pleinement sans véritables restrictions. Ce niveau de liberté qui, pour Badouard correspond au projet politique incorporé dans l'architecture même d'internet,

¹⁰⁰. Marty Emmanuel, et al, « Appréhender le pluralisme de l'information sur le web français : le projet de recherche Ipri », in Rebillard Franck, Marlène Loicq, *op.cit.*, pp. 189-207.

¹⁰¹. Patrick Flichy, *Le sacre de l'animateur, Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Paris, Le Seuil, 2010.

¹⁰². Marty Emmanuel, et al. « Diversité et concentration de l'information sur le web. Une analyse à grande échelle des sites d'actualité français », *Réseaux*, vol. 176, no. 6, 2012, pp. 27-72.

¹⁰³. Rebillard Franck, Touboul Annelise, « Promises unfulfilled ? "Journalism 2.0", user participation and editorial policy on newspaper websites », in *Media, Culture and Society*, 2010, pp. 323-334. <http://mcs.sagepub.com/content/32/2/323>. Consulté le 9 novembre 2020.

¹⁰⁴. Badouard Romain, *Le désenchantement de l'internet. Désinformation, rumeur et propagande*, Limoges, FYP éditions, 2017.

aboutit à ce que l'on appelle le « pluralisme radical » (Paré M., Desberats P., 1998)¹⁰⁵. C'est dire qu'internet est devenu le lieu de clivages, du renforcement des divisions idéologiques où les extrêmes s'affirment au détriment d'un processus d'information mettant en confrontation des opinions différentes pour favoriser le débat (Dolbeau-Bandin C., Jaubert E., 2019)¹⁰⁶. Se pose alors la question de la crédibilité de la profusion d'informations présentes sur les sites internet lorsqu'à ce problème de dérégulation de publications informationnelles s'est ajouté le phénomène des *fakenews*. Au demeurant, la dynamique impulsée dans les médias numériques, source d'une abondance de flux d'informations, reste une donnée intéressante pour l'analyse des tendances médiatiques sur internet, comme l'indique Pélissier. Mais il n'en demeure pas moins qu'une grande majorité des usagers seraient plus enclins à accorder du crédit aux sites d'informations professionnels entretenus par des journalistes (Pélissier N., et al, 2002)¹⁰⁷.

Aussi, bien qu'internet ait favorisé l'émergence de sites d'information exclusivement numériques (appelés encore *pure players*)¹⁰⁸ à côté des médias en ligne existants et souvent dominants, car plus anciens et mieux organisés, il reste que plusieurs de ces acteurs émergents se heurtent à la réalité économique du journalisme. Souvent structurés comme des *start-ups*, la plupart de ces nouveaux services de journalisme en ligne ont du mal à trouver un modèle économique viable. Une entreprise médiatique ne pouvant assurer sa pérennité que sur la base d'une activité économique plus ou moins rentable ou en équilibre, beaucoup de ces acteurs disparaissent au fil du temps. Ce qui entrave d'une certaine façon l'essor du pluralisme dans ce champ d'activité. Il s'agit là de concevoir l'économie politique des sites d'information en ligne comme un facteur du pluralisme sur internet.

¹⁰⁵. Le « pluralisme radical » s'entend comme la pleine liberté donnée aux individus non professionnels de l'information à pouvoir publier leurs opinions aussi controversées soient-elles sur les réseaux informatisés. L'avènement d'internet dans la décennie 90 a suscité de l'optimisme chez certains auteurs qui trouvaient que cette forme de participation publique mettant en lumière les avis de simples citoyens engendrait un espace public souvent ignoré par les médias classiques. Ce qui serait un avantage pour la valorisation du débat démocratique. Ils soulignent toutefois l'aspect de la fiabilité des informations provenant de ces nouvelles sources de publication en rappelant la nécessité de soumettre aux acteurs de la presse en ligne les mêmes règles professionnelles que celles des journalistes certifiés. Paré Michèle, Desberats Peter, *Liberté d'expression et technologies nouvelles*, Montréal, IQ Collectif.Orbicom, 1998.

¹⁰⁶. Dolbeau-Bandin Cécile, Elsa Jaubert. « Romain Badouard, Le désenchantement de l'internet. Désinformation, rumeur et propagande, Limoges, FYP Éditions, 2017, 179 p. », *Réseaux*, vol. 216, no. 4, 2019, pp. 253-256.

¹⁰⁷. Nicolas Pélissier, et al, « L'information en ligne : un nouveau paradigme pour le journalisme ? », in *Pragmatiques des communications instrumentées*, Paris, L'Harmattan, 2002, pp. 21-63.

¹⁰⁸. *Pure player* est un faux anglicisme se traduisant en français par "tout en ligne". Le terme désigne une entreprise exerçant dans un secteur d'activité unique non diversifié. L'expression s'est popularisée dans la recherche française pour signifier les sites d'information exerçant exclusivement en ligne sans version physique. Aussi, on parle de "site natif de l'internet" pour les distinguer des autres sites tels ceux des médias traditionnels et des infomédiaires et pour rappeler l'origine de ceux d'entre qui ont ensuite pu développer des offres éditoriales hors ligne en complément de leur édition numérique.

Nikos Smyrnaioi développe suffisamment ce champ de réflexion du lien de cause à effet entre le modèle économique des *pure players* (encore appelés les natifs du web) et le niveau de diversité propre à chaque média (pluralisme interne), ce qui de facto, détermine les conditions générales du niveau de diversité dans l'ensemble de la presse en ligne (pluralisme externe). Pour ce dernier, les sites natifs de l'internet n'ayant pas des politiques économiques aussi rentables que celles des grands médias, ils n'ont d'autres choix que de parier sur des stratégies éditoriales différentes pour pouvoir obtenir une place dans le marché journalistique. Cette méthode incite à créer un modèle d'affaire et un style d'organisation de couverture médiatique différents de ceux des médias dominants. Ceci se traduit par la mise en pratique de diverses stratégies dont : le refus de s'inscrire dans l'agenda médiatique dominant, ce qui passe par la mise en exergue d'une originalité dans la couverture de l'actualité délaissée ou sous-traitée par les grands médias ; une meilleure gestion de la temporalité en s'excluant de la logique de réactivité de l'information qui, comme l'a indiqué Amandine Degand, est presque un impératif dans les rédactions en ligne des médias traditionnels¹⁰⁹. A partir d'une étude sur trois sites natifs de l'internet français (Rue89, Owni, Arrêt sur images), Smyrnaioi arrive à la conclusion que la pérennité et la diversité des contenus de la presse en ligne dépendent incontestablement des stratégies économiques que chaque site d'information adopte et adapte en fonction de son public.

I.1.2.3. La question du pluralisme autour des médias en Afrique

La question du pluralisme de l'information ou des médias d'information ne manque pas d'être soulevée dans le contexte africain. Toujours dans l'optique de relever comment le concept du pluralisme est défini dans les approches en Sciences de l'information et de la communication, présentons ici certains travaux ayant abordé la problématique sous l'auspice de l'espace médiatique des Etats africains, notamment de l'Afrique subsaharienne francophone avec une préférence pour l'Afrique centrale. Un choix justifié simplement par le fait que le Gabon, pays d'Afrique centrale, est notre espace d'investigation. Aussi, il apparaît qu'historiquement, certains pays de l'Afrique centrale ont pratiquement connu les mêmes trajectoires dans la progression de leurs systèmes médiatiques. En effet, les anciens pays de l'A.E.F (*Afrique Equatoriale Française*)¹¹⁰ que sont aujourd'hui le Gabon, le Tchad, la Centrafrique et le Congo Brazzaville et qui, ensuite, va s'incorporer dans L'Union Française¹¹¹

¹⁰⁹. Degand Amandine, « Le multimédia face à l'immédiat. Une interprétation de la reconfiguration des pratiques journalistiques selon trois niveaux », *Communication*, Vol. 29, n°1. <http://communication.revues.org/2342>. Consulté 11 novembre 2020.

¹¹⁰. *L'Afrique-Équatoriale française* (A.E.F.) était un gouvernement général regroupant au sein d'une même fédération quatre colonies françaises d'Afrique centrale entre 1910 et 1958 dont le Gabon, le Moyen-Congo (devenu la République du Congo), l'Oubangui-Chari (devenu la République centrafricaine) et le Tchad.

¹¹¹. *L'Union française* est l'organisation politique de la France et de son empire colonial créée par la Constitution de la Quatrième République. Elle associe la métropole et les départements d'outre-mer aux colonies françaises administrées par la France sous la forme de territoires d'outre-mer. Le Cameroun s'y intègre en 1940 dans le cadre de *l'Afrique française libre* pendant la seconde guerre mondiale. Et c'est en 1959 que cette éphémère communauté française composée des nouvelles Républiques vont se regrouper au sein d'une

en y ajoutant le Cameroun, ont une évolution presque similaire quant à l'évolution de leurs médias respectifs. Partant de la période coloniale à l'indépendance jusqu'aux révolutions des années 1990, les événements historiques sur les plans politique et médiatique sont semblables.

Dans l'état actuel des choses, on peut encore retrouver des similitudes dans le système médiatique de ces différentes Républiques, nonobstant quelques particularités en termes d'avancées ou de retards. La République centrafricaine, qui connaît une forte crise sécuritaire depuis plus de huit ans et ayant retardé son développement dans plusieurs domaines dont celui des médias, en est un exemple patent. On constatera ainsi que la plupart des travaux axés sur les médias dans cette partie du continent relèvent assez souvent des réalités qui ne se distinguent profondément pas, surtout lorsqu'il s'agit d'analyser les caractéristiques de la presse nationale sous le prisme du pluralisme.

Pour ce faire, le travail de Diamouangana sur la question de l'espace public des médias au Congo-Brazzaville nous édifie sur les conséquences engendrées par le pluralisme médiatique qui y a été manifeste depuis la rupture du pays d'avec le monopartisme. La presse au Congo commence officiellement avec la création de *La Semaine de l'A.E.F.* en 1952 et devient *La Semaine Africaine* en 1961. Il est aujourd'hui le plus ancien journal indépendant de la République du Congo. À l'origine pour la propagande religieuse catholique, ce journal va progressivement s'immiscer dans l'actualité sociopolitique contre le régime autoritaire en place et semble désormais plus docile face au pouvoir congolais. L'avènement de la presse indépendante, longtemps mise à mal par le pouvoir au profit des médias gouvernementaux, a permis l'établissement d'un espace public de confrontation des idées favorisé par la liberté d'expression et d'opinions, fruit de l'instauration du multipartisme. Le pluralisme médiatique s'avère donc en théorie un moyen privilégiant le débat public qui permet à la société civile de s'exprimer librement et ainsi participer indirectement à la vie politique¹¹². Toutefois, l'auteur ne manque pas de souligner tout le désenchantement survenu à la suite de la floraison des médias privés dont la plupart est restée figée aux intérêts de partis politiques. Ce qui limite la dynamique que devrait constituer l'espace public, du fait du manque d'indépendance de la presse, des pesanteurs d'ordre politico-économique et socioculturel qui entravent considérablement la liberté des médias : on parle d'une « *fébrilité du pluralisme médiatique* »¹¹³. Sur une note positive, Diamouangana évoque le fait que l'espace public congolais pourrait s'améliorer en termes de pluralisme d'opinions et d'opportunité d'expression libre à partir des possibilités qu'offrent les TIC. L'exploitation d'internet et l'utilisation des téléphones portables ont

association intérimaire nommée *Union des Républiques de l'Afrique centrale* (URAC) avant d'accéder à la pleine indépendance en 1960.

¹¹². Diamouangana Gilles Alain, *Vie et mort des médias au Congo-Brazzaville (1989-2006) : contribution de La Semaine Africaine à l'émergence d'un espace public*, Sciences de l'information et de la communication, Université Michel de Montaigne - Bordeaux III, 2013, p. 399. <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00988028/document>. Consulté 15 novembre 2020.

¹¹³. *Ibid*, p. 403.

bouleversé les pratiques de consommation de l'information¹¹⁴. Grâce à l'instantanéité et l'interactivité qui caractérisent la toile, la presse en ligne offre une alternative intéressante pour les professionnels de l'information comme pour les profanes qui peuvent à la fois s'informer et informer, et ce avec aisance dès lors qu'on possède un terminal électronique adapté et une connexion au réseau internet.

On pourrait aussi citer les nombreuses études menées sur les dispositifs des médias camerounais en termes de représentativité sociale. Une problématique ayant un lien étroit avec la question du pluralisme dans les médias si l'on considère cette dernière comme la mise en évidence des opinions contradictoires et la diversité des identités des forces vives de la société représentées dans les médias. Le travail entamé par Simon Ngono sur la question de la reproduction de la dominance sociale dans les médias au Cameroun, nous donne un aperçu de la manière dont le pluralisme est exercé dans ce milieu. Sans remettre en cause l'acquis d'un pluralisme médiatique né de « *l'ouverture de la pluralité politique et de la démonopolisation médiatique* » des années 1990 dans la presse camerounaise, il n'en demeure pas moins que les médias ne sont pas toujours porteurs de valeurs démocratiques, mais constituent aussi une « *instance de reproduction des hiérarchies de la dominance sociale* ». En considérant l'analyse de contenu réalisée sur des émissions de deux chaînes de télévision camerounaises, l'auteur étaye son affirmation à partir des résultats qu'il en tire : prédominance des acteurs issus du parti politique dominant dont principalement le pouvoir en place au détriment des autres sensibilités politiques ; faible représentation de la société civile ; domination des hommes et forte invisibilité des femmes. En somme, tout en restant modeste quant à la non-exhaustivité de cette recherche, elle démontre que l'espace public médiatique au Cameroun ne reflète pas toutes les composantes de la société, sinon de façon disproportionnée. En d'autres termes, « *l'instance médiatique contribue à maintenir la hiérarchie sociale* »¹¹⁵.

D'autres travaux ont plus ou moins démontré le caractère limité du pluralisme de l'information dans la presse camerounaise, surtout lorsqu'il s'est agi d'analyser le rapport entre médias et politique. Thomas Atenga avait déjà engagé une étude dans ce sens en interrogeant le lien entre la presse privée camerounaise et le pouvoir. De cette étude, il a indiqué les difficultés d'une presse indépendante à pouvoir se mouvoir et s'épanouir librement dans un contexte fortement dominé par l'ingérence politique qui opprime les journalistes, musèle les médias et met en place tout un mécanisme politico-juridique de conservation fragilisant indéniablement les principes du pluralisme existant dans cet environnement médiatique. De ce fait, on assiste à une subordination des médias au champ

¹¹⁴. Dibakana Mouanda Jean-Aimé, « NTIC et dynamiques sociales en Afrique : l'exemple du téléphone portable au Congo-Brazzaville », in Kiyindou Alain (dir.), *Cultures, technologies et mondialisation*, Paris, L'Harmattan, 2010, p. 25-36.

¹¹⁵. Simon Ngono, « Les dispositifs médiatiques comme lieu de (re)production de la dominance sociale. Illustration à partir des débats télévisés au Cameroun », in *Revue Oudjat*, vol.1, n°1, 2018, pp. 1-11. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01723750/document>. Consulté le 16 novembre 2020.

politique camerounais¹¹⁶. Presque dans la même lancée, Emmanuel Béché se focalise sur la présence des acteurs politiques camerounais sur internet, notamment l'usage et les objectifs qu'ils en font. Tenant compte de la cyberprésence des acteurs institutionnels, les contenus de leurs sites sur leurs blogs et réseaux sociaux dont *facebook*, il en vient à la conclusion que même sur le net, les rapports de force que l'on observe dans la vie politique réelle s'y répercutent. Pour les acteurs politiques au pouvoir, la stratégie est celle d'occuper le plus largement possible les espaces d'expression politique. Tandis que pour les acteurs de l'opposition, l'enjeu est d'avoir une certaine visibilité sur le plan national (ce qui n'est pas toujours facile avec les médias publics nationaux), et de se faire entendre à l'international¹¹⁷.

Au Gabon, la question du pluralisme dans la presse n'est pas en marge et suscite bien de l'intérêt au même titre que dans d'autres Etats contemporains comme nous l'avons indiqué précédemment. Anaclet Ndong Ngoua fut parmi les premiers à avoir abordé ce sujet sur le plan scientifique. Sa thèse de doctorat en 1999 portait déjà sur le pluralisme dans la presse d'Afrique subsaharienne d'expression francophone avec comme cas spécifique le Gabon. Il conçoit le pluralisme de l'information comme la manifestation de la liberté d'expression et d'opinion traduite dans les faits par le nombre et la variété des organes de presse, sans omettre les conditions sociétales de son effectivité. Il met en lumière les limites des contenus médiatiques gabonais pour ce qui est de la satisfaction des attentes multiples et diverses des populations et des organismes publics. Selon lui, malgré l'avancée de la presse gabonaise en termes de pluralisme, elle ne constitue malheureusement pas un contre-pouvoir efficient, le fonctionnement de la société dans sa globalité (politique, économique, juridique et même culturelle) ne favorisant pas l'émancipation et l'efficacité du système médiatique. Pour mieux développer et asseoir l'essor d'une presse répondant aux aspirations des gabonais, aux droits politiques et à la mondialisation de l'information, Ndong Ngoua propose une restructuration de l'activité journalistique dans son organisation, sa gestion et sa réappropriation des TIC¹¹⁸.

Des organismes internationaux de coopération avec l'Afrique et le Gabon en particulier tels l'Institut Panos Paris et l'Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la Culture (UNESCO) ont également investi dans un certain nombre de travaux visant au développement des médias nationaux. Dans le projet « Afrique centrale, Des médias pour la démocratie », plusieurs chercheurs et professionnels des médias en Afrique, sous le label de l'Institut Panos, se sont réunis pour effectuer un travail d'ensemble sur l'état des lieux des médias en Afrique centrale. L'objectif principal de ces travaux condensés dans

¹¹⁶. Atenga, Thomas. « La presse privée et le pouvoir au Cameroun. Quinze ans de cohabitation houleuse », in *Politique africaine*, vol. 97, no. 1, 2005, pp. 33-48.

¹¹⁷. Béché Emmanuel, *L'Internet en politique au Cameroun : Usages, cyberprésence et enjeux démocratiques*, communication orale au colloque international Les médias au Maghreb et en Afrique subsaharienne : Formes discursives, publics et enjeux démocratiques, Berne, 13-15 juin 2013. https://orbi.uliege.be/bitstream/2268/151255/1/Beche_Internet_politique_Cameroun.pdf. Consulté le 17 novembre 2020.

¹¹⁸. Ndong Ngoua Anaclet, *Vers le pluralisme de la presse en Afrique noire francophone : le cas du Gabon*, Presses universitaires du Septentrion, 2002, 1164 pages.

un même projet a été d'étudier le niveau de pluralisme dans le système médiatique des différents pays d'Afrique centrale composant cette sous-région (Burundi, Cameroun, Centrafrique, Congo, République Démocratique du Congo, Guinée Equatoriale, Rwanda, Tchad et Gabon). Dans ce cadre de la recherche, le pluralisme est ici appréhendé comme l'ensemble des modalités institutionnelles mises en place pour favoriser la liberté de la presse, le développement des médias devant participer à la bonne gestion des affaires publiques, à côté des autorités politiques, afin d'aboutir à une meilleure pratique des principes de la démocratie. Entre autres :

« Il n'y a pas de "système politique capable de pratiquer la démocratie" s'il ne compte pas "de nombreuses institutions sociales, culturelles et politiques comportant – c'est une condition sine qua non – des oppositions (...) Et parmi ceux-ci une presse qui soit le creuset de l'opinion publique »¹¹⁹.

Pour ce qui est du Gabon particulièrement, cette étude a révélé que malgré le pluralisme médiatique reconnu dans la législation et la pluralité observable des entreprises de presse (radio, télévisions, journaux), il reste difficilement effectif dans le fond. Cela se caractérise par l'ingérence des politiques dans la presse ; la dépendance à l'Etat de l'Autorité de régulation des médias ; la fragilité économique de la presse privée ; l'inaccessibilité des sources officielles par les journalistes ; le manque de promotion efficace des cultures nationales traditionnelles. Toutes ces difficultés entravent considérablement le rendu de l'information des médias nationaux et ne contribuent pas à éclairer le citoyen gabonais et le rendre autonome et vigilant dans sa perception des réalités qui l'entourent, face aux enjeux politiques pour lesquels ses choix sont déterminants.

Dans ce même élan, un autre travail sur le développement des médias au Gabon réalisé par l'Unesco s'est intéressé à étudier le niveau de pluralisme et les défis liés aux enjeux de la presse privée nationale. L'étude part du postulat selon lequel les médias libres et pluralistes peuvent contribuer à la transparence, au dialogue et à la responsabilité des autorités politiques envers leurs citoyens. Toutefois, les conclusions émises dans ce projet révéleront plusieurs anomalies parmi lesquelles : la trop forte implication des politiques (pouvoir, opposition) comme premiers propriétaires - directement ou indirectement - des médias, ceci en violation du code de la communication¹²⁰ ; l'absence d'équité et d'impartialité dans le traitement de l'information, surtout avec les médias publics qui priorisent les activités du pouvoir politique au détriment des citoyens dans leurs différentes composantes ; la faible mobilisation de la société civile sur les questions des médias sauf en période d'élection ; et le problème de la formation institutionnelle des ressources humaines en journalisme, car un bon nombre étant formé « *sur le tas* ». Bref, développer une bonne

¹¹⁹. Institut Panos Paris, *op.cit.*, p. 19.

¹²⁰. L'article 15, du troisième chapitre de la Loi n°019/2016 du 09 août 2016 portant Code de la Communication en République Gabonaise, stipule que : « *Ne peuvent être propriétaires ou dirigeants d'une entreprise de communication ou d'une entreprise des métiers de la cinématographie, les personnes ci-après : Le Président de la République ; les membres d'une institution institutionnelle ; les membres du gouvernements ; les agents de collectivités locales ; les magistrats ; les dirigeants des établissements publics et des autorités administratives indépendantes (...) les membres du directoire d'un parti politique* ».

stratégie de bonne gouvernance dépend aussi de la contribution d'une presse indépendante, libre et pluraliste¹²¹.

Un peu plus proche de nous, Ovoudaga Delsione met en exergue le caractère pluraliste de l'utilisation d'internet par le corps social gabonais. En analysant l'usage de *Facebook* par les politiques et les populations gabonais, ainsi qu'une page d'information qu'est *Infoskinguélé*, il montre comment les réseaux sociaux numériques contribuent à l'émergence d'une nouvelle tribune de débat à côté des espaces publics traditionnels. En permettant la participation et l'expression des populations à travers des groupes de débats publics sur *Facebook* comme celui d'*infoskinguélé Libre*, les RSN se présentent comme un moyen de libéralisation de la parole au cœur des enjeux politiques. Comme pour répondre à l'insatisfaction de certains individus ou groupe d'individus vis-à-vis des médias publics, ces espaces d'échanges numériques offrent aux internautes la possibilité de diffuser et de débattre de l'actualité de façon plus libre sans restriction ethniques ou idéologiques. C'est ainsi le lieu où se déploie une « *forme d'engagement politique qui se manifeste par l'affirmation de son obédience et la défense et/ou valorisation de son leader sur n'importe quel sujet exposé à la Une de cette tribune* »¹²².

Ainsi, internet se trouve être un atout indéniable dans la contribution pour la liberté d'expression et par extension d'un pluralisme des opinions. Ce qui n'est pas très éloigné de notre objet d'étude basé sur le pluralisme de l'information dans la presse gabonaise en ligne. Mais avant d'en arriver sur ce point précis, tentons d'élaborer, au regard des approches conceptuelles du pluralisme que nous avons énumérées dans cette revue de littérature scientifique, une synthèse issue de ces diverses traditions.

I.1.2.4. Le pluralisme face à la concentration de la propriété des médias

Nous avons déjà mentionné la notion de concentration plus haut lorsqu'il a fallu parler de l'interventionnisme des autorités de régulation contre la concentration de la propriété des médias pour favoriser le pluralisme dans un système médiatique. Il s'agit dans ce sous point d'aborder la question de la concentration des médias de manière un peu plus profonde en s'appuyant sur quelques traditions de pensée s'étant emparées de la notion. De prime abord, on entend par concentration des médias l'appartenance d'un ensemble d'entreprises médiatiques de masse à une même entité organisationnelle, qui peut être un individu ou un groupe d'individu, ou encore une entreprise morale détenant une action majoritaire. Il faut noter que la pratique de la concentration dans le système capitaliste est ancienne et est le fait du marché de la concurrence et de la fusion acquisition des entreprises médiatiques. Toutefois, elle soulève des inquiétudes sur les valeurs

¹²¹. UNESCO, PIC, *Etude sur le développement des médias au Gabon. Etude basée sur les indicateurs de développement des médias de l'UNESCO*, Paris, Ed. UNESCO, 2013.

¹²². Marcy Delsione Ovoudaga, « Les réseaux sociaux du web et les nouvelles formes d'engagement politique au Gabon : le cas de Facebook », *French Journal For Media Research*. <https://frenchjournalformediaresearch.com:443/lodel-1.0/main/index.php?id=1678>. Consulté le 26 novembre 2020.

démocratiques de l'espace public contemporain dès lors qu'on reconnaît aux médias la capacité d'influencer d'une certaine manière cet espace public et indirectement ses priorités. L'exigence démocratique d'une pluralité des opinions et la représentativité des minorités au niveau de la presse se retrouvent possiblement mises en cause avec ce phénomène de concentration des médias.

Parmi les facteurs explicatifs de la concentration des médias, il y a la publicité et la concurrence que se livrent les médias pour attirer les annonceurs. L'industrie des médias repose sur un marché extrêmement concurrentiel imbriqué sur des stratégies de financement diverses, parmi lesquelles les ressources publicitaires sont déterminantes pour le fonctionnement et la pérennité de certaines entreprises médiatiques. Dès lors, le contenu informationnel des éditeurs de presse peut être orienté pour attirer davantage des annonceurs en leur offrant de meilleurs vecteurs de publicité dont l'audience. La taille de l'audience publicitaire engendrée par un média devient ainsi un enjeu majeur qui vient à avoir une certaine influence sur le contenu du média. L'économie de marché devient un facteur déterminant des choix rédactionnels avec pour potentielle conséquence la perte de la diversité et de la qualité de l'information (Sonnac N., Gabszewicz J., 2013)¹²³. Et pour maximiser les recettes publicitaires par l'augmentation des audiences, une stratégie de contrôle de plusieurs supports s'est mise en place par les régies commerciales. Cela passe par les couplages publicitaires dans la presse d'une part, une stratégie des régies de publicité consistant à lier plusieurs titres qui s'accordent à offrir en commun un tarif avantageux dans leurs espaces et d'autre part la mise en réseaux des médias audiovisuels (radio, télévision) qui décident de diffuser un même programme à la même heure. La concentration économique des médias semble alors corrélée à l'importance du marché publicitaire (Toussaint-Desmoulin, 2015)¹²⁴. L'emploi de cette démarche conduit vers la création de grands groupes qui progressivement occupent un statut oligopolistique en s'assurant des rentrées publicitaires importantes. Mais pour garantir le pluralisme des médias dans ce marché publicitaire, il est nécessaire de veiller à l'expression de la diversité des contenus et à l'indépendance des journalistes. Pour ce faire, les pouvoirs publics interviennent de façon directe et indirecte sur la gestion des médias. A travers les autorités de régulation, l'Etat peut imposer ou en empêcher la diffusion de certains contenus par la censure ou les quotas de diffusion. Aussi, il peut se permettre de contrôler l'organisation des marchés en réglementant la concentration¹²⁵ et l'accès aux recettes publicitaires. Tout ceci dans le but d'assurer une certaine diversité dans le système médiatique qui ne devrait pas se retrouver

¹²³. Sonnac, Nathalie, Jean Gabszewicz. « V. Diversité et qualité des contenus médiatiques », in Nathalie Sonnac, *L'industrie des médias à l'ère numérique*. La Découverte, 2013, pp. 85-98.

¹²⁴. Toussaint-Desmoulin Nadine, « Traits généraux et spécificité économique des médias », in *L'économie des médias*, Paris, PUF, 2015, pp. 7-32.

¹²⁵. Loi n°84-937 du 23 octobre 1984 visant à limiter la concentration et à assurer la transparence financière et le pluralisme des entreprises de presse. Il est interdit de prêter son nom, de quelque manière que ce soit, à toute personne qui possède ou contrôle une entreprise de presse. Les actions représentant le capital social d'une entreprise de presse et celles d'une société qui détient directement ou indirectement 20 p.

uniquement sous l'influence ou contrôle du milieu des affaires ou du milieu politique au détriment des principes de déontologie et d'éthique de l'activité journalistique.

L'une des positions courantes sur la question de la concentration des médias par rapport aux contenus médiatiques est de penser que la réduction du nombre de propriétaires affecte négativement la diversité des contenus en accentuant la rentabilité financière au détriment de la qualité de l'information et en entraînant l'homogénéisation des contenus. Comme nous le signifiions dans le précédent paragraphe, l'idée de regroupement de plusieurs médias au sein d'un même groupe a foncièrement comme objectif une sorte de « synergie industrielle » (Landry O., 2011)¹²⁶. Cela veut dire que les résultats en termes de finance sont bien plus élevés lorsque divers médias sont concentrés dans un même groupe que lorsqu'on considère la productivité réalisée par ces entreprises de façon individuelle. Les stratégies de la concentration de la propriété semblent donc accorder une plus grande importance à la rentabilité financière. Or, pour cette tradition de pensée, lorsque le pan commercial obtient plus d'intérêt que le produit médiatique, on tire le risque d'une homogénéisation des contenus par la collaboration entre les équipes rédactionnelles (Meier, 2005)¹²⁷. La priorité étant donnée à l'actualité qui suscite de l'audience, les titres de journaux de moindre envergure regroupés vont être similaires à la version du journal le plus important du groupe. Une observation que va réaliser l'étude de Landry au Québec sur le fusionnement des groupes *Unimédia* qui passent officiellement au groupe *Gesca* possédant de ce fait 50% du tirage des quotidiens francophones québécois. Il fait le constat que la concentration de la propriété des médias regroupés au sein de Gesca a eu un effet négatif sur la diversité des contenus offerts : « les contenus informationnels de La Presse et du Soleil sont davantage semblables après l'intégration de ce dernier à la chaîne Gesca »¹²⁸. Eric George (2015), dans un ouvrage collectif rassemblant plusieurs auteurs a travaillé sur la question du pluralisme de l'information dans des espaces différents, de l'Afrique (Loum Ndiaga au Sénégal, Assogba Henri au Bénin), à l'Europe (Touboul Annelise et Rebillard Franck en France) en passant par l'Amérique du Nord (Tremblay Gaëtan et Bernier Marc-François au Canada) et l'Amérique du Sud (Pereira Fábio Henrique et Kalume Ana Carolina au Brésil). Ces études montrent la complexité du phénomène de concentration des médias et des changements technologiques sur la qualité de l'information. D'une part, elles dévoilent que le foisonnement des sources d'information ne garantit pas nécessairement le pluralisme, car le processus de concentration des médias, renforcé par les technologies de l'information et de la communication entraîne la plupart du temps les phénomènes de redondance et l'accentuation des intérêts financiers. D'autre part, cette situation fait observer la perte progressive de l'autonomie des journalistes face à la pression des propriétaires et actionnaires, ce qui fragilise les pratiques journalistiques quant aux principes

¹²⁶. Landry Olivier, « Concentration de la propriété des médias et diversité des contenus dans les quotidiens du groupe Cesca », in *Recherches sociographiques*, vol. 52, n°2, 2011, pp. 233-435.

¹²⁷. Meier Werner A., « Media Concentration Governance : Une nouvelle plate-forme pour débattre des risques », in Bernard Miège (dir.), *La concentration dans les industries de contenu*, Paris, Lavoisier, 2005, pp. 17-25.

¹²⁸. Landry Olivier, *op.cit.*, pp. 233-435.

d'indépendance. George résume ces travaux en affirmant qu'accroître les flux et la circulation de la communication ne signifie pas nécessairement obtenir une qualité de l'information, ni en pluralité, si l'on s'en tient à la capacité de faire entendre des voix singulières et de faire émerger de la profusion des points de vue critiques (Labarthes G., 2016)¹²⁹.

Contrairement à la logique négative de la concentration des médias comme défavorable à la diversité et la qualité de l'information, deux autres théories rentrent en jeu dont un en faveur de la concentration et l'autre plutôt dans la nuance. La première thèse, moins défendue, est de penser que la concentration de la propriété des médias non seulement ne permet pas l'homogénéisation des contenus offerts, mais contribue à leur diversification. Cette opinion qui a pour défenseur Demers remet en cause toutes les idées soutenues par les anti-concentrations des médias. Pour lui, plus le fonctionnement d'un nombre de médias est proche d'une organisation corporative et moins le contrôle est possible par les propriétaires au bénéfice des principaux acteurs professionnels. Cela se justifierait par la complexité d'une organisation à grande échelle où les décisions ne peuvent être prises qu'en respectant des procédures d'ordre hiérarchique et formel selon les responsabilités et tâches des différents services du groupe. Les propriétaires et les partenaires ou actionnaires sont moins impliqués dans le travail interne des professionnels. Aussi, les gestionnaires à la tête de ce type d'organisation seraient moins préoccupés par les questions financières puisque possédant des salaires fixes quels que soient les profits réalisés par le groupe, ce qui a pour avantage de ne poursuivre que des objectifs liés à la qualité du produit médiatique (Demers D., 1996)¹³⁰. Quant à l'autre conception, plus nuancée, menée par Cavallin, elle défend l'idée qu'on ne peut systématiquement faire un lien entre la concentration d'un groupe de médias et la qualité du contenu. Selon cet auteur, la concentration médiatique en opposition au pluralisme ne doit concerner que le contenu des médias et non pas les propriétaires. Selon lui, il est incorrect de penser que les médias ne faisant pas partie d'une organisation concentrée sont plus prompts à faire montre de pluralisme que ceux incorporés dans un groupe. Bien entendu, la réduction du nombre de propriétaires et l'augmentation des compagnies de contrôle des médias peuvent être inquiétantes, mais pour Cavallin les propriétaires n'interviennent ni automatiquement, encore moins abusivement (Cavallin J., 1998)¹³¹.

Dans cette réflexion sur la concentration, le pluralisme, la qualité de contenu, et d'une certaine manière, la démocratie, Cagé prend position et émet une proposition. Pour

¹²⁹. Labarthe Gilles, « Éric George, dir., Concentration des médias, changements technologiques et pluralisme de l'information : Québec, Presses de l'université Laval, 2015, 288 pages », In Questions de communication, vol 2, n°30, 2016, pp. 464-466.

¹³⁰. Demers David P., *The Menace of the Corporate Newspaper: Fact or Fiction ?* Iowa, Iowa State University Press, 1996.

¹³¹. Cavallin Jens, « European policies and regulations on media concentration », International Journal of Communication, in Law and Policy, 3, 1, 1998. [[Http://www.ijclp.net/ijclp_web-doc_3-1-1998.html](http://www.ijclp.net/ijclp_web-doc_3-1-1998.html)]. Consulté le 9 septembre 2021.

sauver les médias, remettre l'accent sur la qualité de l'information et d'une certaine manière proscrire les tentations monopolistiques (publique ou privée), surtout dans la presse d'information politique et générale, il faut revoir les stratégies de financement. Les modèles économiques jusqu'alors appliqués dont l'autofinancement intégral par les ventes et la publicité ont montré leurs limites et ne sont plus adaptés aux médias du XXIème siècle (Cagé A.,2015)¹³². Elle dénonce le fait que la gouvernance des médias et la structure de leur capital ont fait de la presse une entreprise commerciale soumise à la loi du profit, vulnérable à la puissance des actionnaires. Situation qui ne peut que conduire à un panorama médiatique limité à une alternative infructueuse. Ainsi tout incite à innover en présentant un nouveau modèle qu'elle appelle une "société de média à but non lucratif" basée sur une logique "d'économie de la connaissance"¹³³. La non-lucrativité pourrait provenir des fonds de dotation défiscalisés, sans versement de dividendes pour les actionnaires¹³⁴. Cela favoriserait le caractère désintéressé de la gestion de ces médias par les mécènes et les simples donateurs. Dans ce cadre, Cagé fait l'hypothèse que les journalistes et les lecteurs seraient moins asservis aux lois du marché et la qualité de l'information qui en résulterait pourrait maintenir le bon fonctionnement de la démocratie¹³⁵.

Cependant, lorsqu'on parle de la diversité du contenu éditorial ou de la qualité de l'information dans le travail des professionnels de l'information, on se doit d'aborder la nature des informations produites par les médias, en interrogeant notamment les cadrages dont elles sont porteuses. Concevoir le produit médiatique ou l'offre d'information des médias sous le prisme du cadrage revient à mettre en évidence les stratégies de choix des journalistes dans la manière de traiter l'actualité. C'est d'autant plus important que face aux enjeux liés au pluralisme et au phénomène de concentration des médias, les producteurs de contenu éditorial sont contraints de faire des arbitrages entre les exigences professionnelles liées à leur métier et les pesanteurs internes (ligne éditoriale, accès aux sources ou injonction hiérarchique) et externes (satisfaction du public, des annonceurs et ingérence des actionnaires) pour réaliser leurs produits informationnels. Pour Wahl-Jorgensen, la procédure de traitement de l'actualité par les journalistes, malgré l'effort d'objectivité guidé par la déontologie, présente toujours une dose de subjectivité¹³⁶. D'où l'intérêt de nous

¹³². Julia Cagé, *Sauver les médias. Capitalisme, financement participatif et démocratie*, Paris, Le Seuil, 2015, p. 22.

¹³³. L'économie de la connaissance : « Englobant la culture, l'enseignement et la recherche, la connaissance représente ainsi plus de 10 % du produit intérieur brut (pib) français. Elle le fait sous une multiplicité de statuts et de modes de financement qui ne concerne cependant que très peu les médias, hormis les notables exceptions de l'audiovisuel public et de la radio, dont on oublie souvent que la majorité des stations est sous statut associatif ». Ballarini, Loïc. « Julia Cagé, Sauver les médias. Capitalisme, financement participatif et démocratie. Paris, Éd. Le Seuil/Éd. La République des idées, 2015, 128 pages », *Questions de communication*, vol. 28, no. 2, 2015, pp. 350-352.

¹³⁴. Cagé A., op.cit, p. 98

¹³⁵. *Ibid*, p. 57.

¹³⁶. Wahl-Jorgensen K., « Subjectivity and story-telling in Journalism », in *Journalism Studies*, vol.14, n°3, 2013, pp.305-320.

arrêter un tant soit peu sur cette notion de cadrage qui détermine la structure de signification des choix éditoriaux opérés par chaque entreprise médiatique.

I.2. Définition et intérêt de la théorie du « cadre ou cadrage » par rapport à l'objet

Le pluralisme dans la presse implique la diversité des opinions. Une presse pluraliste se veut donc un moyen de valorisation du débat, de confrontation des thèses et des opinions comme le concède Paul Ricoeur¹³⁷. Dans le même temps, chaque entreprise de presse traite et publie des informations de façon particulière. Cette particularité résulte des objectifs et du régime éditorial propre à chaque média. Raison pour laquelle un sujet mis en agenda dans la presse ne sera nullement traité de la même manière ou sous le même angle dans les différents médias. C'est à partir de cette diversité médiatique que se fonde l'idée du pluralisme et qui, par ailleurs, fait appel au processus de cadrage dans l'information journalistique. Plusieurs auteurs ont théorisé cette question du cadrage afin d'en apporter des éclaircissements définitionnels.

I.2.1. Approche définitionnelle du cadrage

De façon générale, le « cadrage médiatique » désigne le processus par lequel un média privilégie un ou certains aspects de la réalité et rend moins visibles d'autres. Entman, un des plus éminents spécialistes du cadrage affirme dans ce sens que :

« Framing essentially involves selection and salience. To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation for the item described »¹³⁸.

Le même auteur rajoute que « *Le cadrage consiste à sélectionner quelques éléments d'une réalité perçue et à bâtir un récit qui, en les reliant entre eux, projette une certaine interprétation* »¹³⁹. Le cadrage c'est alors le fait de privilégier une certaine appréhension d'un sujet, un « point de vue » au sens premier du terme. On parle de « schéma cognitif » qui représente les connaissances et représentations mentales accumulées et facilite, soit par référence ou analogie culturelle, ou encore par expérience personnelle, la compréhension

¹³⁷. Paul Ricoeur cité par Rodet Michel, « Pluralisme et diversité des opinions dans les médias », in *Autres Temps. Les cahiers du christianisme social*, n°16, 1987. pp. 30-36.

¹³⁸. Traduction : « *L'encadrement implique essentiellement la sélection et la saillance. Encadrer, c'est sélectionner certains aspects d'une réalité perçue et les rendre plus saillants dans un texte communicant, de manière à promouvoir une définition de problème particulière, une interprétation causale, une évaluation morale et / ou une recommandation de traitement de l'élément décrit* ». Entman Robert M., « Framing : Toward Clarification of a Fractured Paradigm », in *Journal of Communication*, vol.43, n°4, pp. 51-58

¹³⁹. *Id.*, « Framing Bias : Media in the Distribution of Power », in *Journal of Communication*, vol.57, n°1, 2007, pp. 163-173.

de toute nouvelle information. Pour Van Gorp, les cadres font partie de la culture¹⁴⁰. Le cadre se construit alors sur un ensemble de symboles traduits par le vocabulaire, les images, les métaphores et les omissions¹⁴¹. Plus tôt, Gitlin abordait déjà la question du cadrage dans cette vision en proposant que les cadres sont « *des schémas persistants de cognition, d'interprétation et de présentation, de sélection, d'accentuation et d'exclusion, par lesquels les gestionnaires de symboles organisent régulièrement le discours* »¹⁴².

Dans une démarche plus simple et directe de la définition du cadrage, Tuchman explique que « *Le cadre de nouvelles organise la réalité quotidienne et le cadre de nouvelles fait partie intégrante de la réalité quotidienne (...) C'est une caractéristique essentielle de l'information* »¹⁴³. Gamson et Modigliani voient le cadre médiatique comme le sujet fondamental autour duquel une information se base. C'est « *l'idée d'organisation centrale ou un scénario qui donne un sens à une bande d'événements en développement (...) Le cadre suggère le sujet de la controverse, l'essence de la question* »¹⁴⁴. Reese, quant à lui déclare que « *le cadrage fait référence à la manière dont les événements et les problèmes sont organisés et pris en compte, en particulier par les médias, les professionnels des médias et leur public* »¹⁴⁵. Pour lui, les cadres sont des codes organisationnels auxquels une société s'identifie. Ils sont récurrents à travers le temps et fonctionnent symboliquement pour façonner le monde social.

I.2.2. La théorie du cadrage vue sous le prisme des notions de démocratie et d'objectivité

Dans les sociétés démocratiques, les médias ont de plus en plus de pouvoir à tel enseigne qu'ils sont devenus des lieux d'influence notoire exerçant une emprise sur l'espace public. Zarka Yves C. nous signale tout le paradoxe qui s'observe dans les enjeux du pouvoir des médias par rapport aux principes de démocratie qu'ils sont censés protéger et promouvoir :

« Ces enjeux sont le plus souvent masqués, c'est-à-dire que, paradoxalement, ils s'exercent au nom même de ce qu'ils détruisent. La prise de possession privée se fait ainsi au nom de la défense du public ; l'homogénéisation des productions, au nom de la diversité et de la concurrence ; la négation des libertés, au nom de l'une des formes les plus fondamentales de celles-ci : la liberté d'expression. Recherche du profit, connivences politico-médiatiques,

¹⁴⁰. Van Gorp B., « The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back », In *Journal of Communication*, vol. 57, n°1, 2007, pp. 60-78.

¹⁴¹. Entman Robert M., *op.cit.*

¹⁴². Gitlin Todd, *The Whole World Is Watching*, Berkeley, Presse Universitaire de Californie, 1980, p.7.

¹⁴³. Tuchman Gaye, *Making News*, New York, Free Press, 1978.

¹⁴⁴. Gamson William A., André Modigliani, « The Changing Culture of Affirmative Action Research », in *Political Sociology*, 3, 1987, pp. 137-177.

¹⁴⁵. Reese Stéphane D., *Loc.cit.*

soumission au plus puissant, tels sont quelques-uns des ressorts qui animent l'autre côté du miroir médiatique, le côté non immédiatement visible des médias »¹⁴⁶.

Cette déclaration de Zarka montre toute la complexité de l'activité journalistique à pouvoir lier déontologie du métier et pouvoir d'influence. En effet, l'objectif initial de la presse est d'informer, critiquer la vie publique, éveiller les consciences par la valorisation du débat afin d'éclairer l'opinion. Or, l'auteur fait remarquer que ce rôle positif des médias en démocratie tend à virer vers une forme d'instance de pouvoir où l'intérêt se limite à l'accroissement de l'audimat, induisant au « délitement de l'esprit démocratique ». Les médias deviennent ainsi l'objet de convoitise des hommes de pouvoir, politique comme économique, cherchant absolument à y avoir le monopole pour occuper ou influencer sur l'espace public. Au Gabon, on parle assez communément de la dualité entre médias du pouvoir (*L'Union, La griffe*), les médias d'Etat confondus aussi à ceux du pouvoir (*Gabon Matin, Gabon Télévision*) et médias de l'opposition (*Echos du Nord, TV+*) ; en France, on parlera de médias proches de la droite (*Figaro*) ou de l'extrême droite (*Valeurs actuelles*), ou encore de la gauche (*Charlie Hebdo*). Tout ceci inaugure une sorte d'inscription idéologique des processus de cadrage en lien avec des sensibilités journalistiques et des identités éditoriales. C'est dans ce sens que Zaller note que le cadrage se présente comme un pouvoir central du processus démocratique, car par lui justement, les élites et associations politiques, les ONG, les syndicats et experts scientifiques cherchent à imposer leur vision, mais il n'est pas dit a priori qu'ils y parviennent¹⁴⁷. Le cadrage médiatique est un cadre second, un recadrage du cadrage primaire des sources. Comme le mentionne Esquenazi (*Loc.cit*), le cadre second est compris ici comme le retraitement que le journaliste effectue sur la matière informative qu'il reçoit de sa source pour en faire une information journalistique. Le journaliste a ainsi ces propres cadres différents des cadres des acteurs sociaux.

L'objectivité journalistique, malgré l'absence de consensus définitionnel par les praticiens comme nous l'avons dit plus haut, reste un idéal éthique fondamental dans l'activité des journalistes, une norme importante pour la recherche de la vérité, semble laisser entendre Bernier¹⁴⁸. Raison pour laquelle les manuels et codes de déontologie sur la presse s'accordent à définir la présentation des faits, le plus objectivement possible, comme essence même du travail journalistique. La vérité, l'exactitude, la factualité rentrent dans le même champ lexical que l'objectivité lorsqu'il s'agit de l'information produite par des professionnels. Harcup parle de "vérité objective"¹⁴⁹ pour signifier que l'information ayant subi une forme de cadrage par le journaliste, de fait teinter d'une certaine interprétation, il n'en demeure pas moins que la publication de ladite information soit d'abord passée par des étapes d'assemblage, de confrontation et de vérification de données. Cet effort d'objectivité

¹⁴⁶. Zarka Yves C., « Démocratie et pouvoir médiatique [*] », in *Cités*, vol. 10, n°2, 2002, pp. 119-129.

¹⁴⁷. Zaller John R., *The nature and origins of mass opinion*, New York, Cambridge University Press, 1992.

¹⁴⁸. Bernier, Marc-François, *Éthique et déontologie du journalisme*, Québec, Presses de l'Université Laval, 2004.

¹⁴⁹. Harcup Tony, *Journalism principles and practice (2e ed.)*, Londres, Sage Publications, 2009.

consiste à donner les faits, les points de vue en vue d'offrir au citoyen les outils devant lui permettre de se faire sa propre opinion. Pour Glasser, l'objectivité permettrait au journaliste de ne pas faire face à ses actes¹⁵⁰, car ne reportant que des événements et dires qui ne proviennent pas nécessairement de lui. Tuchman proposait déjà que les hommes de médias soient plus enclins à mettre en évidence la présentation des idées opposées

Au regard du rapport qu'on peut établir entre les théories du cadre et les concepts de démocratie et d'objectivité dans l'activité médiatique, on se rend bien compte des enjeux du pouvoir des médias dans la société. D'ailleurs, souvent considérée tacitement comme le quatrième pouvoir à côté de ceux institutionnalisés dont l'exécutif, le législatif et le judiciaire, la presse joue un rôle crucial pour ce qui est du contrôle et de l'équilibre de la gestion des pouvoirs publics, ainsi que de la construction d'un éveil de conscience du citoyen à partir de la mise en évidence du débat dans l'espace public. Pris dans l'engrenage des intérêts politique et économique des hommes de pouvoir qui cherchent en retour à la contrôler pour bénéficier de sa capacité de mobilisation et de publicisation des idées auprès du public, la presse se trouve au croisement de toutes ces réalités et se doit d'en montrer le reflet à partir de choix ou de cadrages éditoriaux. C'est partant de ce constat que le principe de neutralité dans les médias est sujet à débat. L'information journalistique ayant subi un traitement qui repose sur des choix, des angles, sinon d'un cadrage, il est difficile pour le journaliste de faire preuve de neutralité.

Néanmoins, comme nous venons de le souligner avec les auteurs tels que Bernier et Harcup, l'objectivité dans les médias intervient à partir du moment où, au-delà du cadrage établi, la nouvelle produite répond au principe déontologique de la vérification, de l'exactitude, de la factualité, de la cohérence et de la représentation des opinions opposées. En contexte d'élection, cette conception du cadrage peut s'avérer plus opérationnelle étant donné les enjeux et les contradictions qui surgissent à ce moment. La question est de savoir comment chaque média canalise et cadre les événements de l'heure dans un tel contexte. Ayant justement choisi d'axer cette recherche sur la période électorale des législatives de 2018 au Gabon, il convient de préciser le choix du cadre théorique sur ce concept et d'identifier les modalités de son analyse par rapport à l'objet de notre étude (l'information issue de la presse gabonaise en ligne).

I.2.3. Choix théorique du cadrage et critères d'analyse

Au vu des nombreuses conceptions théoriques que nous avons énumérées, nous trouvons que le sens du cadrage donné par Robert Entman et Tuchman est plus clair et adapté à notre objectif de recherche. Ainsi, nous concevons le cadrage de l'information médiatique comme le fait de la sélection et de la saillance. En d'autres termes, c'est donner de la valeur, plus de visibilité à un ou à certains aspects d'un problème au détriment d'autres. Mais dans le cadre d'enjeux politiques où le principe de pluralisme est de rigueur, l'encadrement des nouvelles par les journalistes n'exclut pas le fait qu'ils soient objectifs.

¹⁵⁰. Glasser Théodore L., « Objectivity and News Bias », in Cohen Elliot D. (dir.), *Philosophical Issues in Journalism*, New York, Oxford University Press, 1992.

Ainsi, nous épousons la conception de Tuchman pour qui, la manifestation d'un cadre dominant ne restreint pas l'inclusion des faits d'opposition pour des informations aux rapports plus équilibrés en termes d'opinions. En somme, le cadrage pour nous, c'est la mise en valeur d'un fait d'actualité qui n'omet pas la représentation des contradictions ou du débat politique.

Par conséquent, pour être en mesure de ressortir les cadres utilisés dans le contenu des sites d'information soumis à notre étude et pouvoir les interpréter, nous allons considérer les deux modalités suivantes :

- Le cadrage des émetteurs : c'est prendre en compte les critères de cadrage de chaque média natif du web en fonction de leurs objectifs d'éditorialisation et leurs rapports avec les éléments d'influence internes et externes dans la production des informations.
- Le cadrage des informations : Cette phase comprend ce qui est dit et la façon dont s'est dit dans les différents articles traitant de l'actualité des législatives. Il s'agit de ressortir les points saillants, le sens donné à la nouvelle et voir s'il y a de l'équilibre entre les idées véhiculées. Cette étape sera suivie d'une analyse comparative entre les cadrages de la presse numérique étudiée et les cadrages que l'on retrouve dans deux grands médias classiques de la presse gabonaise.

De façon générale, On retient que notre étude s'appuie sur deux grandes théories qui préfigurent la façon dont nous comptons orienter la réflexion sur la problématique soulevée par ce sujet. D'une part, nous partons de la conception normative du pluralisme en démocratie évoquée par Franck Rebillard et Marlène Loicq. Le pluralisme est défini comme la mission des médias à faire entendre diverses opinions pour éclairer les citoyens. D'autre part, nous abordons la question du cadrage sous le prisme du pluralisme de l'information en convoquant l'idée de « la sélection et de la saillance » de Robert Entman et du principe de la règle du contradictoire, traduit comme la représentation médiatique de la contradiction de Tuchman. C'est sous la base de ces approches théoriques que nous voulons examiner le traitement de l'information par la presse gabonaise en ligne en période d'enjeux politiques.

Appelés encore presse numérique, presse en ligne ou sites natifs de l'internet, ces médias, marginalisés au départ de par leur côté amateur, se sont professionnalisés au gré du temps et la plupart sont désormais reconnus comme tels dans plusieurs Etats. Devenus une alternative à la presse dite traditionnelle en matière d'information, la presse en ligne au Gabon, comme partout ailleurs possède ses spécificités sur le plan de la forme, de la production, de la diffusion et sa réception. Aussi, elle constitue toute une économie politique qui, tant bien que mal, tente de trouver des stratégies de financement dont nous voudrions aussi analyser les modèles socio-économiques. Dès lors, il est indispensable que l'on s'attarde sur les différentes assertions qui définissent la presse en ligne afin de mieux la cerner conceptuellement. Ceci, afin d'aboutir à la question de la contribution de cette nouvelle forme de médiatisation de l'actualité politique au pluralisme de l'information, notamment dans le contexte de la vie politique au Gabon.

I.3. La presse en ligne, une émanation d'internet

I.3.1. Internet : manifestation et apparition de nouveaux acteurs de l'information

Pour parler de la presse en ligne et spécifiquement de la presse gabonaise en ligne, on ne saurait occulter de traiter de la discussion autour de la définition d'internet et de ses caractéristiques. Bien que l'expression « presse en ligne » débute avec l'informatisation de la fabrication des journaux sur les supports de téléinformatiques et télématiques dès la fin des années 1960 en Amérique du Nord (avec l'Arpanet) et en France (Cyclades en 1972 et le Minitel dès 1980), c'est avec la diffusion de l'internet à l'échelle planétaire produisant de ce fait un nouveau média que la dénomination presse en ligne prend tout son sens (Charon J. M., Le Floch P., 2011)¹⁵¹. Il est donc approprié de clarifier la notion d'internet à la fois en tant qu'objet (dans sa dimension utilitaire ou purement fonctionnelle) ; comme phénomène (transformation et bouleversement de technique d'information et de communication) ; et comme concept (sa représentation théorique).

I.3.1.1. Internet, un réseau décentralisé qui modifie les médiations.

Internet est le réseau informatique mondial qui rend accessible au public des services multimédias divers et variés. C'est le réseau des réseaux, car composé de millions de réseaux, sans centre névralgique, aussi bien publics que privés, universitaires, commerciaux et gouvernementaux. Souvent confondu à l'appellation du *web* (tiré du *world wide web*) qui, en principe n'est qu'une des applications du système ayant fortement contribué à sa popularisation, internet permet le partage de fichiers de pair-à-pair, la messagerie instantanée, le courrier électronique, la recherche d'informations, la téléconférence et bien d'autres services. Issu des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) ou les techniques de l'information et de la communication (TIC), entendues comme les nouveaux outils combinant informatique et télécommunication tels la téléphonie mobile, le micro-ordinateur ou les logiciels, internet est de loin l'innovation la plus représentative parmi ces nouvelles technologies en termes de diffusion à tel point qu'il est parfois utilisé comme synonyme de ladite formulation.

Il (internet ou web) est aussi défini comme un média, sinon le média des médias (Bodier S., 2014)¹⁵². De par ses fonctions multimédia, il se caractérise par ses capacités à pouvoir être à la fois un moyen de médiation, de communication et de médiatisation. En effet, la notion de média relève plusieurs domaines de définition. Déjà, on peut concevoir un média comme un support qui permet d'opérer une médiation. Alors qu'habituellement,

¹⁵¹. Charon Jean-Marie, Patrick Le Floch, La presse en ligne, Paris, la Découverte, 2011, p. 9.

¹⁵². Bodier Stéphane. « Le Web, un média qui regroupe tous les médias », in, *Le web marketing*, Paris, Presses Universitaires de France, 2014, pp. 15-21.

lorsqu'on parle de médiation on est plus orienté à penser à un médiateur humain permettant la négociation entre des protagonistes d'un évènement, Ici, elle se présente plutôt comme ce que Dominique Wolton appelle la médiation technique. Il s'agit là d'échanges et de transmission de messages entre individus sans rencontre physique, mais par le biais de nouvelles technologies, en l'occurrence internet (Wolton D., 2010)¹⁵³. Tout ceci crée naturellement un moyen de communication entre les acteurs du fait de l'interactivité qui se dégage dans la plupart des plateformes de partages et de discussions. Les réseaux sociaux tels *Instagram*, *Snapchat* et *Whatsapp* en sont de parfaites illustrations. Par ailleurs, voir internet comme un objet de médiatisation se traduit par la force et l'ampleur qu'il donne aux évènements. L'action des infomédiaires tels que *Google*, *Twitter* ou *Facebook* qui hiérarchisent et personnalisent l'information sur le web amplifient davantage la fonction de médiatisation du réseau internet. Dans cet élan, on n'omettra pas de rajouter le fait que la plupart des médias physiques possèdent dorénavant une version numérique, entre autres, un site en ligne.

I.3.1.2. Les nouveaux acteurs de l'information en ligne

L'importance à l'échelle planétaire dont fait montre internet a fait naître de nouveaux acteurs dans le monde de l'information. Parmi ces acteurs, des moteurs de recherche tels *Google*, *Yahoo* et *Bing* sont devenus de véritables bibliothèques numériques où une masse incalculable de données et tous types d'informations (sciences, cultures, économies, politiques etc.) sont susceptibles d'être trouvées. A ces géants de la recherche d'information en ligne dont Google est de loin le moteur le plus utilisé à travers le monde, s'ajoutent les sites contributifs et des plateformes d'interaction. Grâce au « *web 2.0* », cette catégorie d'applications permet à l'utilisateur du Net de contribuer et de produire soi-même du contenu en ligne. C'est tout l'intérêt des sites de publications et de partages de vidéos tels que *Youtube* ou *Tik tok* ; des sites de contribution à une œuvre collective comme *Wikipédia* ; les réseaux sociaux à l'instar de *Facebook*, *Twitter*, *Linkedin* et les *blogs*. Plusieurs de ces sites tels *Google*, *Yahoo*, jouent aussi le rôle d'agrégateurs de contenus possédant des options de stockage, d'archivage, de diffusion et de partage de données provenant d'éditeurs de contenus. Que ce soit dans le monde politique, de la culture, du sport ou de l'économie, ces outils d'infomédiation numérique sont un couloir qui donne de la visibilité et accentue l'importance que revêt une actualité. Des évènements comme des élections, aux mouvements de protestation populaire, jusqu'à l'industrie du commerce qui se développe davantage avec des sites de vente en ligne, faisant du propriétaire d'*Amazon* l'un des hommes les plus riches au monde, toutes ces activités sont relayées par ces nouveaux acteurs du numérique et témoignent de la puissance d'internet à l'heure actuelle. Dans ce même cas de figure, interviennent logiquement les sites d'information d'actualité politique et générale constitués dans ce que l'on appelle génériquement « la presse en ligne ».

¹⁵³. Wolton Dominique, « La médiation au regard de la communication » In, *Médiations*, Paris, CNRS Éditions, 2010. <http://books.openedition.org/editionscnrs/14772>. ISBN : 9782271121875. DOI : <https://doi.org/10.4000/books.editionscnrs.14772>. Consulté le 03 mars 2021.

I.3.2. La presse et le numérique, du télétexte américain aux médias web africain

La presse en ligne est un terme qui précède l'avènement d'internet (Pélissier N., 2001)¹⁵⁴. Elle s'identifiait déjà dans les premières formes d'informatisation de la presse qui se nourrissaient d'innovations technologiques développées de manières différentes, mais souvent éphémères dans différents espaces géographiques. A la fin des années 1960, en Amérique du nord avec la construction du télétexte sur câble, certains journaux proposent des informations numérisées à partir des supports téléinformatiques et télématiques existants. Le premier média de renom à s'y être lancé est le *New York Times* qui, de 1968 à 1972 mettait à la disposition du grand public une banque de données d'informations numériques issue de sa documentation (Charon J. M., 1991)¹⁵⁵. La presse économique va constituer la catégorie la plus investie dans ce domaine à cette période. Ainsi, *le Wall Street Journal* et l'hebdomadaire *Barron's* vont lancer *Dox Jones News/Retrievell* en 1978. Ce journal électronique spécialisé dans le traitement de données économiques fournira des informations sur des analyses financières, la vie des sociétés ainsi que la transmission des cours de Bourse en temps réel. En Europe, le développement de réseaux vidéotex par les opérateurs de télécommunications européens font naître le Prestel au Royaume-Uni et Télétel ou le Minitel en France. Grâce à ces services télématiques, les entreprises de presse européennes vont elles aussi voir en cette nouvelle technologie la possibilité de proposer le traitement de l'actualité générale ou spécialisée sur un support dématérialisé. En 1980, en France avec le Minitel par exemple, des titres comme les Dernières Nouvelles d'Alsace, Le Parisien, le Nouvel Observateur etc, se soumettent à l'expérimentation. Dans cette période, c'est le journal d'information économique *La Cote Desfossés* (intégré depuis lors dans *La Tribune*) qui va véritablement s'engager dans cette voie (Charon J. M., 2011)¹⁵⁶. De fait, on comprend que la numérisation de la presse n'a pas attendu le réseau internet pour commencer à se mettre en marche.

Toutefois, c'est à partir de l'avènement d'internet dans le domaine de la presse en tant que support et diffuseur de l'information numérique de masse et de portée planétaire que la notion de presse en ligne a pris tout son sens. Dans un premier temps, on a assisté à la conversion des médias classiques sur internet. Pour ces médias, il s'est agi de créer des sites afin de transférer des données ou une partie de leurs informations sur internet. Encore une fois, c'est par la presse nord-américaine et celle de l'Europe du Nord surtout que les balbutiements de la presse numérique via internet vont se faire. Alors que la première décennie d'internet, celle de 1980, est essentiellement universitaire et institutionnelle, c'est dans la deuxième décennie, dès 1990 qui marque l'ouverture d'internet au public que dans la même période, en 1992 plus précisément, *Le Chicago Tribune* va y fournir ses premières informations. Le contenu reprend essentiellement les textes, photos et graphiques contenus dans le journal papier. C'est aussi dans cette période qu'aux Etats-Unis commencent à se

¹⁵⁴. Pélissier Nicolas, « Cyberjournalisme : la révolution n'a pas eu lieu », *Quaderni*, n°46, 2001.

¹⁵⁵. Charon Jean Marie, *La Presse en France de 1945 à nos jours*, Paris, Seuil, « Points », 1991.

¹⁵⁶. Charon Jean-Marie, Patrick Le Floch, *La presse en ligne*, *Op.cit.*, p.11.

développer différents services au sein des sites en ligne, à l'instar des transactions commerciales. Ce qui donnera lieu aux premières formes de portails numériques (Pélissier N., 2001)¹⁵⁷. En France, les quotidiens nationaux et régionaux vont aussi converger sur internet en reproduisant le contenu imprimé sur le support numérique. *Le Parisien*, *L'Humanité*, *Libération* créent leurs propres applications. Avec des structures modestes, la presse régionale se lance aussi dans la transposition de leurs contenus sur internet comme *Les Dernières Nouvelles d'Alsace* ou le *Progrès de Lyon* (Cavellier-Croissant V., 2002)¹⁵⁸.

En Afrique, notamment en Afrique subsaharienne, les premiers signes de la presse sur internet ont suivi pratiquement le même cheminement que la presse en ligne occidentale. Ce besoin pour une presse numérique permettant de recevoir de l'information hors des territoires de sa production, donc diffusée vers un public plus large, voire transnational, a été le fait de l'intérêt pour la diaspora africaine. Aussi, l'attrait pour ce nouveau dispositif de production et de diffusion de l'information pour les médias africains étaient pour eux un espace marquant à la fois une forme de modernité et un nouveau moyen de sources de revenus. Des espérances qui vont assez tôt disparaître au regard des difficultés, aussi bien techniques que financières, que vont connaître la plupart des sites d'information dans cette première phase. Ainsi, dès 1998 au Cameroun, plusieurs médias numériques aussitôt créés vont être fermés peu de temps après. Ceci sera lié aux coûts dus aux fournisseurs d'accès internet (FAI) et au manque de rentabilité de cette activité du fait de l'absence de publicités et de la gratuité de la lecture des publications. Toutefois, à partir de l'an 2000, les médias nationaux tels que *Mutations*, *Cameroun-tribune*, *Le Messager* vont se distinguer en s'illustrant par une véritable présence sur le net. Ces sites reproduisent quelques articles de la version imprimée de leurs journaux, mais avec la particularité d'une adaptation à la cyberécriture, c'est-à-dire, la maîtrise de l'hypertexte pour le caractère non linéaire de la navigation sur écran¹⁵⁹. Au Sénégal, le groupe privé *Sud* se présente comme pionnier dans la vulgarisation de son contenu sur son site internet créé en 1997. Trois ans plus tard, le site est modestement géré par trois personnes dont les archives remontent à trente jours avec un public-lecteur issu majoritairement de la diaspora sénégalaise installée aux Etats-Unis. Le *Soleil*, un autre journal sénégalais est en ligne depuis 1998. Avec un lectorat tourné toujours plus vers la diaspora en Europe, la même année, le site a été classé premier journal francophone des sites web dans un classement réalisé par le du 19-25 novembre 1998 (Cheval J. J. et al, 2001)¹⁶⁰. Assez tôt, se sont aussi développés des sites portails pour

¹⁵⁷. Nicolas Pélissier, *op.cit.*, pp. 5-26.

¹⁵⁸. Cavellier-Croissant V, *La Presse quotidienne française sur internet : stratégies, discours et représentations des acteurs de presse quotidienne d'information générale dans le cadre du développement de leur site internet*, thèse SIC, Université Stendhal Grenoble III, Grenoble 2002.

¹⁵⁹. Ngounou Ingrid Alice, *La presse en ligne dans la démarche d'information des étudiants immigrés : le cas des camerounais de France*, https://www.memoireonline.com/09/06/207/m_place-presse-en-ligne-etudiants-immigres-cameroun-ile-de-france7.html, Consulté le 2 avril 2021.

¹⁶⁰. Cheval Jean-Jacques, Lenoble-Bart Annie, Paré Cyriaque, Tudesq André-Jean, *Médias africains et Internet*, 2001. https://www.msha.fr/msha/publication_en_ligne/netafriq/media/partie1.htm#_ftnref26, Consulté le 2 mars 2021.

favoriser la mise en ligne et plus de visibilité de l'actualité ou des archives de différents médias africains. On citera par exemple le site *Média-Mali* lancé en juillet 1998 qui, au-delà de rendre des informations sélectionnées sur différentes presses et accessibles aux journalistes, aux publics nationaux et étrangers, fournit des données d'archivages des anciennes revues de presse et des comptes-rendus des conseils des ministres.

En Afrique anglophone, la vitalité de la presse numérique est bien plus avancée que celle de la presse francophone. Ceci s'explique certainement par le fait que dans cet espace est né plus tôt la pratique de l'information journalistique par les autochtones pendant que dans l'espace francophone, l'activité de la presse est arrivée un peu plus tard et a été gérée pendant plusieurs décennies par l'administration coloniale. Aussi, à cela s'ajoute le fait que les Etats d'Afrique anglophones, une fois de plus, ont manifesté beaucoup plus vite un engouement certain pour internet. C'est ainsi qu'en dehors de l'Afrique du Sud qui est un pionnier en Afrique en matière de presse en ligne, *The Monitor* (un titre ougandais né en 1992 et devenu quotidien en 1996) a fait ses premiers essais en novembre 1995, mais n'a été véritablement lancé sur le Net qu'en mai 1996 sous le site web www.africanews.com/monitor. Par ailleurs, dès 1997, le *Groupe Nation* se positionne comme précurseur de la presse en ligne en Afrique de l'Est. Fonctionnant comme un portail, le site du *Groupe Nation* (www.nation.co.ke) est élaboré localement au Kenya avec un serveur à Washington. Dès sa naissance, il publie plusieurs médias d'information dont son propre quotidien le *Daily nation* ; ensuite en 1994 lance l'hebdomadaire *The EastAfrican* ; en 2000 intègre le *Monitor* cité plus haut ; en 2001 il se dote d'un journal pour enfants et plusieurs autres suppléments. Le *Nation* va entre-autres proposer des services tels l'archivage, des liens consacrés aux possibilités touristiques, la possibilité de réservation de billets d'avion, la rubrique nécrologique etc.

Bref, on comprend que les premiers élans de la presse sur internet ont commencé par la conversion de la presse papier vers le numérique que ce soit en Occident ou en Afrique. Les agences de presse ont été pour la plupart les précurseurs de la numérisation de l'information en ligne. Puis, par souci de toucher un public beaucoup plus large, notamment celui de la diaspora, les médias de l'Afrique subsaharienne ont fait le pari de converger vers la toile en tentant de reprendre ou de transposer des articles de journaux vers le numérique. Tant bien que mal, les insuffisances techniques liées à la fracture numérique et à l'appropriation limitée des nouvelles technologies par les professionnels de l'information ainsi que par les populations lambdas, l'adoption d'internet dans ses premières années a suscité plusieurs espoirs. Pour les médias en Afrique subsaharienne, c'était le moyen de marquer une certaine modernisation de leurs entreprises médiatiques que celui de développer une véritable activité de création éditoriale se distinguant de la version papier de leur produit. Aussi, il s'est agi d'espérer créer un nouvel espace de source de revenus qui aurait pu aider à soulager ces différentes entreprises de presse connaissant déjà des difficultés économiques depuis plusieurs années. Une espérance qui n'a malheureusement pas été satisfaite au regard de l'absence d'un modèle économique véritablement fructueux et toujours balbutiant. Ce qui a entraîné l'existence éphémère et la non mise à jour permanente de la plupart des sites créés. Toutefois, il faudra bien distinguer le fait que la presse en ligne en Afrique francophone et celle en Afrique anglophone ont eu des

dynamiques différentes. La presse numérique en Afrique anglophone s'est illustrée dès ses premières années et ce, beaucoup plus tôt, dans une forme de gestion des médias à partir de Groupes de presse. Ce système de fonctionnement en conglomérat a permis une organisation plus propice en termes de pérennité des entreprises de presse, car l'on a pu observer qu'un certain nombre de médias appartenant à des Groupes, à l'instar du *Groupe Nation* au Kenya, ont pu avoir une diffusion très active sur le web de par leur gestion par des professionnels et techniciens de l'informatique, une mise à jour assez régulière des articles, ainsi que la mise en place de services différents de la simple actualité. Et près de quinze ans plus tard, plusieurs des sites d'information tels *Daily Nation* (www.dailynews.co.tz) ou le *East African Standard* (www.eastandard.net) sont toujours d'actualité sur internet.

Cette première catégorie de la presse sur le web qui part des années 1990 peut être caractérisée comme la conversion de la presse physique vers la presse numérique : il s'agit de la transposition des médias issus de supports matériels tels le journal papier, la radio et la télévision vers le support immatériel qu'est internet. La seconde catégorie est celle des *pure players*. Cette catégorie est beaucoup plus large, car il est question ici de tous les sites nés et n'exerçant que sur internet. On pourrait ainsi parler des sites participatifs comme *Wikipédia* ; les microbloggings à l'instar de *Twitter* ; les *blogs* de sites personnels ou d'un groupe ; les réseaux sociaux tels *Facebook* ou *Instagram* ; les médias sociaux de partage de musiques ou vidéos que sont *Youtube* et *Tik tok* ; les sites natifs de l'internet dont la presse d'information pratiquant le *e-journalisme* ; etc. Ces sites, considérés comme des entreprises proposant du contenu en vue de leur consommation par les internautes peuvent être observés comme des médias au sens premier du terme. Cependant, la catégorie de médias qui nous intéresse est la toute dernière précitée qui se distingue de tous les autres par un certain nombre de critères : la presse en ligne d'information politique et générale née sur l'internet. Pour mieux saisir la particularité de cette forme de presse sur internet, attelons-nous à l'aborder sous une approche définitionnelle à partir de la conception d'un certain nombre d'auteurs.

1.3.3. Les médias natifs du web, une presse en ligne spécifique

Depuis plus d'une vingtaine d'années est apparue une diversité de contenus et services sur internet. Parmi ceux-ci, il y a une catégorie de sites en ligne qui produisent et diffusent de l'information au sens journalistique. Comme nous le soulignons plus haut, une première génération de presse d'information en ligne a été celle de la conversion de la presse classique (journal papier, radio, télévision) vers la numérisation de leurs contenus sur le net. Puis, progressivement sont arrivés des sites d'information produisant un contenu qui se rapproche du travail journalistique et n'ayant pas d'édition papier ou physique : il s'agit des sites natifs de l'internet, appelés encore les *pure-players*, traduit en français par « tout en ligne »¹⁶¹. En Afrique, comme un peu partout ailleurs, les débuts des sites natifs de

¹⁶¹. La Commission d'enrichissement de la langue française a publié, le 23 mars 2014 au Journal officiel de la République française, la traduction en français « tout en ligne », dont l'utilisation est préconisée à la place de *pure player* pour qualifier « un éditeur, en particulier un éditeur de presse, qui exerce son activité exclusivement dans l'internet, ou cette activité elle-même.

l'internet sont restés longtemps très modestes en matière de contenus, car ils reposaient l'essentiel de leurs sources sur les agences de presse et les médias dits traditionnels, on parle alors d'un journalisme de reprise comme l'indiquait déjà Pélissier (Pélissier N., 2001)¹⁶². Ce qui leur a valu d'être marginalisés, voire ignorés du grand public. Au fil des années, cette catégorie de presse en ligne va se construire les contours d'un authentique média d'information, notamment dans la seconde moitié des années 1990 aux Etats-Unis, puis cela va se poursuivre en Europe et s'étendre dans le reste du monde, à l'instar de l'Afrique. De fait, dès les années 2000, l'on va assister à une floraison de sites de presse en ligne se caractérisant par, non seulement un certain professionnalisme dans le traitement de l'information, mais aussi une originalité dans la forme et le fond des contenus. Charron ne manque d'ailleurs pas de décrire cette observation en ces termes :

« Le début des années 2010 voit plusieurs centaines de sites de presse en ligne occuper une véritable place dans le traitement de l'actualité et de l'information politiques, économiques, sociales, culturelles, etc. Ils offrent aussi bien de l'information immédiate, très factuelle, que de l'enquête, du reportage, de l'interview, de l'expertise dans des domaines très étendus. Leur écriture se recompose rapidement, associant le texte, le son, l'image fixe et vidéo, le lien. Les formes de journalisme qui y concourent sont diversifiées et inventent des manières de travailler, de combiner les récits et les écritures, de concevoir le rapport au public, la coopération avec celui-ci, dans des termes inusités » (Charon J. M., 2011)¹⁶³.

La presse en ligne a fini donc par s'imposer comme une activité professionnelle à part entière, une alternative en tant que source d'information tout comme la presse classique, partageant la même mission sociale, les mêmes règles éthiques et déontologiques tout en ayant ses spécificités. Dans une société démocratique où les principes de la diversité des identités, de la tolérance à la différence et le recours à la contradiction des idées ou opinions sont des valeurs défendues, la presse en ligne se présente alors comme un maillon essentiel à l'impulsion de ces modalités. Et dans le cadre d'un système médiatique, les sites natifs de l'internet devraient apporter un élan de dynamisme dans la mise en pratique du pluralisme de l'information journalistique en milieu démocratique. Idée que soutient Charon lorsqu'il affirme que la presse en ligne est *« une forme d'activité et de contenus particuliers des médias numériques renvoyant au rôle spécifique de la presse dans les sociétés démocratiques »*¹⁶⁴.

Ainsi, pour paraître plus concis dans la définition de la presse en ligne, Charon détermine trois indicateurs qui permettent de la caractériser : un contenu d'information produit dans le cadre d'un projet éditorial ; exercer le rôle de médiateur entre les événements et les membres de la société ; traiter l'information par les professionnels que sont les journalistes. Ces trois dimensions sont le fait de la formalisation et de la professionnalisation des entreprises de presse dans leur ensemble. La presse en ligne, elle,

¹⁶². Pélissier Nicolas, *Loc.cit.*

¹⁶³. Charon Jean Marie, *op.cit.*, p. 4.

¹⁶⁴. *Ibidem*, p.6.

s'appuie sur « *les fonctionnalités et les potentialités des technologies numériques en ligne, dans sa forme devenue familière de l'internet* ». Pour l'auteur, il ne faudrait pas confondre la presse en ligne de la masse d'information qui circule sur le web et qui peut parfois s'assimiler à des projets éditoriaux sur fond d'analyse ou de témoignage, mais sans pour autant correspondre à du journalisme. En substance, « *La presse en ligne offre un contenu qui est le fruit d'un traitement journalistique* »¹⁶⁵.

Pratiquement dans le même ordre d'idée, Lafon définit d'abord ce que l'on entend par média afin de mieux appréhender la compréhension de la notion de presse en ligne. Pour lui, un média correspond à la prise en compte de cinq dimensions regroupées au sein du modèle MEDIATS. Il s'agit là de considérer comme caractéristiques d'un média : le Modèle économique, le discours, l'Institution, les Acteurs et les Techniques en Société. Ces différents éléments permettent de saisir les indicateurs déterminants une structure médiatique dans sa légitimité en tant que média dit professionnel. De fait, pour comprendre le fonctionnement d'un média, il convient de ne pas se centrer uniquement sur un aspect parmi les cinq dimensions qui la constituent. La méthode serait de chercher à aborder à *minima* une description et un croisement d'analyses entre ces dimensions même si l'étude approfondie porte sur l'une en particulier¹⁶⁶.

C'est dans cet état de fait que l'on peut s'interroger sur l'identification de la presse en ligne comme média et ce qui la distingue des autres médias sur le web. A ce stade, Lafon tient à nuancer la différence entre les terminologies médias traditionnels et médias numériques, ou encore, presse traditionnelle et presse moderne. Selon l'auteur, le développement des TICs à travers la numérisation des contenus, la densité des réseaux sociaux et des données, ainsi que la dynamique de l'accès aux informations ont transformé et concernent l'ensemble des médias. La plupart des contenus médiatiques issus de la presse papier, de la radio et de la télévision se retrouve aujourd'hui sur internet et plusieurs de ces médias ont désormais une version en ligne : on parle de la conversion des médias physiques vers le support numérique¹⁶⁷. Dans cette logique, la presse en ligne serait perçue comme l'ensemble des médias présent sur la toile. On distinguera alors deux catégories de presse en ligne : la presse dite ancienne convergée sur internet et la presse née uniquement d'internet, appelée encore les natifs de l'internet. Les natifs de l'internet sont ainsi définis comme les médias d'information répondant aux critères du modèle de Médiats décrits par Lafon. En d'autres termes, il s'agit d'entreprises de presse, organisées comme telles, avec pour particularité d'offrir leur produit médiatique exclusivement sur la toile. Denieuil, dans ce qu'il appelle « une presse en ligne conventionnelle » pour parler des sites d'information journalistique, souligne justement que cette dernière se distingue des sites d'information amateur du fait de son caractère professionnel lié à son organisation en tant qu'entreprise

¹⁶⁵. *Idem*, p.5.

¹⁶⁶ Benoit Lafon, *op.cit.*, p. 10-11.

¹⁶⁷. *Ibidem*, p.10.

de presse possédant un modèle économique et un personnel qualifié pour assurer sa pérennité.

A cet effet, on comprend que lorsqu'on parle de presse en ligne sous la forme de sites natifs de l'internet, parfois nommés sous le terme de *pure players*, il s'agit ici de la catégorie de sites d'information journalistique. Entre autres, dans le sens où nous l'abordons, la presse en ligne équivaut au journalisme en ligne. En reprenant la loi française du 12 juin 2009 statuant sur l'éditeur de presse en ligne, les auteurs Dagiral et Parasie relèvent la définition suivante :

« (...) est considéré comme site de presse en ligne le site qui se donne une "mission d'information professionnelle", qui emploie au moins un journaliste professionnel et qui publie des "contenus originaux et renouvelés" en lien avec l'actualité et faisant l'objet d'un traitement à caractère journalistique »¹⁶⁸.

Toutes ces différentes assertions nous conduisent à considérer la presse en ligne à partir d'un certain nombre de critères : modèle économique stable ou à l'équilibre, contenu soumis à un traitement journalistique, reconnaissance de l'activité et des acteurs sur le plan juridique, technique de diffusion instantanée et d'interactivité de l'information avec les internautes. Sur cette base, nous allons effectuer une première analyse des différents sites d'information soumis à notre étude dans le but de voir s'ils répondent aux critères précités. Pour ce faire, afin d'écartier toute confusion, nous allons utiliser le terme de presse en ligne ou site natif de l'internet tout au long du développement de notre thèse pour désigner cette catégorie de média d'information professionnelle qui constitue notre objet d'étude. D'ailleurs, il serait intéressant d'évoquer de manière plus précise les éléments de différenciation entre la presse en ligne et les autres médias numériques, à l'instar des réseaux sociaux et des blogs avant même de nous centrer sur la première, sachant qu'il y a parfois des croisements à la fois éditoriaux et économiques entre ces différents types de médias dématérialisés.

I.4. Modèle économique de la presse en ligne

Après avoir étayé la notion de presse en ligne dans ses différentes facettes conceptuelles, il est aussi approprié de s'arrêter sur ce qui fait le modèle économique de ce type de média pour deux raisons principales. La première part du fait que l'on considère qu'un média est aussi une entreprise à part entière qui doit avoir un modèle économique clair devant permettre son autonomisation financière. Sur ce point, nous disons qu'un modèle économique pérenne fait partie des modalités fondamentales qui justifient du caractère professionnel d'une entreprise de presse. Aussi, comme deuxième raison, indiquer les stratégies économiques développées jusqu'alors dans l'espace médiatique numérique nous permettra d'avoir une idée sur les logiques éditoriales des médias natifs du web soumis à notre étude. Nous partons de l'idée que l'état de financement d'un média influence nécessairement sur la qualité de production informationnelle. Ainsi, dans la suite logique de

¹⁶⁸. Dagiral Eric, Parasie Sylvain, Presse en ligne, Paris, La Découverte, 2010, p. 15.

notre analyse, nous pourrions confronter ces théories sur l'économie des médias numériques à la réalité de la presse gabonaise en ligne soumise à notre étude.

I.4.1. Les modèles économiques de la presse numérique toujours en construction

Sur ce point, la théorie des industries culturelles et médiatiques nous renseigne au préalable sur les deux modèles de financement qui ont toujours primé au niveau de la presse de façon générale. Il s'agit là du modèle éditorial et du modèle de *flot* dont faisait déjà état Miège (Miège B. et al, 1986)¹⁶⁹. Le modèle éditorial consiste à procéder par un financement direct du produit culturel et médiatique, c'est-à-dire que le consommateur consent à payer pour recevoir l'information ou l'article publié. C'est le cas avec les journaux ou les magazines que l'on achète dans les kiosques. Le modèle de *flot* quant à lui repose sur le financement indirect des médias qui passe par la publicité, la subvention de l'Etat ou la redevance audiovisuelle. Avec les nouvelles technologies de l'information et de la communication et l'avènement de la presse en ligne, le modèle de financement a évolué. Un modèle socioéconomique complémentaire au modèle éditorial et au modèle de flot a émergé dans la filière de l'information en ligne : il s'agit du modèle du courtage informationnel (Moeglin, 2007). C'est le fruit des logiques sociotechniques de l'internet avec le rôle central des infomédiaires, tels que Google par excellence, qui se servent des acteurs plus traditionnels que sont les éditeurs et autres fournisseurs de contenu pour développer un modèle d'affaires générant d'énormes revenus. L'infomédiation s'est imposée en tant qu'appariement entre la massification de contenus sur le net et leur accès individualisé auprès des internautes. Par le biais d'hypertextes, les infomédiaires renvoient les contenus vers leurs sources éditorialisées et à « des biens médiatiques modulables » (Rebillard, 2012)¹⁷⁰. Tirant le plus grand bénéfice du marché publicitaire de cette méthode de valorisation des contenus journalistiques sur le web, les infomédiaires se limitent encore à une pratique de « courtage promotionnel » envers les sites éditeurs, producteurs de l'information. Ces sites d'information profitent ainsi de plus de visibilité, pouvant augmenter, de fait, le nombre de vus, de clics, donc d'audimat sensibles auprès de potentiels annonceurs. C'est alors tout l'intérêt de ce nouveau modèle socioéconomique propre au marché de l'information en ligne.

De façon générale, le marché de la publicité en ligne est depuis toujours en tension entre deux tendances : « la notoriété et la performance »¹⁷¹. La notoriété se fonde d'une part, sur le nombre de visites des internautes sur un site ou sur une publication. D'autre part, elle tient compte de la marque du produit éditorial, c'est-à-dire, l'image forte ou

¹⁶⁹. Miège Bernard, Pajon Patrick, Salün Jean Michel, *L'industrialisation de l'audiovisuel. Des programmes pour les nouveaux médias*, Paris, Aubier, 1986.

¹⁷⁰. Rebillard Franck, « Modèles socioéconomiques du journalisme en ligne et possibilités d'une information diversifiée », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°12/3, 2011, p.81- 95, consulté 4 octobre 2021, [en ligne] URL : <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2011/supplement-a/05-modeles-socioeconomiques-du-journalisme-en-ligne-et-possibilites-dune-information-diversifie>.

¹⁷¹. Ouakrat Alan, al, op.cit

médiocre que peut revêtir une entreprise d'information en ligne. Ces deux éléments tirés du modèle de financement de la presse classique sont utilisés par la presse en ligne, notamment par les régies de la presse web, pour lancer ou dynamiser l'activité commerciale au niveau de la publicité. En effet, grâce à de l'outillage informatique de mesure comme Médiamétrie, des logiciels tels que *Google analytics* ou *Alexa*, les sites d'information en ligne sont en mesure d'avoir des données sur leur audience, voire la composition démographique de cette dernière, leur classement comparativement à d'autres médias, et ceci, en vue de clarifier la situation de leur activité en termes de représentativité. C'est sous la base de ces équipements que les annonceurs peuvent être amenés à faire des choix par rapport aux différents médias. De fait, ces outils de mesure sont pour les éditeurs de presse en ligne, l'argument de marketing commercial qui leur permet de vendre leurs espaces publicitaires en mettant en avant la garantie d'un public cible ou fidèle auprès de potentiels annonceurs. On parle ainsi de « la qualité mesurable de l'audience » qui permet d'assurer à l'annonceur que son produit de campagne va bien atteindre la cible visée et pour un nombre assez conséquent selon ses ambitions.

En outre, on évoquait aussi le principe de la marque du produit médiatique comme autre source de stratégie publicitaire. La marque d'un site de presse en ligne tout comme un site numérique de média existant repose sur la qualité du contenu éditorial. C'est la fameuse distinction dont on a parlé plus haut entre les sites d'information professionnelle et les sites amateurs que sont les *blogs*. Bien que ne disposant pas de dispositifs de mesure de la qualité du contenu éditorial, les annonceurs accordent de l'importance à l'image d'un éditeur de presse à partir de ses contenus. Comme le soulignent les auteurs Ouakrat, Beuscart et Mellet :

« (...) pour certaines marques, en particulier celles des plus gros annonceurs, il n'est pas question d'associer leur image à des contenus de qualité médiocre, et ces annonceurs sont prêts à payer plus cher pour être affichés sur des sites de qualité »¹⁷².

A ce stade, les médias bénéficiant d'une certaine ancienneté, historiquement reconnus dans la société comme des médias de référence sont privilégiés par les annonceurs (Greer J. D., 2004)¹⁷³. On donnera comme exemple le *New York times* avec son site *www.nytimes.com* aux Etats-Unis ou *Le Monde* avec son site *www.lemonde.fr* en France, ou encore *Jeune Afrique* et son site *www.jeuneafrique.com*. Aussi, au fil du temps des sites natifs de l'internet vont progressivement s'illustrer comme des sources d'information fiables et imposer leur reconnaissance sur le plan professionnel au point d'en devenir aussi des médias de références. *Le Huffington post* et *le Buzzfeed* aux Etats-Unis sont parmi les *pure players* ayant acquis une forte légitimité en matière de sources d'information auprès des populations américaines allant jusqu'à devancer certains médias de renoms traditionnels

¹⁷². Loc.cit.

¹⁷³. Greer J. D., « Adeversiting on Traditional Media Sites: Can the Traditional Business Model be Translated to the web ? », *Social Science Journal*, 41 (1), 2004, pp. 107-113.

tels que *USA Today* et le *New York Times*¹⁷⁴. En France, *Rue89.com* est l'un des *pure players* dont le succès en termes d'audience et même de chiffre d'affaires est avéré, surtout depuis son rachat par *Le Nouvel Observateur*¹⁷⁵. *Senejet.com* au Sénégal, *Cameroun web* au Cameroun et *News24* en Afrique du Sud sont aussi des exemples de sites natifs de l'internet en Afrique dont la notoriété n'est plus à démontrer dans leurs différents pays. L'image que s'est forgée la plupart de ces sites d'information fait qu'ils sont aujourd'hui bénéficiaires d'une certaine marque, dite « forte » auprès des publicitaires. Un statut qui, logiquement, conduit la préférence des annonceurs vers cette catégorie d'éditeurs d'information numérique, ce qui de facto, améliore leur santé financière par rapport à d'autres sites moins identifiés comme tels.

A côté de la tension liée à la notoriété, celle relative à « la performance » est encore plus significative. Il s'agit, pour des sites d'information en ligne, de se servir de serveurs d'annonces sur internet pour booster leur visibilité à travers des techniques sophistiquées de référencement sur internet. Ces pages (*ad-serving*)¹⁷⁶ ont l'avantage de permettre d'évaluer les taux de clics et de réactivité en termes de partages et de vues sur un produit médiatique (la publication d'un éditeur de presse par exemple). Cela suscite l'intérêt des annonceurs du fait de pouvoir voir en temps réel et avec des données statistiques l'évolution de leurs produits sur une page publicitaire en ligne. Plus loin encore, la convention de performance intègre les agences (*adwords*)¹⁷⁷ qui permet de donner de la visibilité à des éditeurs de presse à partir d'une technique informatique de référencement sur des différents moteurs de recherche. Dans ce cadre, le moteur de recherche le plus exploité est *Google* qui, par ailleurs, se trouve être le moteur de recherche le plus utilisé dans le monde¹⁷⁸.

Toutefois, Ces deux techniques d'attraction publicitaire liées à la performance ont un aspect défavorable pour les éditeurs de presse ayant le souci de la qualité de l'information, en d'autres termes la qualité du contenu éditorial. Il s'avère justement que les serveurs et les agences d'annonces ne tiennent pas compte de la qualité du produit médiatique dont ils facilitent la visibilité sur internet. Et lorsque les annonceurs se fient particulièrement aux nombres de clics ou de vues que suscite une page pour estimer en valeur la campagne de leurs produits, les sites de presse d'information professionnelle qui mettent l'accent sur la qualité de leur contenu se retrouvent moins privilégiés face aux sites moins soucieux de la qualité éditoriale. Il apparaît une forme de déséquilibre dans l'extrême concurrence du

¹⁷⁴. <https://www.lefigaro.fr/medias/2015/04/30/20004-20150430ARTFIG00005-aux-etats-unis-les-sites-d-information-se-consultent-d-abord-sur-mobile.php>. Consulté le 17 septembre 2021.

¹⁷⁵. <https://www.nouvelobs.com/medias/20120227.OBS2421/le-nouvel-observateur-2e-site-d-information-en-france.html>. Consulté le 17 septembre 2021.

¹⁷⁶. Les pages *Ad-serving* ou serveurs d'annonces sont des logiciels numériques permettant de gérer les campagnes publicitaires sur internet et à programmer un affichage dynamique d'objets publicitaires sur les pages éditoriales. Ces pages servent aussi à fournir des statistiques de campagnes pouvant être consultées par différents acteurs.

¹⁷⁷. Une agence *Ad-words* est un moyen d'acquisition marketing dont le but est de référencer un site web dans les premiers résultats de Google à partir des recherches précises ou mots clés.

¹⁷⁸. <https://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/1087491-parts-de-marche-des-moteurs-de-recherche-dans-le-monde/>. Consulté le 18 septembre 2021.

marché publicitaire sur internet entre la presse en ligne et une majeure partie d'acteurs sur le web aux activités diverses n'ayant pas de lien avec le journalisme tels que les portails, les blogs, les moteurs de recherche et les réseaux sociaux. Ces acteurs hétérogènes bénéficient des méthodes de convention de performance pour, à la fois, propager des contenus éditorialisés dont ils ne sont point les producteurs et prendre part à la compétition avec les mêmes éditeurs de ces contenus éditoriaux sur le marché de la publicité. C'est en cela que :

« L'impérialisme de la performance fragilise donc la convention de qualité qui soutient l'économie des sites de presse en ligne...Autrement dit, la transposition du modèle publicitaire issu de l'imprimé, basé sur des campagnes de notoriété et d'image fonctionne mal en ligne, les investissements publicitaires sur ce média étant rationalisés en fonction des performances des campagnes essentiellement mesurées par le taux de clics » (Hagel J, Rayport J.F, 2010) ¹⁷⁹.

I.4.2. La formule de coopération comme lien et stratégie économique entre la presse en ligne et les infomédiaires

Précédemment nous avons décrit une situation qui met en concurrence (et d'une certaine manière en conflit) les sites natifs de l'internet et les sites de services en ligne jouant parfois le rôle d'infomédiaire, favorisée par la tendance à la performance sur le marché publicitaire. Les infomédiaires comme nous l'avons défini plus tôt ont un rôle d'intermédiaire spécialisé dans l'échange d'informations sur les identités et les préférences pour faciliter la recherche de données des consommateurs (Hagel J, Rayport J.F, 1997)¹⁸⁰ Cette action ne se limite pas qu'au stade de passerelle d'information, mais permet aussi aux fournisseurs de services et de produits, tels les producteurs de contenus d'informations, la possibilité d'exploitation commerciale. On assiste ainsi à ce que Rebillard et Smyrnaioi (2009)¹⁸¹ appellent la "coopétition". En effet, la surproduction de contenus liée à l'ensemble des sources d'informations multiples et hétérogènes que l'on peut retrouver sur internet entraîne une abondance de discours numérisé au sein de laquelle il devient parfois difficile de se retrouver. Ce phénomène caractéristique des industries culturelles et médiatiques est décrit par Miège comme un "procès d'informationnalisation" (Miège, 2007)¹⁸². A ce stade, la spécialité des infomédiaires devient essentielle, car elle permet de capter et de classer un volume d'informations assez éclaté provenant de producteurs de contenus afin de les proposer aux internautes de manière personnalisable : on parle d'un niveau "méta-éditorial" (Chartron G., Rebillard F.)¹⁸³. Cette démarche a pour avantage de rendre

¹⁷⁹. Alan Ouakrat et al, op.cit

¹⁸⁰. Hagel J, Rayport J.F, « The coming Battle for Customer Information », *Harvard Business Review*, vol. 75, n°1, 1997, pp.53-65.

¹⁸¹. Rebillard, Franck, et Nikos Smyrnaioi. « Les infomédiaires, au cœur de la filière de l'information en ligne. Les cas de google, wikio et paperblog », *Réseaux*, vol. 160-161, no. 2-3, 2010, pp. 163-194.

¹⁸². Miège Bernard, *La société conquise par la communication*, Loc.cit.

¹⁸³. Chartron Ghislaine, Rebillard Franck, « La publication sur le web, entre filiations et innovations éditoriales », in Pedauque Roger T., *La redocumentarisation du monde*, Toulouse, Edicions Cépaduès, pp.201-2013.

performantes les productions des éditeurs de presse en accentuant la visibilité de leurs publications sur différentes plateformes ou sites internet, ce qui par extension accroît le nombre de clics et de vues sur leurs propres sites d'information. Il s'établit alors un rapport d'interdépendance entre les infomédiaires et les sites de presse en ligne. Le premier a besoin des fournisseurs de nouvelle pour nourrir son site d'actualité et le second lui, bénéficie des compétences techniques de ce dernier pour voir croître le nombre de visiteurs sur ses publications. C'est de cette situation de compétition et de coopération à la fois qui fait naître le néologisme de coopération (Rebillard F., Smyrnaiois N., 2010) ¹⁸⁴.

L'une des meilleures illustrations pour réaliser la relation d'interdépendance qui s'opère entre les infomédiaires et la presse en ligne jouxtant vers un modèle de financement indirect se traduit dans le rapport entre *Google* et les sites éditeurs de contenu. *Google* est le moteur de recherche et de référencement par excellence sur le *web* qui propose aux internautes des résultats personnalisables en fonction d'une requête précise. Il a donc comme rôle capital l'infomédiation à travers ses différents services tels que *Google Alerts*, *Youtube* ou *Google News* qui constitue le principal pourvoyeur d'audience pour les sites d'information en ligne. Ce dernier extrait des informations de différentes sources d'éditeurs de presse sur internet, les classe et les hiérarchise sur sa page en fonction de la demande exprimée en amont par l'internaute. Un classement qui est un enjeu pour la visibilité des acteurs de l'information en ligne, car cette stratégie donne de la valeur et amplifie le nombre de clics et de vues sur leurs publications auprès des internautes. Grâce à cette technique, *Google News* se rend indispensable face aux sites d'information, d'autant plus que sa propre audience s'accroît indéniablement. Cette activité est fortement financée par de la publicité, principalement par la vente d'espaces et de liens sponsorisés aux annonceurs. Ce qui lui met en compétition avec les sites de presse en ligne sur le marché de la publicité. Une cause de conflit entre le géant moteur de recherche et les acteurs de sites d'information qui estiment ne pas bénéficier suffisamment des revenus publicitaires engrangés par *Google* grâce à leurs contenus éditoriaux. Malgré cet état de fait, il n'en demeure pas moins que le moteur de recherche reste utile de par la richesse des contenus qu'elle possède et le mécanisme de classement d'information journalistique qu'elle offre à son audience. De leur côté, les sites d'information ont besoin de *Google* et plus largement des infomédiaires pour assurer une part assez importante de visiteurs, ce qui est pour eux une garantie de publicité, donc source de revenus (Rebillard F., Smyrnaiois N. 2010)¹⁸⁵.

I.5. Synthèse et critères d'évaluation du pluralisme

Au regard de tout ce qui précède, nous choisissons de nous rapprocher de la démarche française du pluralisme qui tente de distinguer pluralisme et diversité. En effet, l'objectif de notre recherche est d'interroger le pluralisme de l'information dans la presse

¹⁸⁴. Rebillard, Franck, Nikos Smyrnaiois. « Les infomédiaires, au cœur de la filière de l'information en ligne. Les cas de google, wikio et paperblog », *Réseaux*, vol. 160-161, no. 2-3, 2010, pp. 163-194.

¹⁸⁵. Rebillard, Franck, Nikos Smyrnaiois, *Loc.cit.*

gabonaise en ligne en période électorale dans le but de rechercher comment l'actualité politique est traitée en temps d'enjeux électoraux par les médias natifs du web. Dès cet instant, ce qui importe à notre analyse c'est de faire le lien entre ces sites d'information politique et générale, l'actualité politique de l'heure et les discours qui en découlent. Il ne s'agit donc pas de s'orienter de manière approfondie sur la diversité externe des médias du point de vue de Mc Quail dont l'intérêt est de tenir compte des représentations du genre, ethnique ou culturelle de la société dans les contenus médiatiques. Mais cela n'exclut pas l'idée que l'on puisse aborder si nécessaire cette autre dimension de la diversité au cas où l'analyse de contenu nous révèle des données très significatives dans ce sens.

I.5.1. Le pluralisme comme valeur normative de la démocratie

De fait, comme le rappellent Franck Rebillard et Marlène Loicq, nous concevons le pluralisme comme une *valeur normative de la démocratie* où l'information journalistique a pour objectif d'éclairer le citoyen sur le monde et les événements qui l'entourent en lui offrant une actualité reposant sur différentes opinions. L'utilisation de la diversité ici ne sera pas vue comme « la représentation médiatique des différentes composantes de la société, notamment sur la base de leurs attributs genrés ou ethnoracialisés », mais plutôt dans le cadre de la configuration du système médiatique qui détermine le processus de production des différentes sources d'information et les caractéristiques de leurs contenus. Comme pour rejoindre Marie-Soleil Frère, nous considérons que pour comprendre le dispositif et le contenu des médias, il faut tenir compte du système dans lequel ils évoluent. D'où la « *la théorie des systèmes médiatiques* » qui interroge les contextes historique, sociopolitique et institutionnel d'une part et les conditions de production des discours, ainsi que la trame idéologique de la presse d'autre part.

I.5.2. Critères d'analyse du pluralisme de l'information

Pour mener à bien notre analyse sur le pluralisme dans la presse gabonaise en ligne, il nous faut établir différents critères d'évaluation. Au regard de tout ce qui a été développé sur le plan conceptuel, nous retenons quatre principaux indicateurs qui sont en lien avec nos différentes hypothèses. Ainsi, sur les médias natifs du web soumis à notre étude, nous allons rechercher les indicateurs du pluralisme suivant :

1. Leur indépendance politico-administrative ;
2. Leur autonomie socioéconomique ;
3. L'équilibre des informations politiques publiées en temps d'élection ;
4. Leur spécificité éditoriale.

Tels sont les critères qui vont orienter notre réflexion tout au long de cette étude. Pour y parvenir, une démarche méthodologique appropriée portant sur différentes approches va être mise en œuvre. L'explication de cette méthode est l'objet du chapitre suivant.

Chapitre II : Approches et méthodes pour l'analyse du système médiatique gabonais

Comme le souligne Gaëtan Tremblay, la méthodologie c'est « *un discours sur la méthode, et la méthode, c'est un ensemble d'attitudes et de pratiques qui tendent à la rigueur, essentielle à la constitution scientifique* »¹⁸⁶. On parle ainsi de la démarche scientifique qui, elle repose sur la méthode, entendue comme l'agencement de règles pour atteindre un objectif. Pour parvenir à étudier la question du pluralisme de l'information dans la presse gabonaise en ligne en contexte électoral, nous avons dû mettre en œuvre une méthode adaptée à la problématique évoquée et au cadre spatio-temporel qui détermine la spécificité du travail. Dès lors, en s'inspirant des critères d'évaluation élaborés dans le chapitre précédent, nous allons suivre un cheminement logique qui répondra progressivement aux hypothèses de recherche énoncées.

Dans ce cas de figure, deux grandes parties vont s'ajouter à la première partie susmentionnée dont l'intérêt a été d'éclairer les différentes notions et conceptions principales de ce sujet. Rappelons que nous partons de la théorie des systèmes médiatiques de Marie-Marie-Soleil Frère (2016,2020), Jean Marie Charron et Jean de Bonville (2022), Michel Mathien (1992) ; De la théorie des industries culturelles à l'économie politique des médias en nous inspirant de Bernard Miège (2004, 2007, 2015), Franck Rebillard (2011), Marie-Soleil frère (2020); Atenga, Madiba (2014) ; ainsi que de la théorie du cadrage de l'information de Robert Entman (1993), Shanto Iyengar (1991), William Gamson (1992). Ces théories sont citées selon l'ordre qui va structurer notre réflexion tout au long de ce travail. Pour cela, plusieurs approches vont constituer notre démarche méthodologique. L'ensemble de ces approches devant constituer le moyen par lequel nous allons progressivement répondre à nos hypothèses. Pour cela, nous allons utiliser les différents corpus à notre disposition : il s'agit principalement des documents d'archives sur les spécificités socio-historique et institutionnelles du Gabon, les entretiens semi-directifs avec des journalistes et fondateurs de médias natifs du web gabonais et la publication des articles desdits sites sur les élections législatives de 2018.

Ainsi, la deuxième partie de ce travail dont l'objectif est d'aborder l'analyse du système médiatique gabonais au prisme des conditions de production du produit informationnel va porter sur trois approches. Une approche socio-historique des textes et institutions encadrant ou régulant l'activité médiatique ; une approche de la sociologie des pratiques professionnelles et une approche socioéconomique basée sur les théories de l'économie politique de la communication. En effet, il s'agit de considérer la presse gabonaise en ligne comme étant le produit d'un système dont la configuration actuelle dépend, d'une part, de l'évolution politico-médiatique de la presse gabonaise dans son ensemble ; et d'autre part, des rapports que cette dernière entretient avec les composantes institutionnelles de la société qui jouent un rôle non négligeable dans le fonctionnement du

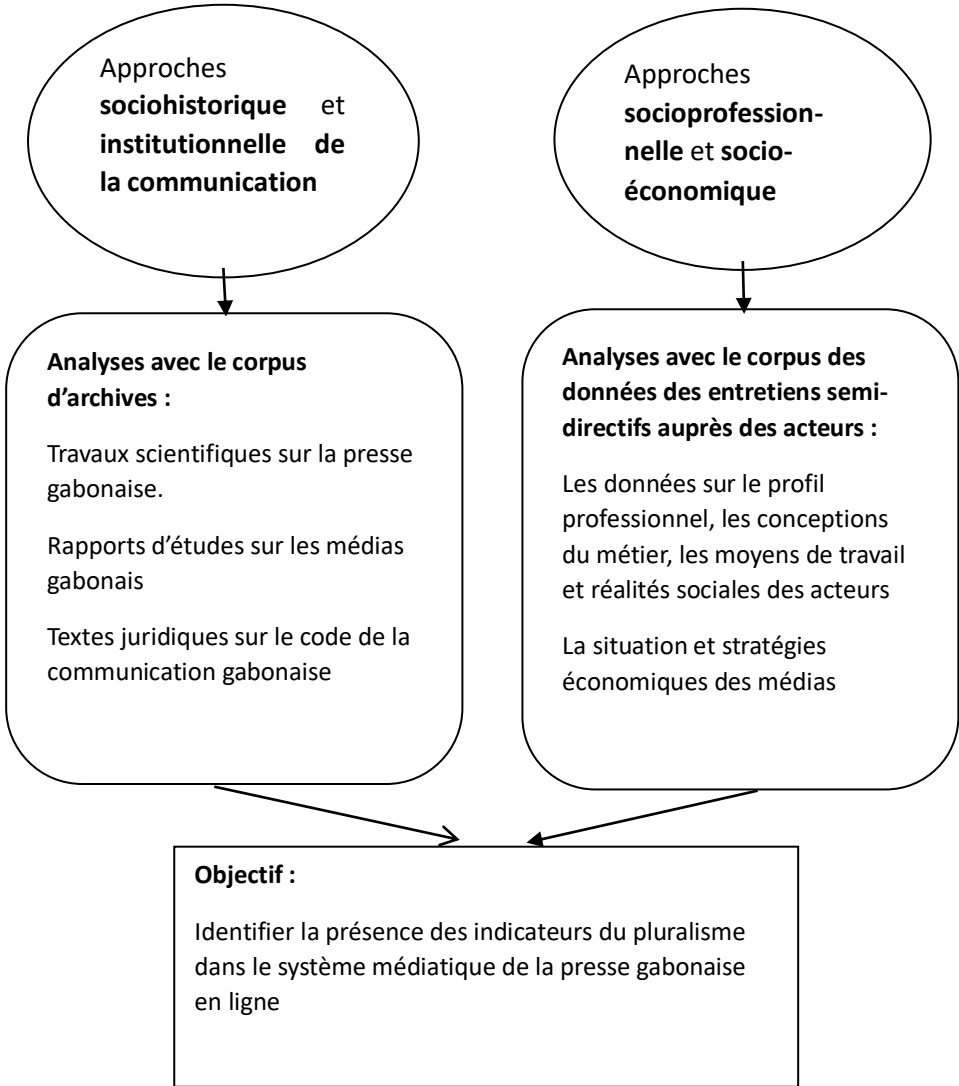
186. Propos de Gaëtan Tremblay recueillis dans l'ouvrage de Luc Bonville, Sylvie Grosjean, Martine Lagacé, *Introduction aux méthodes de la recherche en communication*, Montréal, Ed. de la Chenelière Inc., 2007, p. 3.

système médiatique, ainsi que la description des conditions socioprofessionnelles des acteurs médiatiques.

Aussi, nous concevons le discours informationnel édité par les journalistes de la presse en ligne comme étant le produit par lequel s’organise la politique économique des organes de presse. Une éventualité encore très prégnante avec les TIC et l’avalanche des nouveaux acteurs du numérique dans la circulation de l’information sur internet. C’est la raison pour laquelle, après avoir mis en évidence le contexte historique, la situation institutionnelle et les conditions socioprofessionnelles de la presse gabonaise en ligne, nous entamerons l’analyse socioéconomique de ces nouveaux médias afin de mettre en lumière les modalités économiques qui sous-tendent les stratégies de financement de ces nouveaux médias. Cette analyse se fera à partir des données recueillies par les responsables et acteurs des sites natifs gabonais lors de nos entretiens semi-directifs à Libreville.

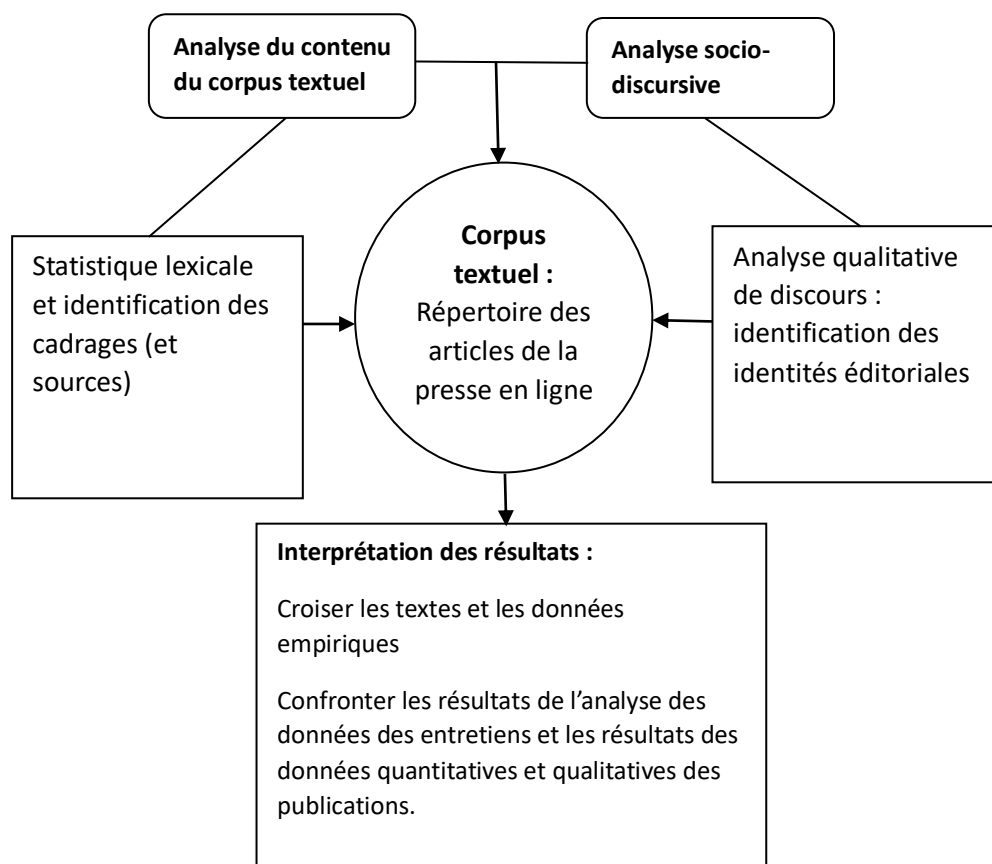
Schématiquement, la méthode d’exploitation du corpus à partir des approches convoquées se résume comme suit :

Schéma 1 : L’analyse du pluralisme à partir des corpus d’étude selon les approches.



Partant de la clarification de la situation de la presse en ligne dans le système médiatique gabonais, la troisième grande partie va se focaliser sur l'analyse du contenu et l'analyse socio-discursive pour l'interprétation des résultats. Cette approche analytique va permettre de faire ressortir les grandes idées qui apparaissent dans le contenu des articles publiés par les médias soumis à notre étude. A travers cette méthode, nous devrions parvenir à répondre aux hypothèses sur la qualité de l'information en termes de pluralisme, et ainsi confirmer ou infirmer l'hypothèse selon laquelle, du fait notamment d'une forte concentration, l'actualité politique serait soumise à la prédominance de faits liés aux acteurs proches du pouvoir politique, ce qui manifestement conduirait à un manque de diversité dans les contenus publiés et par extension à une absence d'originalité des identités éditoriales entre les différents médias natifs du web. En outre, l'analyse de contenu sera l'occasion de comparer les données du corpus issues des entretiens semi-directifs et les données du contenu des articles afin d'évaluer les déclarations des producteurs de contenus et leurs productions sur le prétendu intérêt accordé à la question du pluralisme dans leur activité.

Schéma 2 : L'analyse du pluralisme à partir des contenus médiatiques selon les approches.



Pour ce faire, nous allons montrer l'intérêt des différentes approches et points développés dans chaque chapitre des deux dernières parties afin de présenter une méthode

de recherche permettant de suivre la logique de notre démonstration et répondre aux hypothèses énumérées.

II.1. Comprendre un système médiatique : les médias natifs du web gabonais dans leur environnement historique, sociopolitique, institutionnel et économique

En nous accordant avec l'approche systémique de la communication de masse développée par Michel Mathien, qui étudie les rapports « médias – environnement », nous estimons que pour comprendre le fonctionnement du système médiatique dans un pays déterminé, il faut tenir compte des flux s'opérant en son sein. En d'autres termes, l'approche systémique de la communication de masse conçoit qu'il faut mettre en évidence les fluctuations internes et externes d'une entreprise de presse afin de déterminer les composantes du système médiatique, à savoir ses relations avec les sources, les groupes de pression, les leaders d'opinion, les institutions et le marché publicitaire. D'inspiration fonctionnaliste, elle présente un organe de communication de masse comme une entité du système dont les mécanismes de production et les objectifs répondent à un besoin social. L'information journalistique découlant d'un média est ici vue comme la résultante d'un système social, car c'est la société qui définit son ordre d'importance et les producteurs d'information (journalistes) ne peuvent s'abstraire de cet environnement social_ (Mathien Michel, 1988)¹⁸⁷.

C'est dans cet ordre d'idée, mais de manière plus concise, que Marie-Soleil Frère utilise la théorie des systèmes médiatiques dans le contexte de la recherche des médias en Afrique. Ce paradigme s'inscrit dans la logique de la théorie des systèmes de la communication de masse lorsqu'on se réfère à la compréhension qu'en donne l'auteure :

« Pour comprendre les discours des médias, il importe d'élargir l'observation au-delà des productions journalistiques pour envisager le système médiatique dans son ensemble et identifier les relations entretenues par les acteurs médiatiques avec les autres acteurs politiques, mais aussi sociaux et économiques » (Marie-Soleil Frère, 2016)¹⁸⁸.

On comprend à partir de cette assertion que la théorie des systèmes est intéressante pour mettre en perspective les éléments discursifs dans le contenu des médias et les placer dans leur contexte de production. Nous allons ainsi aborder la question du pluralisme de l'information dans le système médiatique gabonais en considérant les entreprises de presse gabonaise en ligne comme éléments d'un système, en mettant en exergue l'ensemble des acteurs dans et hors des rédactions.

De ce fait, dans un premier temps, la méthode d'analyse va consister à mettre en évidence la charge historique qui marque l'évolution et la structuration du pluralisme dans le système médiatique gabonais. Comme la laisse entendre l'approche des systèmes

¹⁸⁷. Mathien, Michel, « Une Approche des rapports médias et société. La systémique de la communication de masse », vol. 14, no. 3, 1988, pp. 65-70. <https://doi.org/10.1515/comm.1988.14.3.65>

¹⁸⁸. Marie-Soleil Frère, *Journalismes d'Afrique*, Louvain-la-Neuve, De Boeck supérieur, 2016, p. 15.

médiatiques, l'information journalistique constitue la finalité du processus de production du produit médiatique et répond à une demande sociale. Le produit médiatique n'est donc pas conçu ex nihilo, mais dépend de son environnement sociétal qui, lui, s'est construit à partir d'une succession d'évènements portant les germes de forts facteurs historiques. Dans un second temps, l'approche des systèmes médiatiques va nous amener à faire apparaître les différents flux qui agissent dans le fonctionnement du système médiatique gabonais dans le contexte présent. Dans ce cas de figure, les variables telles que le cadre institutionnel du paysage médiatique, la caractérisation du modèle économique, le parallélisme politique (traduction des rapports entre les médias et les acteurs politiques) et les conditions d'exercice du journalisme par les professionnels sont autant d'éléments susceptibles de dresser l'état des lieux du pluralisme dans le système médiatique gabonais.

II.1.1. Comprendre le contexte d'émergence et des mutations du pluralisme dans les médias gabonais sur le temps long

L'approche historique a pour objectif d'étudier les phénomènes contemporains en montrant le lien avec l'histoire qui sous-tend son évolution et ses transformations dans la société¹⁸⁹. Autrement dit, ce n'est pas juste une introduction à un travail de recherche, mais c'est aussi une forme d'analyse qui permet d'observer ce qui est invariable et les relations de causalité qui existent entre les origines de l'objet à étudier et la situation actuelle en observation. Une vision qui correspond à celle de M.S. Frère quant à la méthode à appliquer lorsqu'il s'agit de mener une recherche selon le paradigme des systèmes médiatiques :

« Un système médiatique s'inscrit dans une histoire, qui elle-même se construit sur des évolutions politiques, car les médias ont été, de tout temps, des vecteurs d'information entre les pouvoirs et leurs sujets, ou entre les communautés proches ou lointaines. L'apparition des médias de masse a reposé, quels que soient le lieu et l'époque concernés, sur une conjonction de facteurs socio-politiques et de progrès techniques »¹⁹⁰.

L'approche historique c'est donc chercher dans l'histoire des éléments d'explication des problématiques d'aujourd'hui en fonction de l'objet d'étude. Ainsi, dans l'hypothèse selon laquelle le système médiatique gabonais est favorable au pluralisme de l'information, nous allons rechercher dans les faits, aussi bien historiques que contemporains, des éléments qui nous permettront d'établir un état des lieux de l'évolution et de la situation médiatique au Gabon. Cela consistera à prendre en considération les évènements politiques, institutionnels, socioéconomiques et techniques ayant influencé la configuration du système médiatique actuel et son rapport au pluralisme.

Pour parvenir à l'élaboration de cette analyse historique, il est nécessaire de partir des prémices qui ont entraîné l'intérêt sur la question du pluralisme de l'information dans la presse gabonaise. A cet effet, on pourra examiner de manière diachronique l'impact que les grands moments politiques et technico-médiatiques ont eu dans les évolutions et

¹⁸⁹. Jenson Jane, Mamoudou Gazibo, « Chapitre 7. L'approche historique », in *La politique comparée : Fondements enjeux et approches théoriques*, Montréal, Presses de l'Université de Montréal, 2015. pp. 203-224.

¹⁹⁰. Marie-Soleil Frère, opcit, p.27.

transformations de la société en matière de pluralisme dans l'histoire du système médiatique gabonais. Pour cela, des travaux mettant justement en évidence l'histoire politique du Gabon et l'évolution des médias au Gabon vont nous servir d'apport. Le but de cette démarche n'est pas de revenir simplement sur les événements historiques de l'histoire du pays et de la presse nationale, mais c'est d'identifier les éléments probants qui permettent de justifier du rapport entre les manifestations sociopolitiques et les conséquences de ces dernières dans l'expression du pluralisme au sein du système médiatique.

II.1.2. L'exploitation des travaux de référence sur l'histoire politico-médiatique comme base de données analytiques

Les faits historiques sont invariables. Il ne s'agit donc pas de nous servir de l'histoire politico-médiatique gabonaise pour la transformer à notre guise afin d'y trouver des éléments pouvant nous permettre de justifier notre hypothèse sur l'environnement médiatique gabonais adapté au pluralisme de l'information journalistique. La méthode va consister à croiser les faits politiques majeurs de l'histoire du pays en montrant les changements ou influences que cela a pu avoir sur le monde médiatique. A ce niveau, on pourrait déjà relever que l'évolution de la presse gabonaise s'est toujours greffée aux bouleversements politiques qui ont émaillé la construction de la société au fil des années. M.S. frère, en parlant des médias africains, fait déjà cette allusion lorsqu'elle affirme qu'à « travers leur évolution et le parcours des professionnels qui les animent, c'est l'histoire politique, économique et sociale de l'Afrique qui se donne à lire »¹⁹¹.

De fait, parmi les références théoriques sur lesquelles nous allons principalement nous appuyer, il y a le travail mené par Sabi-Djaboudi Arthur paru dans son ouvrage « Politique(s) de communication, Enjeux et Défis de la mondialisation. Reculs et avancées de l'expérience gabonaise »¹⁹². Dans cette recherche, l'auteur s'interroge sur les politiques de communication au Gabon en se basant sur une analyse longitudinale qui permet de mettre en relief les évolutions de la communication dudit pays au cours du temps. Il part des politiques de communication depuis la décolonisation, en passant par la période monolithique du parti unique au mouvement de révolution pour la démocratie dans les années 1990 jusqu'à l'avènement du basculement numérique avec internet et les nouveaux médias. Ce travail montre ainsi comment à travers le temps les médias nationaux font face aux vellétés de contrôle des pouvoirs politiques, les limites et progrès de la presse gabonaise pour ce qui est de leur liberté et leur combat pour le développement. On peut y voir les phases périodiques d'une économie politique de la communication au Gabon constituant l'historicité de l'Etat. Ce document est un instrument théorique précieux, car il nous plonge directement dans le contexte spécifique de l'histoire des politiques de

¹⁹¹. Idem, p. 14.

¹⁹². Sabi-Djaboudi Arthur Félicien, *Politique(s) de communication, enjeux et défis de la mondialisation. Reculs et avancées de l'expérience gabonaise*, Paris, Academia-L'Harmattan, 2021.

communication au Gabon, ce qui indubitablement va nous permettre de rechercher et trouver des éléments d'identification du pluralisme dans le processus de construction des médias de masse gabonais.

En outre, pour étayer davantage cet aspect historique en rapport avec l'introduction de l'idée du pluralisme dans l'organisation politique de l'Etat gabonais, trois ouvrages commis par le politologue Ndombet Wilson-André nous seront d'une grande utilité. Il s'agit des travaux inscrits dans les projets « *La transmission de l'Etat colonial au Gabon : Institutions, élites et crises (1946-1966)* ; *Partis politiques et unité nationale au Gabon (1957-1989)* ; *Processus électoraux et immobilisme politique au Gabon (1990-2009)* ». A la lecture de ces trois projets, on constate bien qu'il s'agit d'une trilogie de travaux qui se suivent de manière diachronique. Donc la suite logique d'un rappel historique d'évènements politiques ayant influé sur le déroulement du processus étatique de la société gabonaise. L'auteur retranscrit les moments marquants de l'histoire politique du pays en faisant une analyse critique du processus de démocratisation des institutions républicaines au Gabon. Il décrit le paradoxe permanent entre les objectifs de bonne gouvernance et les crises entretenues par les élites politiques, notamment ceux représentant les pouvoirs publics, freinant ainsi la marche vers le développement d'un véritable Etat de droit. A partir de ces travaux, on pourra obtenir de manière plus détaillée des éléments de l'histoire politique du Gabon qui renseignent sur le rôle qu'ont toujours joué les institutions dans la construction d'une unité nationale tout en tentant de valoriser l'expression de la pluralité des idées.

Hormis les travaux précédents, d'autres recherches sur différentes problématiques se sont inscrites dans une démarche typiquement comparative entre les faits politiques et les faits médiatiques. Adoptant une posture relative à la théorie des systèmes, plusieurs travaux sur le Gabon sont partis du contexte historique afin d'appréhender l'objet d'étude dans son environnement et comprendre ses configurations contemporaines. Et grâce à cette méthode et des recherches antérieures l'ayant adoptée, surtout dans le domaine des sciences de l'information et de la communication, nous pouvons nous servir des réflexions qui en ressortent pour tirer des indices déterminants allant dans le sens de notre propre problématique qui repose sur la question du pluralisme de l'information dans la presse gabonaise en ligne. Dans cette logique, on pourra alors convoquer le travail effectué par Ovoundaga Marcy Delsione, « *La télévision publique gabonaise et la construction d'une communauté nationale : 1963-2014* ». Dans son ouvrage, l'auteur revient sur les évènements sociopolitiques du Gabon pour montrer comment la presse nationale a été perçue par les leaders politiques comme outil de propagande idéologique au service de l'idée de la construction d'une nation.

A ce sujet, on pourra ajouter les travaux précurseurs de Ndong Ngoua Anaclet dans sa thèse intitulée « Vers le pluralisme de la presse en Afrique noire francophone : le cas du Gabon »¹⁹³ et la thèse défendue par Mavoungou Vincent titrée « Institutions et publics de la radio-télévision au Gabon. Essai sur la personnalisation du pouvoir à travers la

¹⁹³. Ndong Ngoua A., Vers le pluralisme de la presse en Afrique noire francophone : le cas du Gabon, *Loc.cit.*

communication politique par les médias »¹⁹⁴. Pour le premier travail de thèse, Ndong Ngoua montre les limites du pluralisme dans la marche vers la liberté d'expression et d'opinion au Gabon depuis 1990. Autrement dit, il mettait déjà en lumière les faiblesses des médias gabonais face aux leviers politiques, économiques et socioculturels dont les pesanteurs fragilisent la mission de contre-pouvoir et d'éveil de conscience de la presse. Le second sujet de recherche quant à lui, démontrait le lien étroit qui s'opérait entre la presse et le pouvoir politique. Cette étude laisse entrevoir l'idée d'une exagération d'une politique de communication basée sur la personnalisation du pouvoir. Pour Mavoungou, il s'agit d'un système médiatique où la presse est inféodée au pouvoir politique, donc prompte à la propagande idéologique partisane et plus encore à la légitimation du parti au pouvoir, incarné par le Chef de l'exécutif et son gouvernement. Ces deux travaux font ainsi une description assez néfaste de l'impact du système politique sur le système médiatique. Toutefois, rappelons qu'il s'agit de sujets qui ont été traités dans des périodes révolues et sur des questions non directement liées au pluralisme des nouveaux médias. Pour nous, l'intérêt sera de ramener les éléments historiques évoqués dans ces deux ouvrages pour expliquer davantage le lien entre les transformations politiques et les conséquences sur le pluralisme des médias gabonais. Ceci passe par la situation de la presse au Gabon dès la lutte pour les indépendances, en passant par le renouveau démocratique de 1990 jusqu'à la révolution numérique avec internet et l'avènement de la presse gabonaise en ligne.

II.1.3. Les autres travaux de référence historique moins spécifique au Gabon

L'ensemble des ressources historiques qui vont nous servir de base de données pour effectuer notre propre analyse historique du pluralisme de l'information dans la presse gabonaise ne sera pas propre au seul terrain gabonais. La plupart des Etats d'Afrique centrale a connu pratiquement les mêmes trajectoires historiques partant de la colonisation aux Républiques actuelles. Suivant cette logique, les travaux concernant les médias africains, notamment leur historicité, peuvent aussi constituer un support d'analyse pour mieux comprendre le déroulement des mouvements politico-médiatiques qui ont déterminé la configuration des systèmes médiatiques au fil des années. C'est la raison pour laquelle, nous ne pourrions manquer de consulter les travaux de Marie-Soleil Frère dans son ouvrage « Journalismes d'Afrique » où elle présente le rôle joué par les médias modernes (presse papier, radio et télévision) durant plus d'un siècle et demi dans le déroulement des changements politiques en Afrique. Cette étude fait état de la difficulté de la presse africaine et de ses acteurs à évoluer dans un environnement politique, économique, institutionnel complexe et défavorable à son plein épanouissement.

Aussi, nous nous servons du travail mené par Tudesq André-Jean dans « Feuilles d'Afrique ». Presque sur la même lignée que le travail précédemment cité, celui de Tudesq se penche principalement sur la presse écrite ; procède à une comparaison entre la presse d'expression anglophone et celle d'expression francophone dans l'Afrique subsaharienne (à

¹⁹⁴. Mavoungou Vincent, Institutions et publics de la radio-télévision au Gabon. Essai sur la personnalisation du pouvoir à travers la communication politique par les médias, Thèse de doctorat en sciences de l'information et communication, sous la direction de Francis Balle, Paris II, 1986.

cet effet, il relève que la presse anglophone s'est développée plus vite que la francophone) ; présente la presse africaine comme acteur majeur dans le mouvement démocratique d'apparition de nouveaux dirigeants dans la plupart des Etats. L'avantage de ce document par rapport à notre propre recherche est qu'il questionne le rôle joué par la presse dans la construction des opinions publiques africaines qui émergent à la fin du XXème siècle. Et pour nous, cet aspect est intéressant, car il fait ressortir la manière dont les médias africains tentent de refléter le paysage sociopolitique selon la diversité des opinions qui nourrissent le climat social. Notre travail étant axé sur le contenu de la presse gabonaise en ligne, notamment dans sa capacité à devoir traduire les discours politiques véhiculés en période électorale, la retranscription historique faite par l'auteur dans cet ouvrage est d'un apport utile.

Par ailleurs, un article scientifique tout aussi intéressant présente la presse africaine évoluant dans l'Afrique Equatoriale Française (AEF), non pas comme une simple source d'information ou une compilation de documents d'une époque, mais comme « un phénomène historique à part entière ». C'est dire qu'à travers elle (la presse africaine), on peut établir des connaissances sur des aspects politiques, socioculturels et économiques d'un Etat pendant une période déterminée. Ce document intitulé « Un journal missionnaire au temps de la décolonisation : La Semaine de l'A.E.F. (1952-1960) » retrace et explique l'impact qu'a eu la presse dans le Moyen-Congo¹⁹⁵ sur les mouvements de libéralisation et d'indépendance des anciennes colonies françaises. En partant du cas particulier qu'est le journal missionnaire *La Semaine de l'AEF*, l'auteur nous démontre comment la presse a contribué d'une certaine manière aux mutations du territoire colonial français dans le changement des politiques coloniales de l'époque (Bernault-Boswell F., 1987). Dans sa démarche, il semble avoir la particularité de présenter la situation de la presse non pas comme la simple résultante des événements sociopolitiques de l'époque, mais plutôt comme un acteur ayant influencé la donne sociétale de l'heure. Nous allons nous inspirer de ce document pour faire état du caractère naissant du pluralisme manifesté dans la presse africaine en partant de cette période coloniale. Ceci aura pour mérite de faire réaliser que le pluralisme tel qu'on pourra l'analyser à l'aune des médias numériques gabonais aujourd'hui, est le fait d'un long processus historique.

A la conclusion de ce chapitre, nous devrions parvenir à situer les jalons du pluralisme dans l'histoire de la vie politico-médiatique gabonaise. Cette partie se présente à la fois comme une revue historique, mais aussi analytique, car il ne s'agit pas de faire un simple rappel de l'histoire du Gabon, mais de démontrer le lien qui s'est opéré entre les événements politiques et les mutations de la presse gabonaise sur la question du pluralisme. C'est alors la première occasion de décrire le contexte médiatique gabonais en vue de déterminer si, à travers son histoire, le Gabon s'est doté des mécanismes pouvant favoriser l'expression du pluralisme dans la presse nationale. Comme nous l'avons déjà signifié, cette approche historique nous permettra d'avoir une idée sur la réponse à apporter quant à l'hypothèse sur la fiabilité ou non d'un système médiatique favorable au pluralisme de

¹⁹⁵. Le Moyen-Congo ou Congo français était une colonie française composée de la République du Congo et l'actuel Gabon de 1882 à 1906, puis uniquement de l'actuelle République du Congo. La capitale était Libreville jusqu'en 1904 et après ce fut Brazzaville.

l'information journalistique. Toutefois, on ne pourra point se limiter à cette démarche, certes analytique, mais purement théorique. Il serait souhaitable de continuer le processus de réflexion en accordant de l'intérêt au contexte actuel du système médiatique gabonais. Et cela passe par la description de l'environnement à la fois institutionnel, économique et socioprofessionnel dans lequel la presse gabonaise évolue de façon générale, ainsi que la situation particulière dans laquelle la presse gabonaise en ligne se retrouve.

II.2. L'approche institutionnelle de la presse gabonaise en ligne : déterminer son cadre professionnel dans le système médiatique actuel

Après avoir montré le lien entre l'histoire politique et l'évolution du pluralisme dans la presse gabonaise à partir d'une approche sociohistorique, la méthode suivante consistera à dresser le tableau de la situation du système médiatique actuel, notamment identifier les liens qui s'opèrent entre les activités de production de l'information journalistique et les autres espaces sociaux impliqués. Ici, il s'agit de mettre en évidence les différents réseaux qui concourent au fonctionnement du système médiatique gabonais. Cela revient à considérer le produit médiatique de la presse en ligne comme résultant du « champ journalistique » tel que défini par Erik Neveu (année). Ce dernier désigne le champ journalistique comme la description faite du niveau d'autonomie ou de dépendance des producteurs de l'information à l'égard des « champs politique, économique et intellectuel » (Neveu E., 2004)¹⁹⁶. Presque toujours dans une logique de théorie du système, nous allons de ce fait nous intéresser au cadre institutionnel qui encadre le fonctionnement de la presse au Gabon. Ensuite, nous aborderons la question de la situation économique dans laquelle baignent les médias gabonais en général et le modèle économique de la presse gabonaise en particulier. Enfin, nous nous focaliserons sur le fonctionnement interne des sites natifs soumis à notre étude quant à leurs différentes stratégies de production de l'information.

II.2.1. Présenter les politiques publiques en matière de pluralisme de l'information au Gabon

L'approche institutionnelle nous paraît appropriée pour développer cette partie de l'étude car elle permet d'expliquer les transformations internes et externes subies par une organisation. Selon Yves Pigneur (2011), cette approche ou ce qu'il appelle la théorie dite institutionnelle « met en exergue qu'une institution est contrainte par son environnement social, politique, économique, légal, technologique auquel elle se conforme pour garantir sa légitimité et sa pérennité »¹⁹⁷. Ce qui revient à dire que nous tâcherons de voir dans quelle mesure l'activité de la presse gabonaise en ligne est considérée comme un secteur légal et comment cette légitimité est inscrite dans les politiques publiques. Il s'agit là de mener des analyses sur les éléments externes aux médias tels que les normes communicationnelles et

¹⁹⁶. Neveu Erik, *Sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte, 2004, p.35.

¹⁹⁷. Pigneur Yves. « Une perspective institutionnelle », *Systèmes d'information & management*, vol. 16, no. 2, 2011, pp. 3-7.

les organes de régulation en rapport avec les principes du pluralisme dans le journalisme. C'est aussi le lieu de visiter l'action mise en place par les pouvoirs publics gabonais en matière d'infrastructures pour tenter de présenter l'état de fait, ou encore l'intérêt ou non, accordé à la démocratisation de l'information et par extension au pluralisme de l'information. L'utilisation de ces données, à la fois sur les normes institutionnelles et les structures étatiques établies qui influent directement ou indirectement sur l'activité médiatique gabonaise, vont constituer le premier niveau de compréhension sur les transformations du système médiatique gabonais du moment. Comme le souligne Pigneur, l'approche institutionnelle a pour avantage d'offrir un cadre conceptuel intéressant pour analyser les changements organisationnels.

Ainsi, la sociologie du journalisme d'Erik Neveu pourra servir dans ce cadre, car elle donne des outils d'identification de la profession des journalistes dans le champ journalistique. Historiquement, cette démarche a toujours présenté le journalisme comme une pratique professionnelle de valorisation de la démocratie. Appliquer la logique du champ dans la presse d'un pays revient ainsi à relever les dispositifs règlementaires destinés à protéger les droits de la profession journalistique tant des atteintes à sa liberté face aux éventuelles influences politiques que d'une dépendance sans limite de potentiels et puissants employeurs (clause de conscience, lois anti-concentration, etc.)¹⁹⁸. C'est sous cet auspice que nous allons nous intéresser aux éléments tels que le code de la communication et les objectifs des autorités de régulation gabonaises, par exemple, pour analyser le niveau de respectabilité des dispositions liées à la liberté et au pluralisme dans l'espace médiatique gabonais. Pour y parvenir, nous nous servirons des documents administratifs en notre possession, des travaux traitant des politiques publiques en matière de développement des infrastructures numériques et des données issues de nos entretiens avec les acteurs des médias au Gabon. Nous mobiliserons également les études menées par des organismes sur les médias africains tels que l'Institut Panos Paris, qui dans le projet « Afrique centrale. Des médias pour la démocratie » présentent justement le contexte médiatique des pays de la sous-région, dont le Gabon, en matière d'évolution des lois et des infrastructures. Ces données, ajoutées à celles que nous avons proprement recueillies, sont autant de richesses empiriques devant nous faciliter l'analyse pour ce qui est de l'approche structurelle ou institutionnelle qui est la nôtre.

A la suite de cette méthode structurelle nous permettant de décrire l'environnement du système médiatique gabonais étant donné ses rapports avec le cadre juridique, les instances administratives chargées de la communication et les dispositifs infrastructurels des pouvoirs publics, nous allons nous intéresser aux conditions d'exercice à proprement parler de la presse gabonaise en ligne, non seulement sur son organisation interne, mais aussi externe. Dans cette optique, nous partirons des logiques de création des premiers sites d'information de l'actualité gabonaise à la floraison des sites natifs actuels pour expliquer l'importance sociale du phénomène et ses déclinaisons à travers son évolution. Ce qui nous conduira à présenter et justifier les médias d'information numérique choisis dans le cadre de cette étude parmi tant d'autres. En se centrant sur les professionnels de l'information des

¹⁹⁸. Neveu Erik, *opcit.*, p. 40.

médias numériques (les journalistes web ou cyberjournalistes), s'inspirer de l'approche organisationnelle et institutionnelle des médias développée par Michel Mathien peut aussi nous guider. Cette vision consiste à présenter le journaliste comme acteur déterminant de l'information dans la société. Elle s'intéresse à la sphère productive de l'information journalistique en tenant compte des obligations professionnelles d'une part, et de l'idéal social que les journalistes ont de leur métier, d'autre part¹⁹⁹. La démarche sera ainsi, dans un premier temps, de se focaliser sur les deux rationalités auxquelles les professionnels sont confrontés : les contraintes liées aux objectifs de l'entreprise de presse et la mission sociale dans laquelle s'inscrit l'autonomie des journalistes. C'est le rapport entre les parties prenantes des organismes de presse et le principe d'indépendance de l'activité journalistique en pays démocratique. Dans un second temps, il faudra décrire le niveau d'adaptation ou d'ajustement entre la ligne d'action des médias numériques et les réalités en rapport avec les institutions, l'économie et les sources d'information²⁰⁰.

Plus concrètement, il sera question de nous servir des données obtenues lors de nos entretiens pour présenter le type d'organisation interne des sites gabonais d'information numérique, la catégorie des partenaires (actionnaires et propriétaires), les profils des acteurs ou professionnels, l'utilité des principales tâches, les objectifs visés par chaque média et l'intérêt qu'accordent les acteurs à leur domaine d'activité. Aussi, nous aborderons la question de l'autonomisation des cyberjournalistes avec les contraintes hiérarchiques d'une part, et les difficultés socioprofessionnelles par rapport aux conditions d'exercice de l'activité sur le terrain d'autre part. Nous ne manquerons pas non plus d'évoquer les relations éventuelles avec les forces politiques en présence pour tenter de déterminer les rapports d'influence ou d'interdépendance entre les deux milieux (politiques et journalistes). A partir de cette démarche et des mêmes données du corpus, il s'agira d'identifier les stratégies et choix de couverture des différents médias lors des événements politiques. Toutes ces informations nous permettront d'avoir une lecture globalisante, mais non exhaustive, sur les champs institutionnel et socio-politique régissant la presse gabonaise en ligne au sein du système médiatique gabonais. Mais comme le souligne Lafon, un média doit pouvoir subsister à partir d'un modèle économique qui garantit sa pérennité²⁰¹. D'où l'importance de procéder à une approche de la socio-économie de ces sites natifs d'internet gabonais, car le financement d'un média est déterminant dans les conditions de productivité de l'information.

II.2.2. L'approche socio-économique des médias comme moyen d'examiner le niveau d'autonomie financière ou de concentration de la propriété de la presse gabonaise en ligne

¹⁹⁹. Mathien Michel, *Les journalistes et le système médiatique*, Loc.cit.

²⁰⁰. Id., *Les journalistes. Histoire, pratiques et enjeux*, Paris, Ellipses, 2007.

²⁰¹. Lafon Benoit (dir.), *Médias et médiatisation. Analyser les médias imprimés, audiovisuels, numériques*, Fontaines, Presses Universitaires de Grenoble, 2019, p.12.

L'approche socio-économique envisage un média comme « (...) une organisation, un acteur industriel s'inscrivant dans un environnement donné »²⁰². Il ne s'agit pas de penser l'analyse économique d'un domaine d'activité sous le seul label de réalités économiques, mais d'y ajouter d'autres phénomènes d'ordre social et culturel pouvant influencer sur la dynamique de l'objet à examiner. Dans le cas d'espèce, il convient de mener une réflexion sur les conditions de production de l'information dans la presse gabonaise en ligne en considérant les enjeux socio-économiques qui tournent autour. En effet, nous partons de l'hypothèse que la situation financière et les stratégies de financement des sites natifs gabonais ont nécessairement un impact dans l'organisation des professionnels de l'information. On parle ainsi du modèle économique qui pourrait se structurer à deux niveaux de compréhension. Premièrement, la situation globale de l'état de financement de la presse nationale sur le plan économique (pouvoir économique des médias et situation salariale des professionnels. Deuxièmement, le modèle économique propre à chaque média selon leurs capitaux et leurs différentes sources de revenu.

Fonctionnant dans un environnement avec des règles historiquement normées, tout média est par conséquent soumis à des règles sociales, ce qui fonde par ailleurs sa dimension institutionnelle. Et le modèle économique des médias se construit sur la base des règles instituées constituant de ce fait l'économie politique des médias. Cette perception socio-économique de l'environnement médiatique est effectivement une démarche pouvant nous orienter sur la lecture ou l'interprétation que nous pouvons faire des conditions de production du discours des médias. Comme le stipulent les auteurs Bullich et Schmitt :

« (...) la démarche socio-économique privilégie une perspective holiste rapportant l'individuel au sociétal, ou plus ambitieusement propose une voie médiane conciliant l'autonomie des acteurs avec des déterminants institutionnels (...) consiste en une articulation constante entre des phénomènes qui relèveraient strictement du domaine économique et d'autres non-économiques »²⁰³.

Cette approche socio-économique devra nous permettre de mettre en perspective l'interrogation sur les conditions de stabilisation ou de fragilisation de l'autonomisation des sites natifs dans la construction de l'information. La méthode a pour vocation de mettre en relief la centralité des stratégies d'acteurs médiatiques (et dans le cas d'espèce, la presse en ligne) sur les conditions de production de l'information d'une part et sur la compréhension des contenus d'autre part. Elle conçoit les entreprises de presse comme des « *organisations industrielles et productrice de sens socialement partagé* »²⁰⁴. Un point de vue de l'économie politique de la communication qui s'identifie à la logique de la théorie des industries culturelles réévalué à l'aune de l'essor des techniques de l'information et de la communication.

²⁰². Vincent Bullich, Laurie Schmitt, « La socio-économie des médias : les stratégies de production et de valorisation des contenus », in Benoit Lafon (dir.), *Médias et médiatisation*, Grenoble, PUG, 2019, p. 19

²⁰³. *Ibid.*, p.21.

²⁰⁴. *Id.* 41.

En effet, l'objet de ce travail qu'est la presse en ligne est une des résultantes des mutations des TIC dans le domaine des médias. Non seulement les TIC ont transformé et suscité la convergence des réseaux de télécommunication, de l'informatique et d'internet, mais ils ont aussi entraîné de nouvelles modalités de production et diffusion de contenus informationnels, ce qui a induit un processus d'adaptation du modèle économique. On assiste là à une nouvelle configuration de ce que Miège identifie comme des « *industries de contenu des nouveaux médias* »²⁰⁵. Il s'agit là de présenter les nouvelles modalités de valorisation du contenu des médias numériques à partir d'une dynamique économique diverse et nouvelle en matière de publicité, mais dont les modèles fondamentaux que sont les modèles de flot et éditorial restent prégnants pour comprendre ledit contenu. Ce qui détermine le caractère industriel de ces nouveaux médias, au-delà de l'aspect marchand et technique de son usage, c'est le phénomène de reproductibilité de son contenu, notamment la reproduction du modèle de création originale qui se déroule sur un support immatériel, virtuel. Cette opération de reproduction du contenu médiatique, de plus en plus développée sur les réseaux numériques, crée à la fois un système de fluidification et de partage de l'offre informationnelle (à partir des hyperliens par exemple), mais aussi tout un marché du contenu (avec les portails et infomédiaires tel que nous l'avons développé plus haut). L'approche socio-économique basée sur les industries du contenu permet ainsi de considérer la complexité des modèles de financement du produit médiatique pour analyser la stabilité d'un média : on parle ici des modèles de flot, éditorial (ou modèle intermédiaire entre les deux), de club²⁰⁶ et de courtage.

Toujours dans l'élan d'une approche socio-économique, Moeglin présente le modèle du courtage comme dominant l'activité principale et lucrative des médias en ligne, au détriment des modèles précités²⁰⁷. Dans un contexte où l'offre d'information est pléthorique et désorganisée (on parle d'une *surproduction du numérique*), la tendance est de rendre disponibles les informations par le biais des infomédiaires que sont les moteurs de recherche et les réseaux sociaux numériques comme nous le signifions déjà dans le chapitre précédent. Seulement, le principe du courtage informationnel par les infomédiaires se présente comme un manque à gagner pour les producteurs de contenu, en l'occurrence les journalistes. Ce phénomène d'infomédiation sur internet semble progressivement déposséder les entreprises médiatiques des revenus qui auraient pu provenir de leur activité et fragiliser leur identité éditoriale, ceci au profit des infomédiaires. Une pratique non anodine quant à l'implication que de tels procédés peuvent avoir dans le traitement de l'information

²⁰⁵. Miège Bernard, « Les industries culturelles et médiatiques : une approche socio-économique », Stéphane Olivesi éd., Sciences de l'information et de la communication. *Presses universitaires de Grenoble*, 2014, pp. 173-192.

²⁰⁶. Le modèle de Club consiste à accéder à un certain niveau de services, le temps d'un abonnement. L'exemple des abonnés au club BeinSport ou Canal Plus ou Médiapart sont de parfaites illustrations.

²⁰⁷. Moeglin Pierre, « Pour une économie politique de la création. De la trivialité à la créativité », *Communication et langages*, N° 185, 2015, pp. 49-66.

journalistique en matière de diversité (Rebillard F., 2011)²⁰⁸. A partir de cette logique, nous allons mettre en évidence l'exploitation du produit informationnel des sites natifs gabonais par les infomédiaires (si cela se pratique) et les stratégies de financement (s'il y en a) qui ressortent de cette relation. Dans les dynamiques tumultueuses qui s'opèrent sur la toile, on pourra ainsi voir la manière avec laquelle les professionnels de la presse gabonaise en ligne se servent des configurations sociotechniques dans cet espace virtuel. Et manifestement, nous partons de l'idée que ces mécanismes du numérique, à la fois sociotechniques et socio-économiques, peuvent permettre de comprendre les composantes socio-discursives du produit informationnel des sites natifs à étudier.

Pour ce faire, les données issues des entretiens vont une fois de plus nous servir du fait d'avoir pu obtenir des informations, à la fois, sur les parties prenantes des différents médias en matière de financement et des différentes stratégies de sources de revenu. En s'inspirant foncièrement de la théorie des industries culturelles et médiatiques s'identifiant aux industries du contenu de Bernard Miège et Franck Rebillard, l'approche socio-économique mise en œuvre va consister à mener de front l'analyse des moyens de financement extérieurs (bailleurs de fond, partenaires, Etat) de chaque entreprise de presse en ligne, celle des mécanismes de rémunération internes au produit médiatique (annonceurs, publi-reportage...) et celle des stratégies mises en place pour bénéficier des dispositifs sociotechniques du marché du contenu sur internet.

Par ailleurs, avant de mener cette analyse socio-économique sur la presse gabonaise en ligne, il sera intéressant de s'attarder au préalable sur la description de l'état socio-économique de la presse gabonaise en général. Un travail collectif et scrupuleux a été fait dans ce sens par des chercheurs et professionnels africains dans le cadre de projets d'évaluation des médias sur la base des indicateurs de l'UNESCO (Boyomo A., Mbede E., 2012)²⁰⁹. Associés à d'autres travaux de recherches sur la presse au Gabon (Matsanga Nzienguy, 2018)²¹⁰ ; (Ndzang Nyangone, 2020)²¹¹, le constat qui revient assez régulièrement est celui d'une presse difficilement stable d'un point de vue économique. Nous nous appuyons sur les données intégrées dans ces travaux antérieurs et des données propres à notre étude de terrain pour tenter de dresser un état des lieux contemporain de la situation

²⁰⁸. Rebillard Franck, « Modèles socioéconomiques du journalisme en ligne et possibilités d'une information diversifiée », in *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°12/3, 2011, p.81 à 95. URL : <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2011/supplement-a/05-modeles-socioeconomiques-du-journalisme-en-ligne-et-possibilites-dune-information-diversifiee/> consulté le jeudi 14 janvier 2022.

²⁰⁹. Boyomo Assala, Mbede Emmanuel (dir), *Rapport d'évaluation du développement des médias au Gabon. Basé sur les indicateurs de développement des médias de l'UNESCO*, Libreville, UNESCO, 2012.

²¹⁰. Marina Matsanga Nziengui, « La production et la diffusion de la culture dans les chaînes de télévisions Publiques africaines. : L'expérience gabonaise. Sciences de l'information et de la communication », thèse en sciences de l'information et communication, sous la direction de Lafon Benoit, Grenoble, Université Grenoble Alpes, 2018.

²¹¹. Hilaire Ndzang Nyangone, *La liberté de la presse au Gabon : réalité, mythe ou utopie ?*, Paris, Honore Editions, 2020.

du système médiatique gabonais sur ce pan socioéconomique, voire même socioprofessionnel. Ce détour vers cette analyse a pour but de situer l'environnement socioéconomique dans lequel la presse gabonaise se trouve. Ce qui, par extension, peut aussi nous édifier sur les conditions d'exercice du métier par les éditeurs de contenu de la presse gabonaise en ligne.

II.3. L'analyse de contenu des articles de presse à examiner

Après avoir fait état de la sociohistoire, de la situation socio-institutionnelle et socioprofessionnelle, ainsi que la socio-économie de la presse gabonaise en ligne pour examiner les conditions de production du produit médiatique, l'étape suivante va consister à exploiter le corpus de publications des sites natifs soumis à notre étude. La méthode va porter essentiellement sur l'analyse de contenu des textes diffusés. L'ambition de cette analyse sera de faire ressortir des éléments d'identification saillants devant permettre de répondre aux deux dernières hypothèses de recherche. Rappelons que l'avant dernière hypothèse porte sur la sur-représentation d'une minorité politique mise à l'agenda. La seconde hypothèse, quant-à-elle, repose sur l'idée d'un manque d'originalité dans les angles de traitement de sujet politique entre les médias. Un paradoxe lorsque l'on part de l'hypothèse d'un système médiatique qui, sur le plan institutionnel, serait favorable à l'effectivité des principes du pluralisme dans la presse gabonaise de façon générale. L'analyse de contenu que l'on va ainsi réaliser à partir des 514 articles textuels diffusés pendant la période des législatives de 2018 devra nous fournir des indices facilitant l'interprétation des résultats.

Pour ce faire, considérons l'analyse de contenu comme « une technique de recherche servant à la description objective, systématique et quantitative du contenu manifeste des communications » (Berelson, 1952).²¹² De cette définition, nous retenons les notions d'objective, systématique et quantitative. Selon Berelson, le caractère objectif et systématique de l'analyse de contenu correspond au fait d'établir des règles, mettre en place des catégories et définitions afin d'assurer une cohérence de l'opération ; l'aspect quantitatif lui s'inscrit dans une démarche de dénombrement ou de mesure qui vise à attribuer une fréquence à un phénomène ou à une caractéristique présente dans le discours informationnel. C'est donc ne pas se limiter à conclure que les messages sont différents ou similaires, mais encore faut-il préciser en quoi et jusqu'à quel point. Et dans le cadre de nos questionnements, il faudra tenter de caractériser les tendances pour arriver à établir l'agenda médiatique des idées fortes. De cette analyse, il s'agira d'identifier les rapprochements et distanciations entre les différents médias en termes d'identité éditoriale.

II.3.1. Domaines d'application de l'analyse de contenu : Objectiver les données du corpus textuel et dégager les idées politiques dominantes

²¹². Berelson Bernard, *Content analysis in communication research*, Glencoe Ill, Free Press, 1952, p.18

De prime abord, pour conduire notre démonstration, les théories du cadrage que nous évoquons déjà parmi les théories principales convoquées dans cette étude vont constituer le champ de réflexion conceptuelle et opératoire de l'analyse de contenu. Comme le rappelle Bonville, l'analyse de contenu n'étant pas une théorie, mais une technique de recherche, elle est mise au service d'une conception scientifique. C'est dire qu'elle ne s'applique pas de manière fortuite ou sans canevas théorique, mais s'insère bien évidemment dans une démarche raisonnée. Pour l'auteur,

« (...) pour bien comprendre l'analyse de contenu, il faut la percevoir comme une variante de la méthode scientifique et non seulement comme une batterie de procédés, isolés et autonomes, servant à traiter des faits de communication »²¹³.

La théorie du cadrage est pour nous, le moyen d'axer notre analyse sur la recherche des critères pertinents pour examiner le traitement réservé aux événements et forces politiques en présence, les angles d'appréciation privilégiés et par extension la posture éditoriale de chaque média sur l'actualité politique.

Ce procédé va se baser sur la mixité entre l'analyse quantitative et l'analyse qualitative. En effet, les deux approches ne sont pas si différentes en termes de méthode et peuvent nous servir à étayer davantage les résultats issus de l'examen de notre corpus d'étude afin d'en apporter des interprétations appropriées. L'analyse qualitative étudie les messages dans leur forme naturelle, c'est dire qu'elle porte l'attention sur leurs caractères afin d'effectuer des jugements qualificatifs sur les phénomènes ou sujets étudiés. Pour Bonville, « ce faisant le chercheur utilise implicitement des catégories mentales dont il se sert pour comparer les messages ou pour détailler les composantes des messages »²¹⁴. Cela revient à dire qu'en filigrane l'analyse qualitative est toujours emprunte d'une démarche quantitative, à partir d'un comptage même implicite des occurrences. En somme, une analyse de contenu du texte médiatique requiert foncièrement une approche quantitative qui, pour des raisons de précision ou de détails peut être complétée par une démarche qualitative. Dans le cas d'espèce, ces deux techniques vont nous permettre, dans un premier temps, de mesurer les fréquences et intensités des faits et acteurs politiques dans le discours des sites natifs, évaluer les similitudes et divergences entre ces médias ; dans un deuxième temps, déterminer la manière avec laquelle les indicateurs de dénombrement sont formellement présentés dans les messages.

Toutefois, il ne suffit pas de s'appuyer uniquement sur le produit informationnel, le texte médiatique ou journalistique, pour faire une analyse de contenu. Elle permet aussi de sortir du seul corpus textuel pour aller chercher des éléments d'explication exogènes à la surface et aux caractères des textes examinés. Il s'agit là d'établir une relation entre les structures sémantiques du texte et leur contexte de production. Intervient alors la notion « d'inférence ». En reprenant Berelson, Bonville apporte la précision suivante :

²¹³. Bonville Jean, *L'analyse de contenu des médias. De la problématique au traitement statistique*, Paris, De Boeck, 2000, p.10.

²¹⁴. *Ibid.*, p.12.

« La définition de Berelson n'exclut pas la possibilité de faire des inférences ; elle stipule simplement que, si inférences il y a, celles-ci doivent être exclusivement fondées sur le contenu même des messages. Bien plus, cette définition n'interdit pas au chercheur de recueillir, par d'autres procédés de recherche, des renseignements susceptibles de faciliter et même de valider les inférences à partir du contenu manifeste des messages »²¹⁵.

Citation suffisamment satisfaisante dans l'optique des intentions de ce travail, car elle suppose que la technique de l'analyse de contenu tient compte de l'économie politique de la communication dans un système médiatique. Ayant développé cette dimension de la presse gabonaise en ligne à partir des approches sociohistoriques, socio-institutionnelle et socio-économique, l'analyse de contenu se fera par le biais des inférences entre les textes et les faits sociaux. Comme le stipule Bonville, opter pour la méthode d'analyse de contenu, c'est d'abord « reconnaître la signification sociale de la communication des médias ». C'est aussi épouser l'idée selon laquelle la nature et la diffusion du produit informationnel portent la marque de leurs conditions de production, ainsi que les indices de leurs conditions de réception. De manière plus pratique, pour mener à bien cette analyse de contenu, nous comptons utiliser une technique d'analyse de mesure quantitative dont la classification hiérarchique de Max Reinert (1983, 1991) implémentée dans le logiciel informatique *Iramuteq*, tout en examinant qualitativement ces données de dénombrement à partir de la méthode d'analyse du discours de presse de Roselyne Ringoot (2014).

II.3.2. L'approche lexicométrique et l'analyse socio-discursive : de la classification des traces lexicales à l'interprétation socio-sémiotique du discours informationnel

Comme vu précédemment, notre analyse de contenu du corpus textuel se base sur les théories du cadrage médiatique, l'objectif étant d'avoir la capacité de pouvoir traduire les intentions et stratégies discursives des producteurs d'information. Ce qui nous conduira à spécifier les idées, les événements et personnalités politiques mises en agenda en période électorale dans la presse gabonaise en ligne. Mais aussi, à partir de cette analyse de contenu, d'être en mesure de déterminer la configuration des sites natifs gabonais en matière d'identité et de posture éditoriale sur l'actualité politique du pays. Tout ceci centré autour de la question de la pluralité de l'expression politique, sinon de l'intérêt accordé à la norme communicationnelle, à la fois déontologique et juridique, du pluralisme de l'information journalistique en temps d'élection au Gabon.

De fait, pour réaliser cette technique de recherche en fonction des objectifs qui vont avec, l'analyse lexicométrique va constituer l'un des procédés techniques fondamentaux à exploiter. En effet, la lexicométrie peut se définir comme un « ensemble de méthodes permettant d'opérer des réorganisations formelles de la séquence textuelle et des analyses statistiques sur le vocabulaire d'un corpus de textes »²¹⁶. Dans cet élan, nous allons user de la

²¹⁵. *Id.*, p.14.

²¹⁶. Lebart Ludovic, Salem André, *Analyse statistique des données textuelles. Questions ouvertes et lexicométrie*, Paris, Dunod, 1988, p. 183.

méthode de classification descendante hiérarchique de Reinert²¹⁷ applicable sur le logiciel *Iramuteq*²¹⁸. La méthode de classification descendante hiérarchique de Reinert est une technique d'analyse de contenu informatique et automatique qui repose sur la lexicométrie et la cooccurrence des termes dans le discours médiatique. Elle nous sera utile pour entamer l'analyse quantitative sur l'ensemble des textes de notre corpus, notamment les articles des sites natifs et les deux sites de la presse classique que sont *L'Union* et *Echos du Nord*. Par ce moyen nous devrions parvenir à faire émerger les points saillants de la médiatisation des événements politiques par la presse gabonaise en ligne pendant la période des législatives de 2018 au Gabon. La démarche par l'analyse lexicométrique qui mobilise la cooccurrence comme outil d'analyse met ainsi en évidence les principaux angles politiques mis en visibilité dans le discours de la presse en ligne à travers des indicateurs statistiques, et ce, par l'usage d'*Iramuteq*. De même, pour partir des valeurs de dénombrement de ces indicateurs, il est nécessaire de s'intéresser au texte par une analyse du discours de presse en vue d'affiner la valeur qualitative.

L'analyse du discours du texte de presse peut être complémentaire à l'analyse lexicométrique. En effet, les outils lexicométriques à travers la méthode de classification hiérarchique descendante se servent de la cooccurrence pour quantifier et regrouper des traces lexicales qui contiennent des empreintes d'intentions de construction de sens des énonciateurs. Mais pour donner plus de cohérence à ces indices de classification statistique, nous épousons la pensée de Marty pour qui :

« (...) passer de l'identification des traces à la reconstruction du sens implique non seulement un retour au texte dans le processus d'interprétation, pour mettre les indices statistiques au service d'une meilleure intelligibilité des énoncés, mais également l'appréhension du cadre communicationnel des discours, lequel éclaire le sens de l'acte d'énonciation »²¹⁹.

Cette vision de l'interprétation sémiotique des traces lexicales par le retour permanent au texte, nous conduit à l'analyse du discours afin de dégager les indices énonciatifs permettant d'identifier la construction discursive des informations. Il s'agit ici d'appliquer une approche socio-discursive ou socio-sémiotique qui s'appuie à la fois sur l'analyse lexicale du texte et sur les éléments exogènes au discours, liés aux conditions de sa production. Ainsi, nous voudrions nous servir de l'analyse du discours de presse développée par Ringoot²²⁰. Selon l'auteure, l'analyse du discours de presse est une démarche d'analyse qualitative sur un texte journalistique qui s'intéresse au fonctionnement du discours. « *Elle ne dissocie pas ce*

²¹⁷. Reinert Max, « Une méthode de classification descendante hiérarchique. Application à l'analyse lexicale par contexte », *Les Cahiers de l'analyse des données*, vol. VIII, no 2, 1983, pp. 187-198.

²¹⁸. *Iramuteq* est un logiciel libre et informatique qui permet le traitement méthodique de corpus textuel volumineux. Il établit des analyses statistiques sur des textes et formalise des tableaux individus et caractères.

²¹⁹. Marty Emmanuel, « Les élections municipales au miroir de la presse quotidienne régionale. Des cadres médiatiques aux thématiques politiques », *Mots. Les langages du politique*, 108, 2015, pp. 39-55. URL : <http://journals.openedition.org/mots/21991> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/mots.21991>. Consulté le 21 janvier 2022.

²²⁰. Ringoot Roselyne, *Analyser le discours de la presse*, Paris, Armand Collin, 2014, p.218.

qui est dit du comment ça se dit »²²¹. Le procédé analytique se fait sous la base de deux dimensions : les normes de production journalistique qui cadrent le discours et l'identité éditoriale du média qui fonde son originalité.

II.4. Récapitulatif de la démarche méthodologique

Au regard de ce qui précède comme démarche méthodologique, il nous paraît essentiel de synthétiser l'ensemble de cette littérature étant donné les nombreux outils que nous sommes amenés à consulter pour mener à bien notre démonstration. D'où l'intérêt de ce sous point qui va consister à résumer tout ce que nous avons développé dans ce chapitre.

II.4.1. Rappel de la problématique et les hypothèses

La méthodologie, comme nous le signifions plus haut, consiste à trouver et appliquer des méthodes de recherche scientifique pour trouver des réponses à la problématique posée et conforter ou infirmer des hypothèses. Pour ainsi faire, rappelons que la problématique de ce sujet s'articule autour de la question du pluralisme dans la médiatisation des faits politiques par la presse gabonaise en ligne pendant les législatives de 2018. Ce questionnement qui a pour ambition de jeter un regard critique sur la contribution des sites d'information politique et générale et dans le traitement équilibré ou objectif de l'actualité politique en période électorale, part d'un certain nombre d'hypothèses que nous voudrions aussi rappeler. D'abord, lorsqu'on veut se référer à la situation sociopolitique du Gabon dès son indépendance et au besoin depuis lors d'en faire un Etat de droit en se servant de la presse nationale pour la cause, on est sensiblement amené à penser que la presse gabonaise en ligne évolue dans un système médiatique formel favorable à l'expression du pluralisme informationnel. Cependant, les pesanteurs socioéconomiques et socioprofessionnelles que rencontrent ces nouveaux acteurs de l'information limitent leur autonomie financière et participent à la concentration de la propriété des médias. Or, si on pose l'hypothèse que le modèle de financement d'un média influe sur sa production, donc son produit, et que les médias natifs du web sont soumis économiquement aux influences politiques et commerciales, on estime alors qu'en période électorale, le traitement des nouvelles est réduit à une prédominance de l'actualité autour d'une minorité d'acteurs et faits politiques. Parmi les conséquences d'une telle observation, on aura à l'évidence, un manque d'originalité en termes de diversité éditoriale dans la configuration des organes de presse. Une problématique que l'on peut résumer à travers le tableau suivant :

Tableau 1 : Résumé de la problématique et des hypothèses.

Problématique	Comment les médias natifs gabonais peuvent-ils contribuer à l'amélioration du pluralisme de l'information politique au Gabon ?
---------------	--

²²¹. Ibid, p. 15.

Hypothèse principale	Les médias natifs gabonais contribueraient au pluralisme informationnel au niveau socioprofessionnel et éditorial à condition d'être autonome des pesanteurs politico-économiques.
Hypothèse 1	Le système médiatique gabonais ne garantit pas l'indépendance des médias natifs gabonais du musèlement des forces politiques.
Hypothèse 2	L'absence d'un modèle économique fiable des médias natifs gabonais fragilise leur autonomisation socioprofessionnelle.
Hypothèse 3	Le traitement de l'actualité politique en période électorale par les médias natifs se caractérise par une médiatisation déséquilibrée des sensibilités politiques.
Hypothèse 4	Sur la dimension éditoriale, les médias natifs du web gabonais, comparativement aux éditeurs de presse en ligne, trouvent leur spécificité dans l'originalité des contenus de l'actualité politique.

II.4.2. Rappel du cadre théorique

Pour parvenir à trouver des réponses à la problématique et aux hypothèses soulevées, nous indiquons au préalable que nous considérons les théories du système médiatique de Marie-Frère soleil ; de la socio-économie et des industries du contenu de Bernard Miège ; et la théorie du cadrage de Robert Entman comme cadre déterminant notre raisonnement sur la question. Ce qui revient à dire que nous partons du fait que le discours médiatique issu de la presse gabonaise en ligne est d'abord la résultante d'une organisation structurée à la fois en interne et en externe. En d'autres termes, les conditions de production des éditeurs de l'information numérique et les rapports qu'ils entretiennent avec les institutions sociales influent nécessairement sur la réalisation du produit informationnel. D'où notre orientation vers une conception systémique de l'objet d'étude. Aussi, nous considérons que la capacité pour un média de faire preuve de pluralisme dans le traitement de l'actualité politique dépend de son modèle de financement, et de l'autonomisation ou l'indépendance qu'il offre envers ses partenaires extérieurs. Enfin, s'intéressant au contexte précis de l'actualité politique en période électorale, les choix opérés par les acteurs de l'information en ligne (les journalistes ou journalistes web) pour la médiatisation des événements politiques de l'heure vont déterminer les points saillants mis à l'agenda médiatique. C'est la raison pour laquelle la théorie des cadrages médiatiques est à exploiter dans le cadre de cette étude. De ces trois théories, différentes approches vont être employées pour mener à bien les analyses à effectuer.

II.4.3. Rappel des approches à convoquer selon les hypothèses à examiner

Six principales approches, que nous avons classées en trois catégories selon les différents chapitres, vont conduire notre processus de démonstration. La première catégorie, portée sur le troisième chapitre, va correspondre aux approches sociohistorique et institutionnelle. L'approche sociohistorique est celle qui va mettre en évidence les liens historiques entre l'évolution des événements politiques au Gabon et les transformations que cette dernière a engendrées dans les mutations de la presse nationale. C'est au moyen de cette approche que nous verrons comment le caractère pluraliste de l'information journalistique s'est progressivement transformé et imposée comme valeur sociale pour le développement à la fois du secteur médiatique, mais aussi comme instrument de valorisation de l'Etat de droit au Gabon. Cette réflexion va nous conduire progressivement à aborder l'approche institutionnelle qui aura pour but de relever les mécanismes institutionnels et les dispositifs infrastructurels mis en place par les pouvoirs publics ayant trait à l'amélioration de l'expression du pluralisme dans le domaine de la presse nationale. Ce sera aussi l'occasion d'indiquer les manquements ou défaillances du système médiatique gabonais pour ce qui est de l'effectivité du pluralisme dans le secteur de la communication.

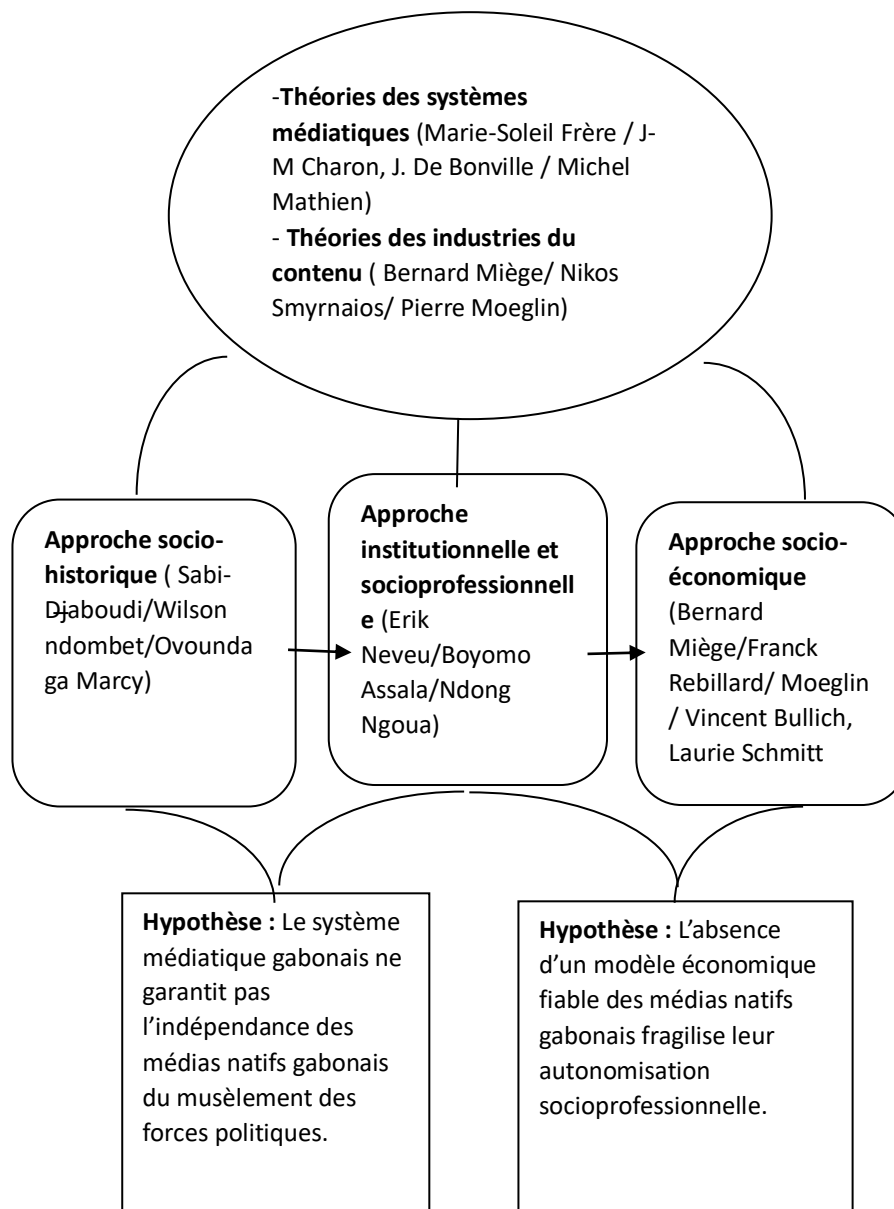
Les approches socio-économique et socioprofessionnelle seront mises à profit dans le quatrième chapitre. L'approche socio-économique va nous permettre de connaître le modèle économique des sites natifs et de situer le niveau de dépendance ou pas vis-à-vis des partenaires sociaux et commerciaux afin d'appréhender le caractère industriel qui se développerait dans ce secteur d'activité. A partir de la description du pan commercial de ce domaine professionnel, il s'ensuivra la description de la pratique professionnelle des acteurs en contexte d'élection au Gabon. Ainsi, par le biais des entretiens avec les professionnels du métier, nous verrons comment à partir de la situation financière et des modalités institutionnelles mises à leurs dispositions, ces derniers s'emploient à faire des choix et exercent leur activité journalistique sur le territoire national en temps d'élection. C'est ce que nous appelons l'approche socioprofessionnelle.

Enfin, en s'intéressant particulièrement au corpus textuel, dont les articles publiés par l'ensemble des médias soumis à notre étude, l'approche d'analyse de contenu et l'approche socio-discursive vont être exploitées. L'analyse de contenu à travers la technique lexicométrique et de cooccurrence des termes applicable sur *Iramuteq*, sera le moyen de relever les points saillants du discours. Ce qui aura pour utilité de nous permettre de classer ou de catégoriser les organes de presse en ligne en fonction des similitudes et des différences d'angle discursif. De fait, pour affiner davantage l'analyse sur l'aspect qualitatif, l'approche socio-discursive va être utilisée. Dans un premier temps, il va s'agir d'analyser le discours des articles publiés par rapport aux choix syntaxiques, lexicaux et normes journalistiques employés par chaque média afin de caractériser le style d'écriture de chacun. Dans un second temps, c'est le sens donné aux informations qui va nous intéresser. Et pour

cela, l'interprétation du sens du discours médiatique va consister à lier les textes aux conditions de production de sa réalisation, c'est-à-dire, le contexte social.

Dans l'optique de garder en vue la démarche méthodologique, étant donné les nombreux concepts qui en ressortent, procédons aussi à sa schématisation :

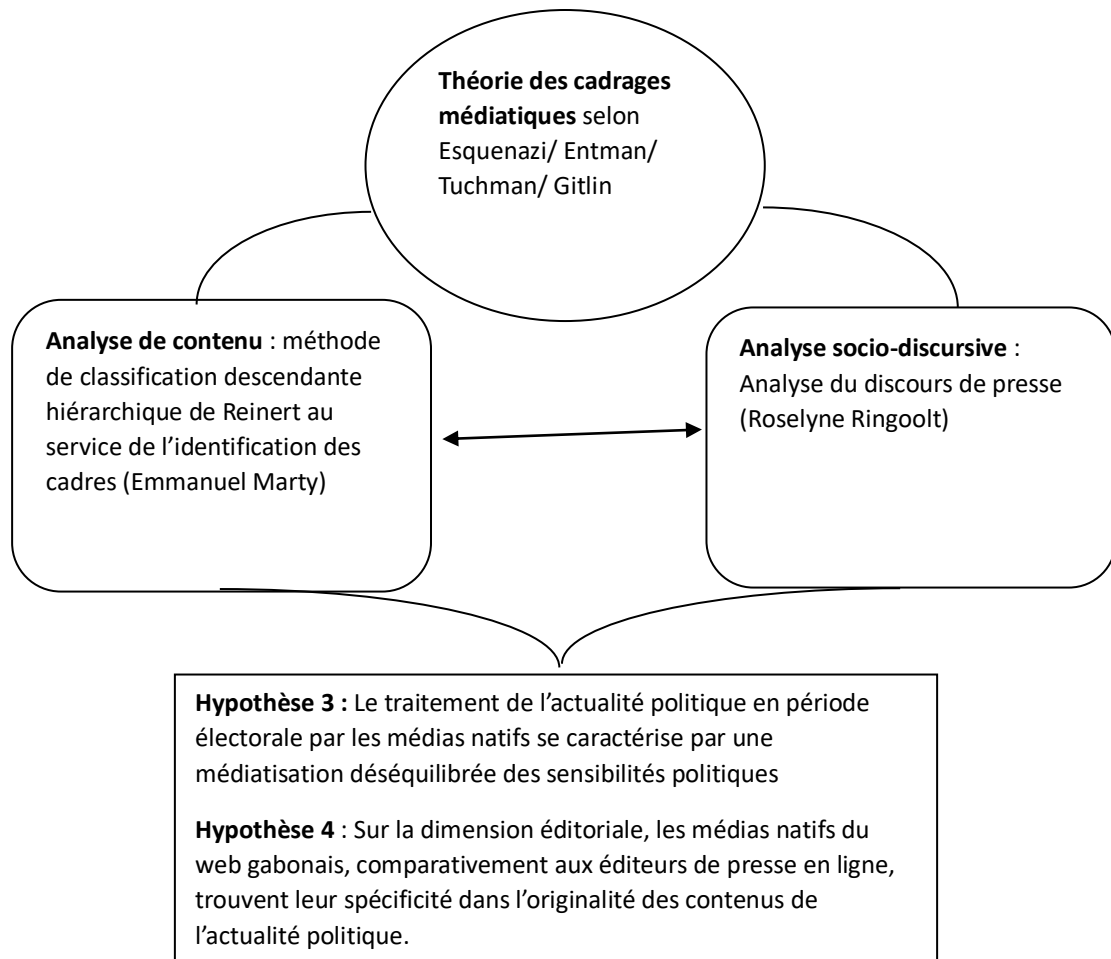
Schéma 3 : La présentation des approches liées au contexte de production de l'information de la presse en ligne pour examiner les différentes hypothèses.



NB : Les cadres théoriques mentionnés à la tête du schéma constituent le canevas idéologique qui structure notre démarche et nous conduit vers les différentes approches à

mettre en exergue. Les auteurs cités entre les parenthèses sont ceux dont les concepts ont été principalement convoqués, mais il ne s'agit pas des seuls auteurs mobilisés.

Schéma 4 : La présentation des approches liées à l'analyse du corpus textuel pour vérifier les hypothèses sur les contenus d'articles publiés par les médias en ligne retenus.



A la fin de cette procédure méthodologique, nous devrions parvenir à répondre à la problématique posée et confirmer ou infirmer l'hypothèse générale qui se rapporte à estimer que la presse gabonaise en ligne essuie un fort défaut de pluralisme dans le traitement de l'actualité politique en période électorale au Gabon.

Conclusion partielle

Cette première partie du travail nous permet d'asseoir les bases opérationnelles sur lesquelles l'ensemble de notre travail va s'appuyer. Le premier chapitre « Saisir la complexité du pluralisme comme notion, phénomène et concept » a eu comme objectif de balayer les contours définitionnels qui entourent l'idée du pluralisme sur différentes dimensions et comment elle s'inscrit dans le champ médiatique. La question du pluralisme ayant été abordée par différentes disciplines, notamment dans les sciences politique, sociales, philosophiques et bien entendu en Sciences de l'information et de la communication, il a été utile de brosser un tour d'horizon sur les acceptions faites du pluralisme dans ces autres branches avant d'en venir au stade particulier qui nous intéresse, celui de la communication.

Ainsi, quel que soit le domaine, les assertions liées au pluralisme s'accordent toujours sur les principes de liberté, de pluralité, de diversité et foncièrement de démocratie. Selon André Rieszler, le pluralisme est foncièrement la base sur laquelle les sociétés contemporaines construisent leur modèle d'organisation politique dans l'idée que « *l'État de droit doit être ni trop fort, ni trop faible ; Il y a acceptation de la persistance de tensions et de conflits ; Il y a une reconnaissance et un respect des différences ; On y voit un idéal d'un équilibre des rapports de force* ». Le pluralisme est ainsi lié à la démocratie qui, selon Karl Popper, se conçoit comme les principes régulant la souveraineté d'un Etat et ses citoyens par l'entremise de l'élection des élus du peuple afin d'instaurer les mécanismes de contrôle du pouvoir.

Dans le domaine de la communication, parler de pluralisme et de démocratie revient assez régulièrement à s'interroger sur les aspects socio-communicationnels liés à la liberté d'expression et d'opinion dont jouissent les populations pour animer le débat public, encore appelé l'opinion publique. Tentant de refléter les différences et une vision de la réalité sociale par rapport à une actualité donnée, l'opinion publique est le plus souvent le fait d'une « *(re)construction intellectuelle dans laquelle les médias jouent un rôle décisif* » (Mercier A, 2012).²²² Dans cette logique, les médias de masse ont donc la responsabilité de fournir des informations fiables et diversifiées afin d'éclairer suffisamment les jugements et arguments des citoyens sur leurs choix. C'est la raison pour laquelle en temps d'élection, le rôle des médias, notamment les médias de masse, présente un intérêt particulier et donne tout son sens à sa responsabilité sociale en tant qu'éveilleur de conscience du peuple.

Pour ce faire, avec les TIC et l'avènement de nouveaux acteurs de l'information numérique, en l'occurrence les sites natifs d'information journalistique, la question du pluralisme trouve à nouveau un intérêt sur les questions de la diversité du contenu informationnel liée à la multiplicité des sources d'information, qui induit l'interrogation sur le phénomène de concentration de la propriété et par extension sur le modèle économique des médias. Se trouvant confrontés à la réglementation des politiques publiques qui

²²². Mercier Arnaud, « Présentation générale. L'utile fiction de l'opinion publique », *In, Médias et opinion publique*, Paris, CNRS Éditions, 2012, pp. 15-40.

normalisent et régularisent la professionnalisation de l'activité journalistique d'une part, et soumis aux normes déontologiques fixant les missions du journalisme dans une société donnée d'autre part, les nouveaux médias bénéficiant de l'architecture technique à caractère libéral qu'offre internet doivent malgré tout conjuguer entre ces différents paramètres. C'est dans ce cadre que se pose la question du pluralisme de l'information dans la presse gabonaise en ligne en période électorale. L'objectif ici étant d'observer si les sites gabonais d'information politique et générale, ainsi que les contenus qui en découlent répondent à l'expression du pluralisme de l'information journalistique en temps d'élection.

Il ne s'agit donc pas d'étudier l'information issue des médias numériques dans leur ensemble, c'est-à-dire, prendre en compte la multiplicité des sujets dont la pluralité et variété sont manifestement certaines au regard du foisonnement des sites d'information qui y existent. Le sujet est plutôt de s'arrêter sur une question précise, celle du traitement de l'actualité politique dans une période de campagne électorale afin d'interroger l'attitude de la presse gabonaise en ligne face à l'enjeu du pluralisme censé caractériser la presse dans ce type de période. On sera donc amenés à nous intéresser à l'organisation interne et externe des sites natifs gabonais afin de déduire des caractéristiques liées à la propriété, au modèle économique des médias, ainsi qu'à leurs rapports avec institutions établies ; et enfin à la qualité des contenus en matière de représentativité des forces politiques en présence et d'orientations éditoriales devant déterminer la diversité ou la concentration des opinions mise en agenda.

Dès lors, nous partageons préalablement l'idée selon laquelle le pluralisme de l'information journalistique renvoie à une conception normative du rôle social des médias dans les démocraties, notamment la capacité des industries médiatiques à offrir des informations fiables aux citoyens d'un Etat. Ainsi, comme l'indiquent Franck Rebillard et Marlène Loïcq, les pouvoirs publics interviennent pour garantir le pluralisme dans la presse en instituant des lois limitant la concentration économique des médias professionnels classiques, mais aussi de la presse numérique sur internet²²³ dont on a pensé à tort que la diversité des acteurs aboutirait à une diversité des nouvelles (Baker, 2007)²²⁴. Aussi, nous concevons avec Thomas Gibbons que

« Le pluralisme est généralement associé à la diversité dans les médias ; à la présence de voix multiples et indépendantes et de différentes opinions politiques et représentations des cultures au sein des médias. Les citoyens s'attendent et ont besoin d'une diversité et d'une pluralité des sources et des contenus médiatiques » (Doyle, 2002)²²⁵.

²²³. Rebillard Franck, Marlène Loïcq, *Opcit.* P.91.

²²⁴. Baker C. Edwin, *Media concentration and Democracy*, New York, Cambridge university Press, 2007.

²²⁵. Doyle Gillian, *Media Ownership*, Londres, Sage, 2002, pp.11-12. Citation traduite par Des Freedman, « La régulation pour la pluralité : les leçons du Royaume-Uni », in Rebillard F., Loïcq M., *op.cit.*, p. 99.

Ainsi, nous partons de l'idée que le pluralisme de l'information est un principe démocratique pour la presse nationale d'un pays soumis à la fois à la régulation des pouvoirs publics (Denis Mc Quail), à l'exigence de la déontologie journalistique afin de favoriser la pluralité et la variété des sources d'information et leur indépendance, tout en veillant à ce que soit manifeste la diversité des idées ou opinions, ainsi que l'effort de représentativité des identités sociales au sein d'un système médiatique.

S'appuyant sur cet ordre d'idée et pour parvenir à construire une méthodologie adaptée à notre cadre de recherche, les théories du système médiatique ; de l'industrie du contenu ; du cadrage informationnel constituent la boussole canalisant l'ensemble de notre réflexion. Ceci nous amène à adopter différentes approches que nous résumons à travers les points suivants :

- Approche sociohistorique : Mettre en évidence les mutations historiques politico-médiatiques ayant construit au fil du temps le système médiatique gabonais actuel en matière de pluralisme.
- Approche socio-institutionnelle : Déterminer le niveau d'interventionnisme des pouvoirs publics, les politiques publiques de communication au plan des infrastructures et des lois, le rapport entre les sites natifs et les instances de régulation des médias, ainsi qu'avec les sources institutionnelles d'information.

Ces deux premières approches ont pour but de répondre à l'hypothèse sur les conditions favorables du système médiatique gabonais à l'expression du pluralisme de l'information.

- Approche socioéconomique : Analyser les conditions de production de l'information par les sites natifs gabonais par le prisme des stratégies de leurs financements. Il s'agit là de s'interroger sur les indicateurs de la propriété des organes de presse en ligne et le modèle économique afin de répondre à l'hypothèse du manque d'autonomie de ces sites face aux influences politiques et commerciales.
- Approche de l'analyse de contenu : Exploiter les articles publiés par les médias en ligne soumis à notre étude (4 sites natifs et 2 sites de médias imprimés) et constituant notre principal corpus. Se servant de la méthode lexicométrique et de cooccurrence à partir du logiciel *Iramuteq*, cette démarche quantitative conduit à identifier les cadres dominants proposés aux publics sur l'actualité politique par les sites d'information politique et générale. Ce qui doit nous permettre de répondre à l'hypothèse sur la forte concentration de l'information autour de mêmes faits et acteurs politiques.
- Approche socio-discursive : Effectuer une analyse qualitative en croisant l'analyse lexicale des articles de presse en ligne avec les données issues du corpus d'entretien semi-directif afin de réaliser une interprétation mêlant discours et réalité sociale. Un procédé dont l'objectif est de répondre à l'hypothèse sur la faiblesse de la diversité d'opinions et le manque d'originalité pour les sites natifs.

Pour finir, Cette première partie du travail a posé les bases conceptuelles et méthodologiques de cette étude. En termes de concepts, nous retenons que traiter du pluralisme de l'information dans la presse en général, et pour le cas d'espèce la presse numérique en particulier, nous sommes appelés à convoquer les concepts tels que la démocratie ; la liberté de la communication ; la pluralité et diversité des sources d'information et d'opinion ; la concentration ou non de la propriété ; la redondance ou la variété des sujets ou angles d'information et l'originalité éditoriale des médias. Tout ceci s'articule autour du système médiatique d'un territoire précis dont on cherche à saisir l'état manifeste du niveau de pluralisme. C'est l'objet de la deuxième partie de ce travail dans laquelle de manière méthodique, à travers les approches précitées, nous allons mettre en exergue ces différents concepts pour analyser le système médiatique gabonais afin de comprendre l'environnement externe et interne du fonctionnement de la presse gabonaise en ligne sur cette question du pluralisme.

DEUXIÈME PARTIE :
APPROCHES SOCIOHISTORIQUE ET SOCIO-COMMUNICATIONNELLE
DE LA PRESSE GABONAISE EN LIGNE

Chapitre III : Du pluralisme politique au pluralisme médiatique au Gabon : éléments socio-historiques et approche communicationnelle

Dans la plupart des territoires d'Afrique francophone, l'émergence des médias s'est faite concomitamment à celle de l'histoire politique des Etats. Au Gabon, l'évolution des événements politiques a fortement influencé les transformations du secteur médiatique au fil des années. De fait, on ne peut manquer de faire un état des lieux des manifestations politiques ayant conduit à la question du pluralisme médiatique devenant un enjeu dans la période postindépendance et ce, jusqu'aujourd'hui au regard de la situation démocratique du pays toujours en construction. Ainsi, comprendre actuellement la configuration du secteur des médias au Gabon revient à remonter dans son histoire avant et après son indépendance, ainsi que les bouleversements politiques de ces dernières décennies. A partir de cette approche historique, nous serons en mesure de placer la presse gabonaise en ligne dans son contexte de réalisation et mieux appréhender les réalités sociétales qui peuvent constituer des éléments d'explication de sa situation présente.

Pour ce faire, dans un premier temps nous allons partir de l'histoire médiatique de la presse gabonaise. Cette partie aura pour objectif de montrer comment la formation du pluralisme dans le système médiatique s'est construite au prisme des transformations politiques de la société gabonaise. Nous verrons comment les changements politiques du passé et de l'heure continuent de façonner le secteur des médias gabonais jusqu'à l'avènement de la presse en ligne. Ensuite, nous tenterons de présenter le contexte politique actuel : les principaux acteurs et partis politiques, les événements marquants des dernières élections présidentielles et législatives, la difficulté de distinguer les positionnements politiques à partir d'une idéologie politique construite et parler de la médiatisation de la presse gabonaise en général dans ce champ politique et le rôle des instances de régulation. A la fin de ce chapitre, nous allons tenter de mettre en lumière les quelques aspects liés aux difficultés du fonctionnement du système médiatique gabonais en matière de pluralisme.

III.1. Brève histoire de l'évolution du pluralisme dans le système médiatique gabonais

Ce point de notre développement va s'articuler autour de trois séquences historiques. La première va constituer la période d'avant et postindépendance qui détermine les premières manifestations du pluralisme de la presse en territoire gabonaise et les balbutiements rencontrés par ce phénomène avant son institutionnalisation. Le second moment est celui relatif au mouvement du printemps démocratique des années 1990 ayant entraîné le multipartisme politique et par ricochet l'officialisation du pluralisme médiatique. Enfin le troisième temps est celui de la situation actuelle du système médiatique gabonais dans son rapport avec la question du pluralisme dans son effectivité ou sa relativité.

III.1.1. Les premières manifestations d'une presse pluraliste en contexte colonial

La presse écrite a été la première à accompagner la mutation politique de la période coloniale au mouvement d'émancipation pour l'indépendance dans les territoires de l'Afrique Equatoriale française (A.E.F) (M. Ovoundag, 2020)²²⁶. L'A.E. F était un gouvernement général au sein duquel on retrouvait quatre colonies françaises d'Afrique centrale regroupées dans une même fédération entre 1910 et 1958. Dans cette organisation qui avait pour capitale Brazzaville, se trouvait le Congo, le Tchad, l'Oubangui-Chari devenu la Centrafrique et le Gabon. Ces territoires étaient sous la gestion politico-administrative totale de la puissance coloniale française et les autochtones n'avaient pratiquement aucun droit sur leurs propres terres. Ndombet nous rappelle cette évidence en affirmant que la « *la colonisation est un cadre politico-administratif qui déniait toute humanité aux colonisés* » (Ndombet, 2009)²²⁷. C'est dans cette démarche impérialiste que les chefferies traditionnelles des peuples africains issus de cet espace colonial ont progressivement perdu de leur influence et autorité auprès de leurs communautés. Le pouvoir colonial n'accordant pas d'utilité à ces organisations indigènes, il ne les impliquait pas dans la gestion du territoire.

Dans un tel contexte, les premiers journaux qui ont apparus n'ont eu comme vocation que de défendre l'entreprise coloniale. La plupart de la presse était destinée à la population d'origine européenne sous forme de nouvelles de la métropole ou de la petite communauté locale. On parle alors de la presse coloniale qui a pris son essor dans les années trente avec la création d'une dizaine de journaux privés dont la majorité au Moyen-congo. Des titres tels que *L'Etoile de l'AEF* et *L'Eveil de l'AEF* édités à Brazzaville dans les années trente et animés par des européens ne s'intéressaient particulièrement pas à la situation des indigènes si ce n'est pour rappeler et maintenir l'idée d'infériorité de ces derniers et le fossé entre les deux populations. Bernault-Boswell reprend une citation du journal *L'Etoile de l'AEF* rédigé en 1934 pour illustrer cet état de fait :

« Il ne faut pas ouvrir au Noir africain dont le père était cannibale les portes des lycées, voir des universités. En faire des intellectuels c'est de la folie (...) Qu'on leur offre une bonne instruction primaire et surtout l'enseignement professionnel, mais qu'on n'aille pas plus loin »²²⁸.

A cette presse périodique axée sur l'ambition de l'administration coloniale apparaissait aussi la presse missionnaire conduite par des périodiques catholique et

226. Ovoundaga Marcy Delsione, *La télévision publique gabonaise et la construction d'une communauté nationale : 1963-2014*, Paris, L'Harmattan, 2020, p.49.

227. Ndombet Wilson Andrey, *La transmission de l'Etat colonial au Gabon : Institutions, élites et crises (1946-1966)*, Paris, Karthala, 2009, P.125.

228. Bernault-Boswell Florence, « Un journal missionnaire au temps de la décolonisation : La Semaine de l'A.E.F. (1952-1960) », in *Revue française d'histoire d'outre-mer*, tome 74, n°274, 1987. pp. 5-25.

protestante qui s'est impliquée dans le développement des publications en Afrique francophone pendant cette période. Par ailleurs, c'est cette presse qui au-delà du discours religieux a commencé à s'intéresser à la condition des autochtones africains de l'espace AEF. Ainsi, dès les années trente jusqu'aux années cinquante, l'église catholique en l'occurrence va créer un certain nombre de titres dont un bulletin diocésain appelé *Le Bon Message* interrompu pendant la deuxième guerre mondiale, des bimensuels tels que *La Croix Congo* et *Kinshassa-Brazzaville*, ainsi que le fameux hebdomadaire fondé en 1952 *La Semaine de l'AEF*. Cette dernière était un journal chrétien ne se limitant pas à la religion, mais aussi un organe d'information générale et d'opinion publique s'adressant à la fois aux européens et aux africains. Rédigés par les européens et africains dits « évolués » (ceux qui avaient une instruction académique), *La semaine de l'AEF* marque les jalons d'une remise en cause de l'ordre colonial par rapport aux intérêts des indigènes, d'où son sous-titrage : « hebdomadaire d'information et d'action sociale » (Bernault-Boswell, 1987)²²⁹.

Toutefois, après la conférence de Brazzaville en 1944 et après la fin de la deuxième guerre mondiale, l'administration coloniale française commence à revoir sa gestion dans ses territoires. Elle va progressivement octroyer plus d'autonomie aux autochtones de l'espace AEF. Un changement de système de gouvernance qui ne s'est pas fait que par la seule volonté des colons. L'éveil des consciences des intellectuels africains ayant été formés en Europe, dont la plupart en France et le retour des soldats africains (tirailleurs sénégalais) à la fin la guerre revendiquant désormais plus de droits et de liberté pour leurs pays va compter parmi les vecteurs du nouveau modèle de gouvernance des colonies. Cette ardeur d'émancipation va se manifester par la création des organisations politiques et syndicales dans la quasi-totalité des Etats de la communauté française à l'instar de l'AEF. Ce nouvel ordre établi fait naître chez les autochtones le besoin d'exprimer davantage leurs opinions, donc une certaine liberté d'expression à travers les formations politiques et syndicales qui vont être formées.

Ainsi, apparurent au Congo-Brazzaville différents organes de presse liés à la mouvance politique née de l'ouverture de l'administration coloniale à concéder aux autochtones la possibilité d'intervenir dans la gestion des affaires de la communauté. Delà va paraître *L'AEF Nouvelle*, un hebdomadaire imprimé à Paris de 1948 à 1949 appartenant au Parti Progressiste Congolais de Félix Tchikaya caractérisé par une logique politique socialiste-communiste. Son parti issu du Rassemblement Démocratique Africain, RDA (une fédération panafricaniste regroupant des partis politiques africains fondée en 1946) publie *L'informateur africain* dont l'ambition va découler progressivement vers la revendication de l'indépendance des territoires français. Dès 1956, *Le Progrès* et *France-Equateur-Avenir* sont deux organes politiques qui soutiennent L'Union Démocratique pour la Défense des Intérêts Africains, UDDIA de l'adversaire politique Fulbert Youlou dont le mouvement politique est plutôt anticommuniste et d'obédience chrétienne-libérale. Aussi, le Mouvement Socialiste

229. *Loc.cit.*

Africain, MSA de Jacques Opangault lui va être soutenu par le journal *L'Essor*. On assiste alors à un nombre relativement élevé de publications qui naît. Et malgré les divergences idéologiques qui s'affrontent entre les partis politiques naissantes et les journaux qui servent de support de propagandes, le point commun entre la plupart de ces organisations menées par les premières élites africaines, est la revendication de l'émancipation, sinon de l'indépendance des colonies françaises de cet espace.

Dans ce même contexte, la presse gabonaise apparaît sous une forme militante et d'endoctrinement des idéologies politiques. Comme dans les autres espaces de l'AEF, avant l'ordonnance établissant la liberté de la presse le 24 novembre 1944 et l'octroi des libertés politiques, la presse écrite au Gabon est d'abord dévolue à l'administration métropolitaine et ses agents, ainsi qu'à la mission d'évangélisation à l'endroit des indigènes. L'évolution juridique ayant favorisé l'évolution de la situation politique, pratiquement chaque leader politique de cette époque crée son organe de presse afin de véhiculer ses idées. C'est ainsi que René-Paul Sousatte, Parlementaire gabonais ayant siégé à l'Assemblée de l'Union Française de 1947 à 1953, fonde *La Voix du Comité gabonais d'études économiques et sociales* (COGES) en 1947. Son idéologie était celle de rassembler les gabonais autour des valeurs de fraternité et de compréhension mutuelle sans tenir compte des différences ethniques ou religieuses. Son mouvement estime qu'il faut rompre avec l'assimilation totale des us et coutumes venus de l'Occident (ce qu'il appelle des idéologies "préfabriquées"), mais de rechercher l'originalité de nos organisations et moralités ancestrales afin de construire une société bâtie sur des assises solides adaptées à la conception sociale des peuples gabonais. En parlant de cette organisation, l'historien gabonais Métégué N'Nah le souligne :

« Le COGES se propose donc avec le concours de toutes les bonnes volontés de grouper les différentes ethnies de la vieille société africaine pour former une société nouvelle détribalisée capable de préparer sans heurts l'avènement d'une démocratie sociale et spiritualiste faite de tolérance et de fraternité »²³⁰.

La Voix du Comité gabonais d'études économiques et sociales sera donc l'organe de presse qui mobilisera et véhiculera cette pensée, mais la durée de sa parution sera assez courte, le responsable du journal Sousatte se retrouvant deux ans plus tard à la direction d'un bulletin nommé *Réalités africaines* et en 1952, directeur de *La Voix de l'AEF* et de *l'Union Française*.

Un autre leader politique du moment, Jean Hilaire Aubame, président de l'Union Démocratique et Sociale Gabonaise (UDSG) crée en 1950 les journaux *Le Pilote* et *Renaissance* pour vulgariser ses idées politiques. Son mouvement tourne autour du socialisme de type marxiste, c'est-à-dire qu'il prône pour un développement du Gabon qui

230. Météghé N'Nah Nicolas, « *Histoire de la formation du peuple gabonais et de sa lutte contre la colonisation coloniale (1839-1960)* », thèse de doctorat d'Etat ès Lettres et sciences humaines, Université Paris I, 1994, p.404.

s'intéresse avant tout à l'émancipation de l'Homme gabonais, considérant le pouvoir du prolétariat nécessaire et plus important que le pouvoir de la structure capitaliste. On parle d'un socialisme africain adapté au contexte gabonais. Comme le relève l'historien Ndombet, la structuration du programme de l'UDSG se résumait autour des idées de libérer l'homme gabonais de l'ignorance ; le prémunir de la maladie ; le préserver de la misère ; promouvoir une politique économique au service des masses ; prouver sa maturité politique et assurer son indépendance (Ndombet W.A.,2009) ²³¹. Les deux journaux mis en place pour la cause vont de ce fait servir d'organes de propagande cette ligne idéologique.

De l'autre côté, Léon Mba, un autre acteur politique majeur de cette époque qui deviendra le premier Président du Gabon, crée en 1954 le journal *L'Union gabonaise* pour servir les intérêts de son parti le Bloc Démocratique Gabonais (BDG). Soutenu par les représentants coloniaux de la place, le BDG est le seul groupement politique qui bénéficiera d'un journal, *L'Union gabonaise*, dont la parution est régulière, soit deux fois par mois. D'autres bulletins avec une ligne éditoriale engagée vont aussi apparaître dans les années cinquante tels que *Jeunesse gabonaise* de Léon Augé et *L'Etudiant du Gabon*, tous les deux publiés en France. Des journaux dont le contenu souvent critique et osé sur la situation coloniale qui prévaut ne sera pas toujours apprécié par les autorités de Libreville.

Les premiers journaux dirigés par des africains qui apparaissent dans l'espace public de l'AEF et du Gabon en particulier sont fortement caractérisés par une nature politique. Ils ont aussitôt baigné dans une logique d'émancipation et de mobilisation pour revendiquer l'autonomisation, voire l'indépendance des colonies françaises. C'est aussi le lieu où les ambitions et idéologies politiques différentes commencent à émerger. La presse africaine et particulièrement la presse gabonaise contrôlée par les premières élites politiques africaines va servir à la fois de moyens de propagandes politiques, mais aussi d'instruments de mobilisation en contexte de décolonisation. Malgré l'aspect élitiste de ce média, car à cette période l'analphabétisation des populations est encore forte, donc très peu de lecteurs, la presse a servi de catalyseur dans la prise de conscience des dirigeants en mettant en évidence les enjeux du moment par rapport au débat politique et au projet d'émancipation du Gabon. On assiste là aux prémices d'une manifestation pluraliste de la presse dans l'espace de l'AEF et principalement dans le nouvel Etat gabonais en construction avant même la proclamation de son indépendance. C'est ce que nous avons appelé la première phase d'exploration du pluralisme dans l'histoire de la presse gabonaise. La seconde phase quant à elle intervient dès l'instauration du multipartisme dans les années 1990 après un temps de rupture au lendemain de l'indépendance en 1960.

III.1.2. Le paradoxe entre l'indépendance du Gabon et le ralentissement du pluralisme dans la presse nationale

231. Ndombet Wilson-André, *Partis politiques et unité nationale au Gabon (1957-1989)*, Paris, Karthala, 2009.

Malgré les tensions dues aux divergences politiques entre les protagonistes cités précédemment, le passage de colonie française à l'accession à la souveraineté internationale du Gabon s'est fait en toute diplomatie sans heurts. Après l'euphorie du nationalisme de la période précoloniale, voici venue l'indépendance. On aurait pu s'attendre à ce que la presse soit l'objet d'un épanouissement de liberté et d'expression, c'est-à-dire, plus de pluralisme étant donné la manière dont elle a été exploitée comme arme de lutte pour l'avancée vers cette autonomie. Cependant, s'étant justement rendu compte de l'impact que peut avoir cet instrument de médiatisation, les nouveaux dirigeants n'entendent plus laisser champ libre à la presse (Perret Thierry, 2005)²³². Les nouveaux régimes à la tête du jeune Etat qu'est le Gabon, représenté par le désormais Président Léon Mba et son parti politique le BDG et plus tard, le Président Omar Bongo avec le PDG, comprennent qu'il faudra pleinement s'emparer de la gestion de la presse écrite pour mieux asseoir son pouvoir. Pour se faire, en 1961 le gouvernement gabonais lance le mensuel *Parti Démocratique Gabonais* géré par Albert Bernard Bongo, ministre de l'Information à cette époque. En 1962, il crée un hebdomadaire d'information générale à forte connotation politique et partisane, *L'Effort gabonais*. Il fonde le bulletin *Gabon d'aujourd'hui* qui deviendra le quotidien *Gabon Matin* en 1967. Ce dernier est jusqu'aujourd'hui édité par l'Agence Gabonaise de Presse (AGP) qui, présidée par le ministre de l'Information et de la communication, possède officiellement le monopole de la collecte et de la diffusion de l'information nationale et internationale dans le territoire national. Dans la même année, le Président Bongo met sur pied un autre journal d'information politique et générale, *L'Union*.

Ces premières années d'indépendance vont freiner, voire obstruer l'élan de pluralisme de la presse écrite qui s'était développé après la conférence de Brazzaville de 1944 à l'avènement des indépendances des territoires de l'AEF dont le Gabon. Dans la nouvelle période, on est pratiquement dans un régime de parti unique voilé. La majorité des journaux gabonais fonctionnant de façon régulière était la propriété des gouvernements qui se succédaient. Les journaux indépendants qui tentaient d'avoir des contenus exprimant des positions hostiles au pouvoir étaient soit censurés ou interdits. Toutefois, un journal comme *La Cognée* issu du Mouvement National pour la Révolution du Gabon (MNRG) de l'opposant Germain Mba et d'un groupe d'étudiants gabonais animés par une vivacité intellectuelle acquise en Europe, ne manquera pas de rappeler les conséquences néfastes de l'administration coloniale qu'héritent l'organisation du nouvel Etat gabonais (Sabi-Djaboudi, *opcit.*)²³³. Aussi, l'opposant Jean-Hilaire Aubame, s'étant allié au Président Léon Mba et devenu ministre des Affaires étrangères au lendemain des indépendances, fonde le journal *Action et Vérité* pour continuer malgré tout à défendre les principes idéologiques de son parti l'UDSG dont le rassemblement des gabonais autour d'un idéal démocratique et

²³². Perret Thierry, *Le temps des journalistes. L'invention de la presse en Afrique francophone*, Paris, Karthala, 2005, P.23.

²³³. Sabi-Djaboudi A. F., *opcit*, p. 72.

socialiste. On assiste alors à une concentration idéologique de la presse au bénéfice du pouvoir étatique au lendemain des indépendances.

Dans ce contexte, l'apparition des médias audiovisuels tels la radio et la télévision vont subir le même traitement, c'est-à-dire, concentré l'appareillage médiatique national autour des idées politiques du pouvoir étatique en place. La première station radio au Gabon fut installée le 28 novembre 1959 et a été baptisée *Radio Gabon*. Cette réalisation a été le fruit de la volonté par les autorités françaises d'installer le média radiophonique dans les territoires de l'AEF sous l'entremise de la Société Radiophonique de la France d'Outre-Mer (SORAFOM). L'objectif étant de poursuivre le processus d'autonomisation des territoires des colonies françaises tout en faisant de la France le partenaire privilégié dans la dotation et la formation en matière de moyen de communication moderne. Ainsi, pour les dirigeants politiques gabonais de cette époque, ce nouvel instrument de communication qu'est la radio va servir de canal pour insuffler la propagande politique définie par le pouvoir. Ils voient en cet outil un avantage encore plus important que celui de la presse papier à partir du moment où l'information qui y est diffusée s'adresse à un public plus vaste, notamment celui du monde rural. A cette période, bien que les premiers émetteurs et les zones couvertes étaient très limités sur le territoire national, *Radio Gabon* était perçue par les leaders politiques comme le moyen permettant de mieux véhiculer leurs pensées auprès des couches sociales moins élitistes, sachant qu'une bonne partie de la population locale était encore analphabète. L'idéologie du pouvoir politique tournait autour de la construction en nation du nouvel Etat souverain. Les ondes de *Radio Gabon* avaient ainsi pour mission de faire adhérer les gabonais à cette vision commune de l'Etat-nation (Ovoundaga, *opcit.*)²³⁴.

La première chaîne de télévision gabonaise, quant à elle, voit officiellement le jour le 09 mai 1963 sous l'égide du président Léon Mba, au premier plan de son inauguration. Fusionnant la radio nationale et la télévision, la dénomination de l'édifice de communication nationale sera la Radiodiffusion Télévision Gabonais (RTG). Tout comme avec l'installation de la radio, la France va jouer un rôle capital, à travers l'ORTF, pour combler les déficits que présentaient la première chaîne de télévision gabonaise à ses débuts. Des manquements au niveau du personnel qualifié, les capacités de production et de diffusion, ainsi que des programmes dont la qualité laissait à désirer. Pour pallier cette difficulté, un accord de coopération entre la France et le Gabon pour une assistance technique se fit afin de soumettre le personnel de la télévision gabonaise dans une phase d'apprentissage pour progressivement assurer la relève de son fonctionnement. Malgré ce retard technique, les dirigeants gabonais ont porté un grand intérêt sur la télévision. Ils voyaient en cet instrument un outil de modernisation de la nouvelle société qu'était le Gabon en matière de dispositifs de communication, mais aussi comme un moyen de réalisation des impératifs d'ordre national. C'est dans cet optique que le président Léon Mba montre toute l'importance qu'il accorde à la télévision :

²³⁴. Ovoundaga M. D., *opcit*, p. 59.

« La télévision ne sera pas pour nous un simple objet de distraction, mais elle sera un moyen efficace d'éducation et d'information (...) un instrument indispensable au Gabon pour accéder à son épanouissement social et culturel » (Mba Allo, 1980) ²³⁵.

Mais bien plus loin, la télévision est associée à une ambition politique par le pouvoir étatique. Il s'agit, d'une part, de la concevoir comme un moyen de communication stratégique mettant en avant l'image du Chef de l'Etat et des actions menées par son gouvernement. D'autre part, prônant le principe de l'identité nationale autour de l'idée de la construction de l'unité nationale dans un pays pluriethnique, le pouvoir politique se sert de la télévision comme arme d'influence pour véhiculer cette idéale sociétale.

Au lendemain des indépendances, contrairement à la presse écrite qui avait déjà connu une forme de pluralisme d'opinions politiques dans la période pré-indépendance, la radio et la télévision nationales au sein de l'entité de la RTG naissent sous la mainmise totale des pouvoirs publics. C'est la période où le discours politique est inféodé à la seule volonté de la pensée unique entretenue par le pouvoir étatique de l'époque. C'est dire que le discours officiel venant de l'Etat fait foi et les discours alternatifs pouvant remettre en cause le premier ne sont point admis. La presse est donc sous l'emprise absolue de l'idéologie du pouvoir en place. M.S. Frère explique assez clairement cette situation de l'époque :

« L'argument de l'union nationale s'avérait doublement utile pour les nouveaux dirigeants. D'une part, il permettait de proscrire toute tentative de discours divergent : la présence des journaux dissidents constituait un luxe que les nations africaines ne pouvaient pas se permettre et toute critique de l'action gouvernementale était présentée comme une attaque contre la nation elle-même. D'autre part, il justifiait que l'ensemble des médias soit mis au service de l'action gouvernementale. Chaque réalisation des autorités publiques était présentée comme une contribution à l'édification de la nation » (Frère M.S., opcit.)²³⁶.

Bien entendu, c'est dans la plupart des pays de l'ancienne AEF nouvellement affranchis que la presse va se constituer en objet de propagande pour les nouveaux dirigeants africains. Les gouvernements définis comme les pères des indépendances vont instaurer des régimes de parti unique, car estimant que l'enjeu primordial des jeunes Etats en construction est de réussir à mobiliser les citoyens autour d'un idéal commun. C'est donc l'apogée de la pensée unique et de la presse idéologique à sens unique. On parle alors d'un « journalisme d'union nationale » (Sok Boubacar, 1977)²³⁷ destiné à encourager un sentiment d'appartenance commun et valoriser les décisions des nouvelles autorités.

²³⁵. Mba Allo E., « Histoire de la presse au Gabon », *Interstages*, n°145, 1^{er} juillet 1980.

²³⁶. Frère M.S., opcit, p.77.

²³⁷. Le « journalisme d'union nationale » est un concept typique des années 1970 développé par des auteurs tels que Wilcox D. et que reprennent Tudesq A.J. et Frère M-S pour expliquer les pratiques professionnelles des journalistes en Afrique francophone à l'aube des indépendances. A la base, la presse africaine n'est pas issue du principe de liberté individuelle, mais du contexte historique de la libération nationale du pouvoir colonial. Ainsi pour se débarrasser de l'héritage colonial ayant formé des communautés indigènes différentes au sein

Bien plus encore, Wilcox Dennis estime que pendant cette période des indépendances, l'attitude des journalistes et l'appréhension des leaders politiques africains face à la presse traduisent aussi les valeurs traditionnelles africaines. Alors qu'en occident, on trouve normal que les médias puissent critiquer le gouvernement d'un Etat, ce qui est considéré comme un critère de l'indépendance de la presse, le cadre africain en ce temps est différent. Dans la plupart des cultures traditionnelles africaines, on voue un respect profond à l'autorité. Et il est considéré comme irrespectueux de défier ou de se moquer de ceux qui incarnent le pouvoir, l'autorité traditionnelle ou désormais les dirigeants politiques. C'est dans cette logique que l'on pourra constater les louanges de façon flagrante que la presse africaine a tendance à faire sur les dirigeants de leurs pays. Cela est une pratique enracinée dans les valeurs traditionnelles africaines. « *Des éloges qui paraissent ridicules aux oreilles des Occidentaux sont un aspect normal des relations ordinaires entre de nombreux chefs et leur communauté* » (Wilcox Dennis, 1975)²³⁸. On comprend donc qu'au vue du contexte : besoin d'affirmation et de légitimation des nouvelles autorités à la tête de l'Etat ; nécessité d'instaurer une politique d'unité nationale ; et transposition mentale du pouvoir traditionnelle au pouvoir étatique, le pluralisme connaîtra un frein majeur, voire presque une absence véritable dans la presse gabonaise pendant les premières années d'indépendance.

III.1.3. L'intensification des restrictions contre le pluralisme de la presse après le coup d'Etat de 1964

Les débuts de l'indépendance sous la présidence du premier Président gabonais, Léon Mba se traduisent par un régime hyper-présidentiel, c'est-à-dire qu'il jouissait des pleins pouvoirs exécutifs : nomme à sa guise les ministres aux fonctions et responsabilités ; dissout l'Assemblée nationale ou décide de prolonger son mandat ; déclare l'état d'urgence en cas de besoin. Il fait ainsi voter une constitution lui octroyant tous les pouvoirs et réduisant le parlement « au rôle d'un décor coûteux que l'on escamote même en cas de besoin » (Keese Alexander, 2004)²³⁹. C'est fort de toute cette suprématie qu'il décrète de

des nouveaux Etats souverains, l'élite politique africaine trouve comme objectif primordial d'œuvrer pour l'unité des peuples afin d'en faire des citoyens d'une même nation. C'est dans cet esprit que les médias de masse seront considérés comme des instruments susceptibles d'appuyer ce projet d'unification des populations. Dès lors, les journalistes, soumis au dictat de l'Etat, vont avoir pour mission la construction de l'unité nationale. De fait, ces derniers vont être considérés comme des fonctionnaires, salariés du ministère en charge de l'information. Les journalistes d'Afrique francophone à l'ère des indépendances auront comme valeur : la fidélité à l'institution étatique. Une position qui s'apparentait presque à celle du griot de la société traditionnelle. Sock Boubacar Mor, « griot-griotisme et la pratique du journalisme en Afrique », *Ethiopiennes, Revue socialiste de culture négro-africaine*, n°11, 1977, pp. 20-26.

²³⁸. Wilcox Dennis L., *Mass Media in Black Africa. Philosophy and control*, Londres-New York-Washington, Praeger, 1975.

²³⁹. Keese Alexander, « L'évolution du leader indigène aux yeux des administrateurs français : Léon M'Ba et le changement des modalités de participation au pouvoir local au Gabon, 1922-1967 », *Afrique & Histoire*, vol. 2, 2004, p. 141-170.

dissoudre l'Assemblée nationale le 21 janvier 1964 après un conflit avec un de ses principaux rivaux politiques et député, Jean Hilaire Obame. Ce dernier avait rejoint le gouvernement de Léon Mba en tant que ministre des Affaires étrangères en 1961, ce qui mis en suspend leurs différends momentanément. Il faut dire que les deux personnalités avaient des visions politiques assez différentes. Pour Léon Mba, le Gabon devait garder un lien étroit avec la France pour l'assistanat vers son développement progressif. Quant à Aubame, il militait pour plus d'autonomie, notamment sur le plan économique envers l'ancienne métropole et une volonté d'africanisation des postes politiques encore occupés par des français. Il va être évincé du cabinet en 1963 du fait de s'être opposé à la création d'un parti unique avec Léon Mba. Le Président qui se revendiquait pourtant démocrate, voulant faire payer à son challenger politique son affront, mit en œuvre des stratagèmes pour exclure Aubame de l'arène politique. Mais n'étant pas soutenu par les députés, c'est ainsi que la dissolution de l'Assemblée nationale par Léon Mba trouvera sa source. Cependant, cette décision va avoir de lourdes conséquences sur le plan politico-médiatique.

En effet, à la suite de la dissolution de l'Assemblée nationale, les opposants au régime décident de boycotter les législatives qui devaient suivre estimant que ces élections sont organisées dans des conditions malhonnêtes (N'Solé Biteghe, 1990)²⁴⁰. A la longue, des troubles politiques gagnèrent les populations, les étudiants manifestèrent contre les nombreuses dissolutions de l'Assemblée nationale, en l'occurrence cette dernière, et le climat politique du Pays devint délétère. C'est dans ce contexte que le 18 février 1964 des officiers gabonais (une cinquantaine environ) engagent un coup d'Etat contre le régime de Léon Mba. Ils prétextent ne pas apprécier la manière dont l'opposant Aubame a été traité par le pouvoir, la mauvaise gestion économique créant des crises sociales, et la confiscation des libertés sur les citoyens par les autorités. Sous le nom du Comité révolutionnaire, les putschistes prétendent aussi, à la radio nationale (perquisitionnée par les putschistes), que l'armée devait agir pour éviter des soulèvements populaires sans précédent qui pointaient à l'horizon (Ronald Matthews, 1966)²⁴¹. Sans effusion de sang, c'est l'occupation de la radiodiffusion et de la télévision nationale qui constitueront l'action du renversement du pouvoir, après avoir capturé le Président et bon nombre de ses collaborateurs. C'est dire toute l'importance qui était accordée à la presse audiovisuelle comme moyen de communication politique. Ce putsch sera renversé le 21 février par une intervention militaire française et réhabilita Léon Mba à la tête de l'Etat. S'ensuivit une répression des officiers et politiques gabonais mêlés directement ou soupçonnés avoir participé à ce coup d'Etat. De

²⁴⁰. N'Solé Biteghe Moïse, *Échec aux militaires au Gabon en 1964*, Paris/Dakar, Éditions Chaka, coll. « Afrique contemporaine », 1990, p.59.

²⁴¹. Ronald Matthews, « Forecast for Africa: More Plots, More Coups », *The New York Times*, 10 avril 1966, p. 118.
<https://archive.wikiwix.com/cache/index2.php?url=http%3A%2F%2Fselect.nytimes.com%2Fgst%2Fabstract.html%3Fres%3DF10F11F9395C15768FDDA90994DC405B868AF1D3#federation=archive.wikiwix.com>. Consulté le 03 mai 2022.

cette expérience, le régime du premier président gabonais se durcit et la presse nationale, déjà peu libre depuis l'indépendance, va connaître un musèlement plus rigoureux de la part des autorités au pouvoir.

Le coup d'Etat ayant échoué, la dictature sous la présidence de Léon Mba devient une réalité politique (Nzé-Nguéma, 1998)²⁴² et le Gabon rentre dans un régime autocratique (Tim Auracher, 2001)²⁴³. Dans une telle configuration, la presse nationale connaîtra une des plus sombres périodes en matière de pluralisme sur les questions politiques. Tout tourne désormais autour du président et de son régime. On assiste à une personnalisation du pouvoir dont les médias n'auront d'autres choix que de servir de relai. Déjà qu'à l'époque les médias audiovisuels du Pays, à travers la Radiodiffusion et Télévision Gabonaise, étaient la propriété de l'Etat et seuls à exercer sur le territoire gabonais, la presse écrite indépendante (alternative aux discours du pouvoir en place) était pratiquement proscrite. L'utilisation des médias sans partage par Léon Mba attestera de l'élimination de facto de la concurrence politique. Le contenu de la propagande médiatique va alors se réduire à servir de discours de légitimation du pouvoir.

En 1967, après la mort du premier Président gabonais, lui succède le vice-président Albert Bernard Bongo qui deviendra Omar Bongo Ondimba en 2004 et passera 42 années à la tête de l'Etat gabonais comme président. Dès sa prise de pouvoir, il officialise le régime du parti unique qui, à l'ère de Léon Mba, était pratique mais pas institutionnalisé²⁴⁴. Tout comme son prédécesseur, il s'engage à sauvegarder l'unité nationale, crée le Parti Démocratique Gabonais (PDG) et en devient le Chef suprême. Désormais, la personnification du pouvoir s'organise autour de " l'unificateur" et le parti unique devient le moyen ultime pour instaurer la paix sociale. Le coup d'Etat manqué de 1964 a mis à nu les contradictions profondes que cachait l'organisation sociopolitique sur les disparités ethniques. Pour le nouveau Chef de l'Etat, les questions sur le problème encore profond du repli identitaire et les divergences politiques dans le jeune Etat gabonais ne peuvent que constituer un véritable frein au projet d'unité nationale. Le monolithisme que procure le parti unique va donc établir des institutions au service des détenteurs du pouvoir et de l'autorité afin de prévenir la stabilité politique. Dans cette vision, l'une des conditions majeures est le contrôle politique des médias. On assiste alors au renforcement du processus de la personnalisation du pouvoir par les médias.

²⁴². Nzé-Nguéma, *Fidèle Pierre, L'Eta au Gabon, de 1929 à 1990*, Paris, *L'Harmattan*, 1998, p. 162.

²⁴³. Tim Auracher, *Le Gabon, une démocratie bloquée ? Reculs et avancées d'une décennie de lutte*, Paris, *L'Harmattan*, 2001, p. 47.

²⁴⁴. Rappelons que pendant la présidence de Léon Mba, de 1960 à 1967, la vie politique gabonaise était organisée autour de trois grands partis : le Bloc Démocratique Gabonais (BDG) du pouvoir en place, l'Union Démocratique et Socialiste du Gabon (UDSG) du principal opposant Aubame J.H, et le Parti de l'Unité Nationale (PUNGA) de René Paul Sousatte, un autre leader de l'opposition proche d'Aubame. Après le coup d'Etat manqué de 1964, les membres issus de ces différents partis vont progressivement rejoindre le BDG et former une presque parti unique. Les autres partis ayant été dissouts.

III.1.4 : De la personnalisation du pouvoir à la personnification de l'information dans la communication politique du monopartisme

La personnalisation du pouvoir, selon Albert Mabileau, est un phénomène normal dans une démocratie. Elle s'identifie au titre de Chef de l'Etat ou de leader politique dont le pouvoir émerge dans les cadres institutionnels. « Le pouvoir personnalisé s'accommode des structures constitutionnelles » (Mabileau Albert, 1960)²⁴⁵. Selon les régimes politiques et le niveau des libertés individuelles et collectives au sein d'un pays, la personnalisation du pouvoir peut en venir à des dérives et se présenter sous d'autres qualificatifs. Dans des régimes totalitaires où sévit une forme de dictature, on parlerait plus « d'individualisation du pouvoir ». A la différence de la personnalisation du pouvoir, l'individualisation du pouvoir s'inscrit dans une logique de pouvoir absolu, sans partage au mépris des institutions où la constitution est taillée à l'avantage de celui qui est considéré comme le guide suprême. C'est la caractéristique des pays sous un régime dictatorial.

Toutefois, de façon officielle, le Gabon n'a jamais été considéré comme un Etat dictatorial malgré les situations politiques gangrénés par une oligarchie ne favorisant pas toujours les principes de fonctionnement d'une véritable démocratie. Ainsi, que de parler d'individualisation du pouvoir, Mavoungou Vincent, dans une étude sur le fonctionnement institutionnel des médias publics au Gabon, parle plutôt de « la personnalisation du pouvoir » à travers la communication politique des leaders politiques via les médias d'Etat. Ce dernier définit la personnalisation du pouvoir comme « la forme du pouvoir qui s'exprime. Observable dans tout système socio-politique, elle renforce apparemment ou véritablement le pouvoir détenu par les gouvernants » (Mavoungou Vincent, 1986)²⁴⁶. Il explique que les causes de la personnalisation du pouvoir au Gabon remontent à l'histoire du leadership politique depuis l'accession du pays à l'indépendance. Du pouvoir de Léon Mba (1960-1967) à une partie de celui d'Omar Bongo (1967-1990), l'espace médiatique gabonais est influencé par une intensification des communications qui établit le besoin d'une incarnation plus marquée du pouvoir politique. Ayant pris le soin de museler les médias nationaux et les partis politiques de l'opposition pendant cette période, le seul discours médiatique aux allures de propagande idéologique du parti unique va s'articuler autour de la légitimation du pouvoir. La concentration du pouvoir devient donc nécessaire à la gestion de la chose publique et les institutions politiques et sociales misent en place vont s'inscrire dans ce format²⁴⁷.

²⁴⁵. Mabileau Albert, « La personnalisation du Pouvoir dans les gouvernements démocratiques », *In Revue française de science politique*, 10^e année, n°1, 1960. pp. 39-65. <https://doi.org/10.3406/rfsp.1960.392560>. Consulté le 20 mars 2022.

²⁴⁶. Mavoungou Vincent, *Op.cit.*, p. 34.

²⁴⁷ . *Loc.cit.*

A cet effet, les médias étant considérés comme une institution par les pouvoirs publics, ils n'échapperont guère à la mise sous tutelle des institutions politiques et sociales par le parti unique. Le pouvoir politique voit en la presse, surtout la radiodiffusion et la télévision, des instruments de reliance sociale par excellence et d'espaces relationnels entre les membres de la communauté. Pour cela, l'Etat (au sens du pouvoir exécutif) confère aux médias la propension de participer à la structuration de la société comme toute autre forme d'institution. Ici, on entend par institution, une forme sociale établie. Une assertion sociologique qui rejoint celle de Jacques Chevallier lorsqu'il explique que « *Par institution, on peut entendre les formes sociales établies, ou bien les processus par lesquels la société s'organise* » (Chevallier Jacques, 1981)²⁴⁸. L'Etat, étant dans sa volonté d'instaurer un conformisme social et politique autour de la valeur d'unité nationale, trouve donc que le secteur de l'information est stratégique. Par conséquent, les médias audiovisuels sont vus comme une institution délicate et vont être administrés dans les cadres du pouvoir. L'acte administratif qui consacra l'institutionnalisation des médias audiovisuels sous le monopole de l'Etat est le décret N°00735 du 11 juin 1970 portant organisation de la direction de Radiotélévision Gabonaise. Ce décret stipulera clairement en son article premier : « *il est créé au ministère de l'information une direction de la Radiodiffusion Télévision gabonaise qui exerce sur le territoire national le monopole de l'Etat gabonais en matière de Radiodiffusion et Télévision* »²⁴⁹. C'est dans cette configuration que l'on estime à juste titre que l'institutionnalisation des médias publics est un artifice créé par et pour le pouvoir politique. Le politologue gabonais Mavoungou traduit cet état de fait en ces termes :

« *L'Etat-parti consacrait ainsi le monolithisme qui donne à différencier aisément le passage de l'information d'Etat légitime à l'information sous tutelle qui transforme la communication politique en un processus unidirectionnel dans lequel le conditionnement de l'information à l'avantage du chef du parti va caricaturer jusqu'à la réduire aux affres de la propagande partisane* » (Mavoungou Vincent, *opcit.*)²⁵⁰.

Dans ce cas de figure, on passe de la personnalisation du pouvoir qui s'identifie plus au cadre constitutionnel, à la personnification de l'information se traduisant par une forme de traitement journalistique. En effet, l'une des démarches importantes des autorités politiques (de 1960 à 1990) pour asseoir leur influence et instaurer la cohésion sociale a été de mettre en place une communication politique basée sur les médias, notamment la presse écrite pro-pouvoir avant de s'investir pleinement sur la presse audiovisuelle. Sur ce, rappelons de prime abord que la communication politique qui est l'objet de plusieurs approches définitionnelles, se rapporte précisément ici dans la conception de Sola Pool. Pour ce dernier, la communication politique est une « *activité de certaines institutions chargées*

²⁴⁸. Chevallier Jacques, « L'analyse institutionnelle », *In L'Institution*, Paris, PUF, 1981, pp. 3-61.

²⁴⁹. Confère Archives Nationale du Gabon. Journal Officiel 1960. Loi n°84/59 du 5 janvier 1960 sur la liberté de la presse et la liberté d'opinion.

²⁵⁰. Mavoungou Vincent, *opcit.*, p.41.

de diffuser information, idée et attitudes relatives aux affaires gouvernementales » (Gerstlé Jacques, 2008)²⁵¹. Dans le cas d'espèce, c'est l'institution relative aux médias publics qui est mise en évidence. Et vue le contexte de l'époque, cette communication politique s'est inscrite dans une conception instrumentale des médias qu'évoque le spécialiste en communication politique Jacques Gerstlé. Proche d'une vision réductrice, la logique instrumentale repose sur l'idée que la communication politique est « *constituée par l'ensemble des techniques et procédés dont disposent les acteurs politiques, le plus souvent les gouvernants, pour séduire, gérer et circonvenir l'opinion* » (Gerstlé Jacques, 2004)²⁵². Ainsi, les médias publics n'auront d'autres choix que de se soumettre aux injonctions idéologiques du parti unique accentuant de ce fait le processus de personnalisation du pouvoir. Cette démarche dans le cadre journalistique, comme nous le soulignons déjà, se traduit par la personnification de l'information.

La personnification de l'information dans le cas gabonais part du principe de concevoir les médias comme des attributs du pouvoir politique, incarné par le Chef du parti unique dont l'institution domine les autres institutions. Elle s'illustre dans des contenus discursifs magnifiant les actions et la personnalité qu'est le Président, voire jusqu'à l'idéalisation de l'autorité politique. Cette pratique du discours médiatique favorise le factuel en ce sens qu'elle ne permet pas aux journalistes d'effectuer des commentaires autres que ceux favorables au régime. L'esprit critique dans le contenu journalistique n'est donc pas admis. « *Toute attitude critique exprimée dans un commentaire est perçue comme une entrave à l'œuvre de la construction nationale et de développement entreprise par le pouvoir politique* » (Mavoungou Vincent, *opcit.*)²⁵³. Considérés comme des agents publics, dans un contexte monolithique, les journalistes gabonais sont au service du développement national (ce que nous avons appelé les journalistes de l'unité nationale). Ils n'ont que pour principale tâche d'aider les pouvoirs publics à communiquer leurs idées auprès des citoyens. Les médias sous le monopole de l'Etat entraînent l'action des journalistes-fonctionnaires à se résumer à une forme de soumission auprès de ceux qui représentent et exercent l'autorité. Tout le discours ne se construit qu'autour de la légitimation du pouvoir à travers des expressions dithyrambiques donnant le sentiment même que les médias seraient à l'origine de la personnalisation du pouvoir.

Ce besoin pour les premières autorités politiques gabonaises postindépendance à instrumentaliser la presse trouve sa racine dans la croyance en la puissance persuasive des médias envers les publics. Une conception rentrant dans le paradigme des effets puissants des médias issue de la sociologie fonctionnaliste des médias développée depuis les années trente avec pour figure emblématique Harold D. Lasswell. Cet ancrage théorique considère

²⁵¹. Gerstlé Jacques, *La communication politique*, Paris, Armand Colin 2^{ème} édition, 2008, p.19.

²⁵². Id, *La communication politique*, Paris, ED. Daloz, Armand Colin, 2004, p. 9.

²⁵³. Mavoungou Vincent, *Op.cit.*, p. 134.

les médias comme un instrument omnipuissant permettant « une circulation des symboles efficaces » qui impactent sur une cible amorphe (les audiences ou publics) obéissant aveuglément au schéma *stimulus-réponse* du béhaviorisme²⁵⁴. Les médias sont ainsi supposés agir comme une « seringue hypodermique », selon le terme utilisé par Lasswell lui-même, pour indiquer l'effet direct ou indifférencié sur le public atomisé (Armand Mattelart, Michelle Mattelart, 2004)²⁵⁵. Ainsi, dans la conscience des premières autorités politiques gabonaises, le Président Bongo et son prédécesseur, avoir le monopole voire l'exclusivité de la presse audiovisuelle et même des journaux est la garantie de pouvoir impacter considérablement l'opinion publique nationale. Ceci, en vue d'imposer une opinion politique autour de l'idée de l'unité nationale, mais qui, cachant néanmoins la volonté d'instaurer un discours propagandiste et unique dans l'espace médiatique, au détriment de discours médiatique contradictoire.

Cependant, cette conception des effets puissants des médias sur un public vulnérable a été amorti par le paradigme des effets limités dont les figures de proue sont Paul F. Lazarsfeld et Elihu Katz. Le modèle des *deux étapes du flux de la communication* (*two step flow of the communication*) remet en cause le modèle de la seringue hypodermique en remplaçant le rôle actif du public destinataire de la communication de masse dans son environnement social. En effet, pour les auteurs de la théorie des effets limités, le public n'est pas autant passif face aux messages médiatiques, car il est influencé par les opinions, attitudes de son environnement immédiat et fait preuve de sélectivité en conséquence. Ce qui confère un rôle décisif aux leaders d'opinion qui, proches des médias et souvent plus instruits, vont servir de relais ou de médiation entre les messages médiatiques et le public moins avisé (Dayan Daniel, 1989)²⁵⁶.

Dans le contexte gabonais au lendemain de l'indépendance et du parti unique, la majorité de la population était encore analphabète. Ce qui peut justifier le fait que la minorité de la population instruite est celle qui opérait le processus de relai d'information auprès de la masse aussi bien non scolarisée que reculée à l'intérieur du pays, surtout avec l'avènement des journaux papiers. Le succès immédiat de la radio et de la télévision dès leurs apparitions en milieux urbain et rural se présente comme une évidence, du fait qu'elles permettent d'épargner aux populations la contrainte de la lecture qui n'était pas encore

²⁵⁴. Développé par le psychologue américain John B. Watson, le schéma Stimulus-Réponse ou S-R est une approche de la psychologie expérimentale qui soutient que toute réaction ou réponse comportementale de l'organisme humain est le fait d'un conditionnement environnemental, appelé stimulus. De façon simple, on dira que le béhaviorisme est ce qui, dans l'environnement suscite une réaction ou détermine une réponse. Dans le cas d'espèce, les médias, vus comme des instruments de prédiction du fait de leur influence sur des individus, sont présentés comme des moyens de changement de comportement, donc des stimulus.

²⁵⁵. Armand Mattelart, Michelle Mattelart, *Histoire des théories de la communication*, Paris, *La Découverte*, 2004, p.18-19.

²⁵⁶. Dayan Daniel. « À propos de la théorie des effets limités », *Hermès, La Revue*, vol. 4, no. 1, 1989, pp. 93-95. <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-1989-1-page-93.htm>. Consulté le 06 avril 2022.

suffisamment vulgarisée. Toutefois, l'accès à l'ensemble de ces médias nationaux audiovisuels restait toujours l'apanage des classes supérieure et moyenne de la société, car le plus grand nombre n'ayant ni les moyens intellectuels, encore moins les moyens financiers pour pouvoir en disposer, sans oublier les limites importantes de couverture de la presse dans l'étendue du territoire. Dès lors, on peut comprendre que l'impact des médias ne pouvait pas être si direct auprès des populations au regard de ces réalités sociogéographiques. La perception des effets limités des médias trouve ainsi sa pertinence dans le contexte gabonais dès cette période. D'autant plus qu'aujourd'hui, la tendance est plutôt de ne pas nier totalement la force que représente les médias dans nos sociétés modernes, mais de la nuancer en tenant compte de l'apport des rapports sociaux de la relation interpersonnelle entre les individus. On parle alors d'influence des médias et non de pouvoir des médias.

C'est en se servant de cette influence des médias que le musèlement de la presse par les autorités politiques gabonaises depuis l'indépendance jusqu'à l'heure actuelle se présente comme un enjeu majeur pour l'imposition de leurs idées et la garantie de préserver leur régime. Une attitude encore plus manifeste pendant le parti unique avec Omar Bongo faisant de la presse nationale une caisse à résonance des opinions politiques du pouvoir. Et comme on le signifiait plus haut, la presse fut le moyen d'une amplification de la personnalisation du pouvoir et faisant des journalistes des boucs émissaires d'un système de communication politique qui leur dénie toute autonomie. Ils sont utilisés comme de simples fonctionnaires aux ordres de l'Etat et à la promotion des perspectives politiques pour le pays autour du projet d'unité nationale. Cette exploitation de la presse par les autorités politiques de l'époque a eu comme conséquence ce que l'on a appelé la personnification de l'information s'illustrant par des éloges et louanges en la personne du chef de l'Etat. C'est ainsi que l'on observera des expressions apologiques tels que « sous la conduite éclairée ; Père de la nation ; Bâtitteur infatigable... », le journaliste devenant un griot des temps modernes (Nga Ndongo, 2018) ²⁵⁷.

Dans ce cas de figure, plusieurs journaux et la RTG sont des illustrations patentes de l'absence de pluralisme d'information politique, car suivant une même ligne idéologique, celle de la promotion de l'Etat-PDG appelé encore parti-Etat. Le quotidien *L'Union*, organe parapublique à sa création en 1972 entre *Sogapresse* (émanation de la société France Editions et Publications Hachette) et l'Etat gabonais qui, en 1974 en devint l'actionnaire majoritaire à près de 75%, se caractérise par sa propension à magnifier le pouvoir comme bon nombre de médias africains à cette même période. Cela s'articule dans la mise en évidence du culte de la personnalité autour du Président : « le chef de l'Etat, homme-symbole, façonneur de l'Histoire, dont la stature le désigne déjà en mythe et légende (...) En outre, le chef constitue la source vitale de la nation et le sel fécondateur qui donne de la

²⁵⁷. Nga Ndongo V., *Le politique, le journaliste et l'intellectuel dans la société camerounaise : jeux et enjeux du pouvoir*, Paris, L'Harmattan, 2018, p.69.

savoir à la nouvelle journalistique » (Badibanga André, 1979)²⁵⁸. Rien que par son titre évocateur qui reprend l'un des éléments du triptyque de la devise de la République gabonaise : « Union-Travail-Justice », L'Union se positionne pratiquement comme un média du pouvoir devant suivre le projet politique de l'Etat-PDG. On assiste donc à « un journalisme de transmission qui relaie avant tout la parole des autorités » (Sabi Djaboudi, 2017)²⁵⁹.

Les journaux le Patriote et le Nationaliste naissent dans le même contexte du parti unique et se définissent de facto comme des organes progouvernementaux. Ils affichent clairement une ligne éditoriale visant à défendre les projets de l'Etat et s'insurgeant automatiquement contre toutes formes de récriminations contre le régime. Le Patriote se donne comme spécialité de traiter des informations concernant la gestion des finances publiques. Recevant l'approbation des autorités, malgré les malversations financières qui ont cours, le journal s'abstient d'évoquer les détournements liés au sommet de l'Etat (Bonnet, 1990)²⁶⁰.

Plusieurs autres journaux apparaissent comme instrument du PDG afin d'occuper entièrement l'espace médiatique gabonais en tête desquels *L'Echo de la femme gabonaise*, *Akassi* et le journal *Dialogue*. Les deux premiers titres sont adressés foncièrement aux femmes et sont une émanation de l'Union des Femmes du PDG (UFPDG). Ces médias manifestent la volonté de servir de trait d'union en termes d'information entre la base (partisans et sympathisants du parti) et le sommet (les responsables du parti). Aussi, ils ambitionnent de proposer des sujets à valeur socio-instructive auprès des femmes afin de présenter le modèle de femmes dont le parti cherche à construire et devant s'étendre sur le reste de la société. Au-delà de ces objectifs, il reste que ces journaux au service de l'UFPDG se dévoilent être un des maillons forts pour la mobilisation politique au service du pouvoir en place. Pour montrer à quel point cette pratique éditoriale se concrétise, Sabi-Djaboudi fait ces observations :

« Les louanges excessives servent le culte de la personnalité, la glorification constante du gouvernement et du PDG. En dehors de ces organes d'information politique, le Parti démocratique gabonais édite de nombreuses collections de livres et brochures » (Sabi-Djaboudi, opcit.)²⁶¹.

²⁵⁸. Badibanga André, « la presse africaine et le culte de la personnalité », *Revue française d'études politiques africaines*, vol 14, n°159, 1979, pp.40-57.

²⁵⁹. Sabi Djaboudi, *Les médias d'Etat au Gabon : permanence et mutations*, Paris, L'Harmattan, 2017.

²⁶⁰. Bonnet H, « Mobilisations multisectorielles et crise politique au Gabon (janvier-juin 1990) », mémoire de DEA en Etudes africaines, IEP/CEAN-Bordeaux, 1991, p.23.

²⁶¹. Sabi-Djaboudi, Politique(s) de communication, enjeux et défis de la mondialisation, *Op.cit.*, p.80.

En temps de parti unique, le manque de concurrence politique va logiquement entraîner une absence de pluralisme dans le contenu de la presse sur les questions politiques particulièrement. Pourtant malgré cet état de fait, une certaine latitude en termes de pluralisme d'information sera tolérée dans la presse privée ayant une ligne éditoriale à connotation religieuse, professionnelle ou sportive. Il s'agit là de médias qui n'ont pas d'intérêt à proprement dit à traiter de l'actualité strictement politique à même de pouvoir influencer le débat public dans ce domaine. Ce qui, d'une certaine manière, rassure la quiétude du régime en place dans sa vision à uniformiser les citoyens gabonais vers la perspective d'une seule idéologie politique, celle de l'union autour d'un même parti et d'un seul leader.

III.1.5. Les prémices d'un renouveau pluralisme médiatique en contexte mono-partisan

Un système politique monolithique est souvent identifié à un régime mono-partisan, voire autocratique où le Pouvoir (l'Etat) s'emploie à un effort de standardisation de la société à partir d'une idéologie établie. Dans un tel contexte, la contradiction des systèmes de pensée, notamment sur le plan des idées politiques, n'est pas souhaitable, disons même proscrite. C'est officiellement dans cette configuration sociopolitique que se retrouve le Gabon dès 1967 à la prise du pouvoir du Président Bongo et après avoir instauré le parti unique comme système de gouvernance. Les médias sont ainsi mis à contribution pour transformer les individus en une masse devant adopter le même idéal politique à partir d'un discours de propagande présentant la légitimation du pouvoir. Tout média proposant un discours parallèle ou contestataire à la vision politique ou de la personnalité du Chef de l'Etat est considéré comme anarchiste et dangereux pour la cohésion sociale. Par conséquent, aussi bien le pluralisme politique n'avait plus lieu d'être que le pluralisme des opinions politiques dans la presse n'était plus convenable. « Le monolithisme politique garantit l'exclusivisme de l'expression aux détenteurs du pouvoir politique et aux personnalités mandatés à cet effet »²⁶². Il sera donc exclu toute forme de pluralisme d'information politique et seuls les médias proches du pouvoir auront la légalité d'exercer en pratiquant un journalisme partisan acquis à la sole du pouvoir en place.

Cependant, à la même période, des médias privés apparaissent et permettront d'observer une diversité de contenu en lien avec des activités d'ordre professionnel, associatif et sportif. On assiste ainsi à la presse d'entreprise, des associations, confessionnelle et sportive. D'abord, la presse d'entreprise, selon Malaval, spécialiste de la presse d'entreprise française, peut être entendue comme « une archive qui, à l'instar de la photographie ou de la publicité, renvoie une image de l'entreprise, de ceux qui y travaillent, forcément subjective et partielle, une image aux contours ronds et rassurants. En ce qu'elle impose des valeurs et des principes, que d'aucuns nomment culture, cache ses tabous et se

²⁶². Mavoungou Vincent, *Opcit.*, p.133.

risque rarement à accueillir l'expression libre de ses lecteurs. Elle appartient au domaine des représentations des entreprises » (Malaval Catherine, 1996)²⁶³. De façon générale, la presse d'entreprise est une des stratégies de communication d'un organisme public ou privée se présentant sous forme de journal ayant une finalité économique, mais aussi pour objectif de se donner une image correspondant à l'environnement socioculturel dans lequel l'entreprise évolue. C'est dans ce cadre que des entreprises et associations professionnelles et religieuses ont entrepris de créer des journaux spécialisés afin de s'accommoder à cette politique de communication d'entreprise ou d'organisme d'une part, mais aussi pour elles de marquer leur identité dans une société gabonaise en construction, d'autre part. Sans s'en rendre certainement compte, cette forme de presse au Gabon, bien qu'orientée vers une cible particulière en fonction du domaine ou de l'activité, participait dans une certaine mesure à ouvrir une brèche de pluralisme médiatique et éditoriale dans un contexte monolithique où la presse d'information politique et générale était réduite à la propagande du pouvoir.

La SEEG (Société d'Énergie et d'Eau du Gabon), une société de plus d'un demi-siècle d'histoire avec le Gabon en termes d'évolution et de développement, crée dès 1970 à 1985 les revues *Electrons* et *Energie* pour sa communication interne et externe. Grâce à ces feuilles d'information, l'Entreprise fait connaître ses actions et priorités à tous lecteurs qui s'intéressent à ce type d'information. L'OCTRA (Office du Chemin de fer Transgabonais) crée en 1977 la revue trimestrielle *Futurail*. Les entreprises pétrolières de l'époque, à l'instar d'Elf-Gabon et Shell-Gabon ont respectivement mis sur pied Tam Tam et Shell World Gabon. Le premier journal est imprimé en France et publie des informations liées à l'activité de la compagnie et possède même une rubrique sportive pour parler des événements du championnat local de football. Le second journal quant à lui parle de sujets assez variés qui ont trait au champ d'expertise de la compagnie Shell-Gabon. Il s'agira par exemple de parler de la gestion des déchets métalliques et le développement durable, des gisements de Gamba, ou même du problème de la cohabitation Homme-Eléphant²⁶⁴. Pour la plupart, il s'agit là d'entreprises privées, mais dont l'Etat gabonais possède une part d'actionnariat, qui s'illustrent le plus dans cette démarche de la propriété de presse d'entreprise.

Aussi, l'Etat ne s'exclut pas de cette tendance de communication liée à la presse d'entreprise, associative et des institutions. En créant SOTRAVIL (Société des transports des villes) qui deviendra la SOGATRA (Société Gabonaise de Transport) en 1997, l'Etat gabonais met à la disposition de la société paraétatique, spécialisée dans le transport urbain et interurbain, le journal *Rénovation*. Loin d'une ligne éditoriale politique, *Rénovation* a pour mission de présenter son activité auprès de la couche de la population modeste pour informer sur ses acquisitions et ses services. Tout de même, le journal ne manquera pas de

²⁶³. Malaval Catherine. « L'histoire de l'entreprise à travers sa presse. Organisation et développement de l'information », *Entreprises et histoire*, vol. 11, no. 1, 1996, pp. 49-60.

²⁶⁴. Sabi Djaboudi, *opcit.*, p.82.

souligner en filigrane les efforts engagés par les autorités pour le bon fonctionnement de ladite structure. Ce qui pouvait laisser sous-entendre une certaine publicité au bénéfice du pouvoir. Sous la même supervision, le *Journal officiel du Gabon* (JORG) est la publication officielle éditée par les services de l'Etat gabonais dont la Direction des publications officielles. Cette parution a pour tâche d'assurer la collecte et la diffusion des lois, des décrets, des arrêtés et des mesures de nomination. C'est en quelque sorte la mémoire d'archivage des textes juridiques, législatifs et réglementaires de la République. On pourrait ajouter à cette liste de journaux sous l'initiative de l'Etat, le journal L'Echo du travailleur créé en 1977 comme organe syndical d'informations de la COSYGA (Confédération Syndicale Gabonaise). Inféodé au PDG, ce journal a pour but d'animer la vie syndicale des entreprises et se retrouve, à travers la FESYGA (Fédération Syndicale Gabonaise), être un instrument pour le parti au pouvoir d'avoir une vue sur l'ensemble des secteurs d'activité nationale. C'est d'ailleurs sous l'auspice de ce syndicat que naissent les associations politiques de l'Union des femmes du parti démocratique gabonais (UFPDG) et l'Union des jeunes du parti (UJPDG), (Cadoux J.N., 1974)²⁶⁵. Cette catégorie de presse d'entreprise paraétatique pour certaines et presse des institutions, ainsi que des associations syndicales pour d'autres, aura au-moins le mérite de ne pas s'accrocher sur les idéologies politiques imposées par le régime. Elle propose une offre d'information, certes fondée sur l'activité professionnelle, mais relevant d'une originalité éditoriale les unes que les autres.

En outre, à ces deux premières catégories de presse d'entreprise et des institutions, apparaît une presse sportive qui, moins politisée, émerge au sein de l'espace médiatique gabonais. Elle apporte une autre ligne éditoriale permettant de diversifier le contenu issu de la presse gabonaise en général. Rappelons que nous sommes toujours en contexte de parti unique où les médias écrits et audiovisuels d'information politique et générale subissent le musèlement du régime politique à la tête de l'Etat. La presse sportive s'entend comme les médias spécialisés dans le traitement et la diffusion de l'actualité sportive. Elle se traduit souvent par « (...) un discours sur les sportifs, qui sont par essence des éléments centraux du texte journalistique, au sens où la narration repose, entre autres éléments, sur des acteurs, des rôles et des fonctions, i.e. des interactions typiques entre acteurs » (Bonnet V., Mennesson C., 2019)²⁶⁶. Elle est intégrée à la presse de grande information aussi bien pour les journaux, la radio, la télévision et sur internet. Elle répond pratiquement aux mêmes exigences sur le plan technique et éthique, les mêmes droits et devoirs, avec la spécificité

²⁶⁵. Cadoux Jean-Noël, « Le Parti Démocratique Gabonais à la recherche de la Nation », *Le Monde diplomatique*, juillet 1974, p.25.

²⁶⁶. Bonnet Valérie, Mennesson Christine, « Presse, sportifs, lecteurs : du schème explicatif à l'assignation identitaire », *Questions de communication*, vol. 35, no. 1, 2019, pp. 7-22.

que la presse sportive reste très spécialisée du fait qu'elle est très liée à la matière qu'elle traite²⁶⁷.

Le sport en Afrique, comme dans la plupart des pays à travers le monde, n'a pas que pour fonction de distraire. C'est une activité cruciale dont la dimension sociétale a pris de l'ampleur au fil du temps, du fait de sa propension à créer des liens entre les différents groupes ou strates de la société. « L'idéologie sportive s'affirme comme un facteur d'ordre » et, comme le dit Lionel Arnaud, réussit l'impossible en articulant « les discours des hommes politiques, des professionnels et des minorités »²⁶⁸. La presse sportive de par sa transmission des différents événements dans le domaine, que ce soit sur un plan international, national ou local, revête une importance non négligeable dans l'histoire même de nos Etats modernes. C'est dans cette approche que la presse sportive gabonaise s'illustre aussi comme élément participant à une forme de pluralisme dans la sphère médiatique du pays pendant le régime du parti unique. Tout comme la presse d'entreprise, la presse des institutions et la presse confessionnelle, les contenus des médias spécialisés dans le sport, loin d'entrer dans le traitement de l'actualité politique, vont ajouter une ligne éditoriale propre à l'activité, donc différente des autres.

Le Gabon devenant un territoire où le sport connaît un grand engouement et constituant davantage une plaque tournante de la diplomatie africaine, des compétitions sportives sur le plan national et interafricains comme les rencontres scolaires et universitaires ou les Jeux d'Afrique centrale vont être organisées. L'absence d'une presse nationale spécialisée dans le sport se faisant ressentir, en 1976 est créé le journal Omnisports par Jean Ovono Essono, un chroniqueur sportif. Par la suite, apparaît le journal d'information sportive Zone 4 qui, va beaucoup s'accrocher sur l'actualité des athlètes noirs qui brillent à travers le monde. En effet, comme le stipule Tudesq, la supériorité des sportifs afro-descendants et africains dans les grandes compétitions sportives internationales, a entraîné une médiatisation sensible dans les médias audiovisuels (radio et télévision) et presse écrite en Afrique (Tudesq A.J., 1999)²⁶⁹. Il faut surtout relever que l'intérêt croissant du sport dans la presse, le note Sabi-Djaboudi, « se justifie par une absence notable d'une politique de loisirs dans le pays ». Ce qui explique que lors des compétitions sportives, à l'instar du football surtout, on observe une mobilisation de la population assez importante autour de cette forme de distraction et la victoire de l'équipe nationale suscite de grande liesse populaire, un moment de communion autour de l'hymne et le drapeau national. A ces

²⁶⁷. <https://www.universalis.fr/encyclopedie/sport-histoire-et-societe-la-presse-sportive/>. Consulté le 16 mars 2022.

²⁶⁸. « Recensions d'ouvrages », *Staps*, vol. no 58, no. 2, 2002, pp. 109-118. <https://doi-org.sidnomade-2.grenet.fr/10.3917/sta.058.0109>. Consulté le 16 mars 2022.

²⁶⁹. Tudesq André-Jean, *Les médias en Afrique*, Paris, Ellipses, 1999, P.40.

moments, le sport se présente comme « un instrument de rayonnement de la diplomatie régionale internationale et de prestige nationale »²⁷⁰.

Cependant, les premiers médias sportifs gabonais vont avoir du mal à résister au temps. La presse sportive à audience internationale va occuper l'espace et avoir le monopole du marché gabonais. Parmi ces journaux, on citera le *Onze*, *France Football*, *Mondial* et les *Jeux d'Afrique* comme exemple. Au fil des années, notamment dès 1990, une pluralité de journaux sportifs se succèdent dans les kiosques. Avec internet, les sites d'information sportive apparaissent davantage. Ce qui fait de ce domaine de spécialité dans la presse gabonaise une source d'information à part entière sur l'actualité sportive nationale et locale, mais qui peine toujours ou qui n'a peut-être pas pour prétention d'arriver à concurrencer les médias transnationaux sur les compétitions internationales. Parmi les médias sportifs gabonais, on peut nommer des titres tels que Tango, le plus vieux journal sportif gabonais qui existe à ce jour, créé depuis 1990 ; Afric foot ; Sport Elite créé en 2010 ; Sport Elite et bien d'autres.

En résumé, on peut être amené à réaliser que le pluralisme dans la presse gabonaise a commencé ses premières manifestations dès la période précoloniale de l'histoire politico-médiatique du Gabon. Il s'est matérialisé à partir de l'initiative d'une certaine élite intellectuelle gabonaise (les premières générations formées en contexte colonial) à exprimer leur hostilité de la politique coloniale dans les colonnes de la presse écrite privée. Le mouvement des indépendances des colonies africaines s'accroissant après la fin de la seconde guerre mondiale, la presse écrite va servir d'instrument de revendication pour l'autonomie des Etats africains, apportant ainsi un discours de contestation ou d'opposition face aux journaux défendant les idées et intérêts de la métropole. Certes, moins avancée que la presse d'Afrique francophone sur cette dynamique de liberté et de la permissivité à la contradiction éditoriale dans la presse, la presse d'Afrique francophone, à l'instar des journaux gabonais, a clairement contribué à l'élan d'émancipation des peuples colonisés qui se traduira par l'octroi des indépendances dès les années 1960. Avec l'avènement des médias audiovisuels (radio et télévision) qui a suivi, l'engouement du pluralisme des opinions dans la presse gabonaise s'étant révélé pendant la période coloniale n'a pas suivi les premières années de l'indépendance. Bien au contraire, l'évolution de la presse gabonaise étant liée aux séquences sociopolitiques qui animent le pays, de l'instauration de régime autoritaire en 1960 à l'effectivité du parti unique en 1967 va considérablement ralentir, sinon empêché le processus d'éclosion d'un système médiatique pluraliste en matière d'information politique. Cet état de fait a eu pour conséquence d'observer une pratique de gestion de l'Etat tournant autour du principe de la personnalisation du pouvoir. Accentuant ce phénomène, la presse nationale (audiovisuelle et écrite), publique comme privée, se retrouve muselée et aux ordres de l'Etat qui, pour justifier la légitimité de son action évoque le projet d'unité nationale comme intérêt supérieur pour la construction

²⁷⁰. Sabi-Djaboudi Arthur, opcit, p.84.

d'une nation. Il n'est donc plus possible de laisser une presse d'opinion alternative à celle instituée par l'idéologie du régime. Le contenu de la presse vire ainsi vers la personnalisation de l'information autour du Chef de l'Etat et de ses auxiliaires. Les seuls médias pouvant exercer officiellement et apporter une diversité de contenu dans l'espace médiatique gabonais de cette période se trouvent être dans la presse spécialisée : on parle ainsi des journaux d'entreprise ; la presse professionnelle ; la presse des institutions et la presse sportive.

Plus tard dans le développement de ce sujet, nous verrons que cette partie de l'histoire a eu un certain impact dans la conception et les pratiques journalistiques des acteurs de la presse gabonaise dans le système médiatique actuel, notamment sur l'Etat du pluralisme de l'information lors de grands enjeux politiques, à l'instar des élections. Mais avant, relevons qu'après cette période de monolithisme politique, la presse gabonaise, tout comme celle de plusieurs Etats d'Afrique francophone, va connaître un bouleversement historique provoqué par la vague de mouvement démocratique réclamant le retour du multipartisme dès les années 1990.

III.2. Le multipartisme au Gabon et l'ouverture vers le pluralisme dans la presse gabonaise

Le multipartisme s'oppose au parti unique et s'identifie comme un système dans lequel coexistent plusieurs partis²⁷¹. Fondement de la démocratie représentative, c'est un régime qui favorise la liberté d'association et la participation aux débats politiques, ainsi qu'aux élections. Elle implique l'acceptabilité de différentes sensibilités politiques par les autorités et les critiques à leurs égards. C'est aussi le moyen pour le citoyen d'avoir un droit de regard sur les actions de l'Etat, d'être informé par une presse libre qui lui permet d'être éclairé afin de mieux apprécier et intervenir sur la scène politique. C'est fort de cet idéal que le peuple gabonais va réclamer, lutter et s'inscrire dans l'instauration du multipartisme en suivant la fièvre des démocraties africaines qui commence à s'installer dès 1990. Ce changement de régime va entraîner des transformations dans le système médiatique gabonais. Ces mutations vont déterminer considérablement l'évolution du pluralisme dans la presse gabonaise en partant de cette période jusqu'à l'heure actuelle.

Dans un premier temps, nous verrons les effets aux premières heures du multipartisme sur la transformation du système médiatique gabonais, notamment la pluralité des médias qui a suivi. Et dans un second temps, les caractéristiques éditoriales de la presse nationale résultant du climat sociopolitique qui y était manifeste.

²⁷¹. www.larousse.fr.

III.2.1. L'instauration du multipartisme : une condition du pluralisme dans le système médiatique

Les années 1990 marquent une période de transition entre le monolithisme politique qui a duré près de trois décennies après les indépendances et le renouveau démocratique des Etats d'Afrique francophone, éveillé pendant la période anticolonialiste, mais n'ayant pas suivi lors de l'affranchissement desdits pays colonisés pour leur souveraineté. Nommée « printemps de l'Afrique » (Bourgi A., Casteran C., 1991)²⁷², cette période va entraîner la réapparition du multipartisme, favorisant de ce fait le retour au débat d'opinions politiques, l'organisation des premières élections libres avec plusieurs partis politiques et le déploiement fulgurant de la presse privée, ce qui, par extension a produit le pluralisme médiatique. Mais pour mieux comprendre les dynamiques caractérisant ce pluralisme, il serait intéressant de rappeler le contexte dans lequel ces évènements se sont produits. Comme le souligne Frère M.S., « si l'on veut saisir pleinement les caractéristiques de la nouvelle presse africaine, un bref retour dans le passé s'impose » (Frère M.S., 2000)²⁷³.

Pour se faire, différents paramètres vont provoquer l'élan de pluralisme de la presse qui va apparaître dans la plupart des pays d'Afrique francophone dont le Gabon. Et ces réalités ne seront pas qu'endogène à la situation politique africaine, mais d'autres facteurs seront d'ordre exogène. D'une part, il s'agit de la situation politique internationale dès les années 1980 avec la victoire du parti socialiste à la présidence française, la chute considérable des prix du pétrole et l'affaiblissement des régimes communistes avec l'écroulement du mur de Berlin en 1989. D'autre part, les crises sociopolitiques qui s'accumulent sur le territoire gabonais vont contraindre les autorités à assouplir la rigidité de leur régime totalitaire pour arriver à contenir les mouvements de revendication du changement. L'agencement de ces manifestations conduira à l'essor du multipartisme au Gabon, source du pluralisme de la presse gabonaise.

III.2.1.1. Les conditions de l'adoption du multipartisme

Comme premier facteur exogène ayant favorisé l'adoption du multipartisme en Afrique francophone et au Gabon particulièrement, l'avènement du Parti Socialiste au pouvoir en France de François Mitterrand comme Président. Cette situation est redoutée par le régime gabonais qui entretient des liens privilégiés avec une classe politique et économique en France dont des Gaullistes et des responsables d'Elf-Aquitaine (Martin Guy,

²⁷². Bourgi Albert, Casteran Christian, *Le Printemps de l'Afrique*, Paris, Hachette, 1991.

²⁷³. Frère Marie-Soleil, *Presse et démocratisation en Afrique francophone : les mots et les maux de la transition au Bénin et au Niger*, Paris, Karthala, 2000, p.25.

1997)²⁷⁴. Or, le MORENA (Mouvement de Redressement National), une organisation d'opposition clandestine regroupant des exilés politiques gabonais et installé partiellement en France entretient de meilleurs rapports avec le Parti Socialiste français désormais au pouvoir. Pris par de confiance par cet avantage, ce mouvement oppositionnel sort de l'ombre et commence à opérer des opérations de contestation du pouvoir PDG en confectionnant un Livre Blanc distribué dans la capitale. Dans ce livre, il sera question de revendiquer le départ du Président Bongo, l'établissement du multipartisme et l'adoption d'un régime parlementaire pour instaurer une véritable démocratie (Auracher Tim, *opcit.*)²⁷⁵.

Ensuite, comme second facteur exogène, la baisse du baril du pétrole qui secoue le monde dès les années 1980. La stabilité du régime au pouvoir étant principalement due aux rentes colossales de l'exportation du pétrole, combinant avec une très petite population²⁷⁶, la chute des prix du pétrole va fortement mettre en difficulté l'économie gabonaise et susciter l'intervention de la Banque mondiale et le Fonds monétaire internationale (FMI) à assainir les finances publiques par l'imposition de la mise en place des mesures d'austérité. A partir de ce moment, les institutions financières internationales vont conditionner l'appui des prêts aux pays africains frappés par cette cure d'amaigrissement des dépenses publiques par le respect de ces mesures restrictives, surtout celles touchant aux privilèges de l'élite urbaine, c'est-à-dire, le rabais et retard de paiement de la bourse des étudiants, la réduction des salaires des fonctionnaires allant jusqu'au blocage des recrutements dans la fonction publique²⁷⁷. Ceci conduit à une situation délétère qui va créer des tensions sociales que nous

²⁷⁴. Le rattachement à la France est d'un atout indispensable pour le pouvoir politique gabonais en place. L'enrichissement du Président Bongo et d'une petite classe autour de lui repose éventuellement sur les accords commerciaux avec Elf-Gabon, une entreprise pétrolière gérée par la structure parapublique française Elf-Aquitaine. Cette entreprise française est responsable pour 70% de la production pétrolière jusqu'au milieu des années 1980. Une partie considérable des rapports franco-africaines dépendent des Accords de coopération signés depuis les années 1960, impliquant plusieurs secteurs tels la défense, la politique étrangère, les affaires économiques et bien d'autres. « La France parvient ainsi à institutionnaliser sa domination politique, économique monétaire et culturelle sur ses anciennes colonies africaines ».

Martin Guy, « Continuité et changement dans les relations franco-africaines », in *Afrique 2000*, N°26, 01/97, pp. 7-17.

²⁷⁵. Auracher Tim, *opcit.*, p.54.

²⁷⁶. « Depuis la fin des années 60, l'exportation du pétrole augmente d'une manière extrêmement rapide et durant la période 1974-1985, le secteur pétrolier contribue pour plus de 40% du produit intérieur brut. Entre 1960 et 1985, le PIB nominal se multiplie par 53 et la valeur des exportations par 74. En rapport avec une population d'environ 1 million d'habitants (niveau de 1985), le PIB par tête tourne autour de 35000 US entre 1975 et 1985. Le Gabon est donc d'une part le pays le plus riche de l'Afrique subsaharienne, d'autre part il a une des répartitions des richesses les plus mauvaises du monde. Les membres de la petite classe autour du Président deviennent extrêmement riches, ce qui leur donne la capacité de rémunérer, à leur tour, ceux qui sont loyaux envers eux et le régime (...) Ceci ne pose pas de problème aussi longtemps que les rentes des exportations restent hautes et que la France annule les dettes régulièrement, ce qui change au cours des années 80 ». *Idem*, p.50-51.

²⁷⁷. Frère Marie-soleil, *Journalismes d'Afrique*, *opcit*, p. 144.

mentionnerons plutôt dans les causes internes ayant poussé les populations à réclamer le pluralisme politique.

Enfin, le troisième facteur extérieur est lié au contexte géopolitique international avec les bouleversements en Europe de l'Est se traduisant par la fin de la guerre froide qui vu l'affaiblissement de l'Union Soviétique face au bloc de l'Ouest symbolisé par les régimes démocratiques. Comme l'a nommé Samuel Huntington, c'est la troisième vague de la démocratisation (Huntington Samuel, 1991)²⁷⁸. La chute du mur de Berlin en 1989 atteste de la victoire des démocraties sur le communisme et fragilise les régimes autoritaires africains qui vont se voir imposer de mettre en place des politiques d'ouverture démocratique. François Mitterrand invite alors les pays africains francophones de franchir le pas du multipartisme en remplacement des partis uniques frappés d'obsolescence. Il devient impératif pour les chefs d'Etat d'Afrique de s'aligner aux normes des principes démocratiques en mettant un accent sur l'organisation d'élections libres et transparentes et en respectant le résultat des urnes ; l'aide au développement désormais conditionné par l'effectivité de ces mesures démocratiques.

Ces trois événements exogènes ont manifestement influencé le processus de démocratisation des régimes politiques en Afrique francophone notamment, mettant en mal le monolithisme politique dont se servaient les régimes autocratiques en place comme source de gouvernance depuis les indépendances. Mais à cela s'ajoute surtout des facteurs endogènes aux pays africains qui ont grandement contribué au changement de régime politique. Le passage du parti unique au multipartisme ne s'est pas fait sans heurts. Bien au contraire, des faits majeurs au sein des Etats ont constitué des éléments déclencheurs propulsant de manière efficiente l'avancée vers la transformation du système politique intérieur. Eléments que nous allons identifier dans les lignes qui vont suivre.

La situation interne sur les plans politique, économique et social du Gabon connaît des tourments dus aux mouvements de revendication et de protestation contre le régime Bongo-PDG par des gabonais organisés au sein de la diaspora et d'une certaine classe moyenne installée dans les grandes villes du pays telles Libreville et Port-gentil. En effet, les activités menées par le MORENA depuis la France avec à sa tête Paul Mba Abessole, la figure emblématique de l'opposition de cette époque, vont être réceptives auprès d'une bonne franche de la population gabonaise aspirant sortir du monopartisme. Excédés par les politiques totalitaristes de l'Etat-PDG et la crise socioéconomique qui frappe le pays, une série de grèves assez violentes conjurée par les populations citadines vont se perpétrer. Pour calmer l'intensité du climat social qui met à mal le régime, le PDG adopte une stratégie de flexibilité face aux mouvements protestataires en présence. Comme l'ont manœuvré les pouvoirs institués dans un certain nombre de pays africains subissant pratiquement les

²⁷⁸. Huntington Samuel, *The third wave. Démocratisation in the Late Twentieth Century*, Norman, University of Oklahoma Press, 1991.

mêmes crises, le lancement des conférences nationales va voir le jour. Imposés par les mouvements d'opposition aux pouvoirs établis et réunissant essentiellement des organisations de la société civile, les conférences nationales des années 1990 auront le mérite d'avoir permis d'inscrire le caractère universel des règles et principes qui structurent la démocratie dans les nouvelles constitutions à établir. Pour Sabi-Djaboudi, ces conférences nationales « sont une contribution africaine à la théorie de la démocratisation »²⁷⁹. Parmi les normes démocratiques qui en ressortent comme valeurs indéniables : « la primauté du suffrage universel, la séparation des pouvoirs, de l'indépendance de la justice, de la garantie des libertés d'expression et du respect des droits de l'homme » (Babacar Gueye, 2009)²⁸⁰.

Au Gabon plus précisément, la Conférence nationale se tint du 1^{er} mars au 19 avril 1990. Elle résulte de l'extrême agitation sociale dès janvier 1990 qui s'amplifie avec des manifestations estudiantines fortement réprimés par la police nationale. C'est face à cette pression populaire que le président Bongo dut se résoudre à l'organisation de ladite conférence. Cette dernière sera l'occasion de rompre officiellement avec le parti unique et adopter le multipartisme comme nouveau régime politique, sans omettre le fait que le contexte mondial y était favorable tel que nous l'indiquons dans les facteurs exogènes. Les pressions extérieures, au-delà des faits internes, ont donc aussi contraint le pouvoir politique en place à adhérer à la transition ou aux mesures démocratiques (Daloz J.P., Quantin P., 1997)²⁸¹. La Conférence nationale a le mérite d'avoir libéré le droit à l'information après plusieurs années de privation, et ce, à travers les dispositions de la constitution de 1991 dont les termes sont l'abolition du parti unique, l'instauration du pluralisme politique et l'ouverture du secteur de la communication à travers son article 94 (Kombila T.A., 2010)²⁸².

III.2.1.2. L'éclosion des partis politiques et le retour du débat démocratique

Au lendemain des conférences nationales des années 1990 organisées dans les anciennes colonies françaises d'Afrique subsaharienne, les partis politiques ce sont multipliées de façon exponentielle²⁸³. Les partis du pouvoir dans ces pays ayant perdu le

²⁷⁹. Sabi-Djaboudi A., *Opcit.*, p. 86.

²⁸⁰. Babacar Gueye, « La démocratie en Afrique : succès et résistances », *Pouvoirs*, n°129, 2009/2, pp. 5-26.

²⁸¹. Daloz Jean Pascal, Quantin Patrick, *Transitions démocratiques africaines : dynamiques et contraintes (1990-1994)*, Paris, *Karthala*, 1997, p.25.

²⁸². Kombila Thierry D'argenlieu, *Démocratie, droit de la communication et politiques publiques au Gabon de 1960 à 2010*, Libreville, *Ntsame*, 2010, p.77.

²⁸³. Minso J.M. « Fondements historiques du retour au pluralisme au Gabon » (1960-1990), In, CERGEP, *Le Processus démocratique en Afrique subsaharienne (1960-1994) : Bilans et perspectives*, Colloque CERGEP à Libreville, Octobre 1994, p.16.

monopole de l'espace politique d'antan, le pluralisme va permettre l'officialisation de l'ensemble des partis politiques qui se crée, même si plusieurs d'entre eux ne possédaient guère une structuration convenable à celle d'un parti digne de ce nom. Après la Conférence nationale du Gabon, des dispositions relatives aux partis politiques seront notifiées dans l'article 2 de la loi No 4/91 du 3 avril 1991 définissant le parti politique comme « une association à but non lucratif dans laquelle des citoyens se regroupent autour d'un projet de société et d'un programme politique » (Grosser Alfred, 1962)²⁸⁴. Certains regroupements politiques se définissant prétendument comme tels profitaient simplement du contexte favorable à la création de parti politique sans avoir un nombre de partisans conséquents, une identité idéologique efficiente, et parfois sans avoir un siège social avéré et encore moins une assise politique sur le territoire national. Malgré cela, on assiste tout de même à une réorganisation des clivages politiques permettant de relancer le débat démocratique sur les questions sociopolitiques de la société gabonaise. On verra donc, de prime abord, la dynamique des partis politiques qui apparaissent pour animer le champ démocratique. Ensuite, nous tenterons de ressortir des éléments discursifs qui ont émaillé la scène politique gabonaise pour saisir les divergences d'opinion entre les différents groupes ou acteurs.

Après la conférence nationale qui mit fin au parti unique et à la mise en place d'élection libre, multipartite répondant au suffrage universel, s'est organisé les premières législatives mettant en scène la pluralité des partis et acteurs politiques naissante. Se déroulant d'octobre à septembre 1990, ces élections législatives réunissent une trentaine de partis politiques et une quarantaine de candidats indépendants. On y voit déjà toute la diversité des sensibilités politiques qui s'active dans cette jeune démocratie. Avec une assez faible démographie (Lopez Escartin, 1991)²⁸⁵ et une cinquantaine de groupe ethnique, les partis politiques qui se créent vont reposer la plupart du temps sur des appartenances ethniques que sur de véritables idéologies. Ce qui indique plus ou moins l'échec du monolithisme politique dont les promoteurs défendaient le projet de l'unité nationale en vue de construire un Etat-nation au-delà des clivages ethniques. Il n'en reste pas moins que l'avènement de nouveaux acteurs politiques permettra de nourrir le jeu démocratique, non seulement en mettant en exergue la présence d'une opposition au pouvoir en place, donc de la contradiction et différences des discours, mais aussi en favorisant la lutte pour l'alternance à la tête de l'Etat.

A ce titre, bien que l'on assiste à une multitude de partis politiques dans la scène politique gabonaise, ce sont quelques acteurs qui l'animent véritablement. Parmi les principaux partis ayant participé à ces premières législatives au Gabon et s'étant le mieux imposés à travers l'histoire du pays, on parlera des groupes politiques suivant :

²⁸⁴. Grosser Alfred, « Le parti unique en Afrique », *Preuves*, Juillet 1962, pp.22-25.

²⁸⁵. Le Gabon abrite en 1990, une population comprise entre 800000 et 900 000 habitants. Lopez Escartin, *Données de base sur la population : Gabon*, Paris, CEPED, 1991, p.3.

- *Le Parti Démocratique Gabonais (PDG)*, Parti au pouvoir fondé par Omar Bongo en 1968, mais qui est un prolongement du Bloc Démocratique Gabonais (BDG) premier parti au pouvoir après l'indépendance du Gabon en 1960, fondé par Léon Mba. Ayant pour devise « dialogue, tolérance, paix », le parti s'identifie comme celui de l'unité nationale, principe sans quoi le développement du pays n'est possible du fait de la forte accentuation des disparités ethniques.
- *Parti Gabonais du Progrès (PGP)*, porté vers du socialisme, c'est un parti né en mars 1990 pour participer à la conférence nationale de mars à avril de la même année. Il sera composé de plusieurs membres fondateurs dont les plus éminents historiquement sont Agondjo Okawé (décédé en 2005) et Joseph Rédjambé dont le décès « suspect » dans la nuit du 22 au 23 mai 1990 provoque l'une des plus violentes manifestations et émeutes que le pays n'avait jamais connues, allant jusqu'aux attaques des intérêts français (Consulat français et Elf-Gabon, considérés comme des complices du régime) par les émeutiers et la demande du départ du président Bongo. C'est après ces événements que la période de préparation des premières élections législatives sera rapidement fixée par le gouvernement de l'époque, au regard de la virulence du peuple à réclamer davantage une véritable démocratie pluraliste²⁸⁶.
- *MORENA-Bûcherons* est un parti créé par Mba Abessole (opposant emblématique du PDG) et rebaptisé en 1991 *Rassemblement national des bûcherons (RNB)*. D'inspiration populaire ou populiste, le parti politique se démarque par l'implication majeure de son leader charismatique dans l'histoire de l'opposition gabonaise. De son exil en France dans les mouvements clandestins de contestation au régime Bongo à sa participation à la première élection présidentielle pluraliste de 1993, il fut à la tête d'une dynamique unitaire de l'opposition nommé Haut Conseil de la Résistance (HCR). Contestant la réélection du président Bongo par une vague de violence, c'est par ce mouvement de lutte que seront organisés les Accords de Paris du 5 au 27 septembre 1994 débouchant à la révision de la réglementation du processus électoral.
- *MORENA-originels*, est le parti qui se fonde après la scission avec Mba Abessole en concevant le Morena des bûcherons. A sa création en 1981 comme organisation politique clandestine, elle regroupait un bon nombre des grands acteurs de

²⁸⁶. Auracher Tim, opcit., p.62-63.

l'opposition gabonaise qui ont joué un rôle crucial dans l'évolution des événements politiques du pays, partant de la conférence nationale ayant abouti au multipartisme aux premières élections libres et pluripartites jusqu'à l'organisation des Accords de Paris. Taxé de parti politique ethnique, du fait de sa propension à avoir en son sein des leaders issus pour la plupart de la même communauté fang, les promoteurs vont finir par se diviser pour se scinder en trois composantes : Morena-unioniste fondé par Adrien Nguémah Ondo dont le discours est centré sur l'Etat de droit et des libertés ; le Morena-originel incarné par Luc Bengone Nsi, reconnu pour son intégrité dans les valeurs de rupture radicale du régime en place ; enfin, le Morena-bûcherons de Mba Abessole dont la position sera moins de moins tranchée par rapport au système PDG²⁸⁷.

- *Union du Peuple Gabonais (UPG)* est un parti proche du socialisme et de la social-démocrate²⁸⁸ créé en 1989 par Pierre Mamboundou (décédé en octobre 2011) qui fut un des principaux (sinon le principal) challengers opposés au pouvoir PDG lors des présidentielles de 1998, 2005 et 2009. Faisant parti des partis présents à la Conférence nationale de 1990, l'UPG jouera un rôle primordial lors des Accords de Paris de 1994 à travers son Secrétaire exécutif Mamboundou Mouyama qui devint le porte-parole des partis de l'opposition. Malgré l'exclusion de certains membres au fil des années, à l'instar de l'ancien secrétaire de l'exécutif qui rejoignit le gouvernement à titre personnel, le principal leader Pierre Mamboundou restera fidèle opposant au régime des Bongos (Omar Bongo et Ali Bongo) jusqu'à sa mort²⁸⁹.
- *Cercle Libéraux Réformateurs (CLR, une coalition du PDG)*, est créé en 1992 par Jean Boniface Assélé qui bénéficie de liens parentaux avec la famille présidentielle : Cousin de l'exe femme du président Omar Bongo en la personne de Marie-Joséphine Kama, donc oncle d'Ali Bongo le président actuel du Gabon depuis 2009. Depuis, ce parti politique est resté intègre à la majorité présidentielle lors des échéances électorales

²⁸⁷. <https://memoiresauveblog.wordpress.com/2017/04/17/le-morena-la-derniere-marche-vers-le-retour-au-multipartisme/>. Consulté le 18 mars 2022.

²⁸⁸. Social-démocrate est une idéologie politique qui tend à mettre en évidence les valeurs du socialisme incorporées dans une économie capitaliste ou libérale dans la gouvernance de la Cité. La logique du courant est d'estimer tout simplement que les idées du socialisme telle la réduction des inégalités sociales ; la lutte contre les injustices ; la laïcité véhiculant des valeurs morales individuelles et collectives, doivent être prises en compte dans le capitalisme, impossible à supprimer dans les économies modernes, afin d'y apporter des correctifs sociaux pour le bien être et le vivre ensemble des différentes couches de la population.

²⁸⁹. https://www.lemonde.fr/disparitions/article/2011/10/18/pierre-mamboundou-opposant-gabonais_1589794_3382.html. Consulté le 18 mars 2022.

présidentielles, législatives comme locales au-delà du jeu des sièges à remporter pour renforcer leurs influences.

Il s'agit là de quelques principaux partis, parmi la trentaine qui apparut dans les premières années du pluralisme politique, dont l'existence et la présence ont eu un impact certain dans l'évolution politique du Gabon. Ces principaux partis constituent d'ailleurs ceux qui, jusqu'à l'heure actuelle, ont survécu dans la durée et continuent d'animer la scène politique gabonaise. Rappelons toutefois que d'autres partis politiques naissants des années 1990, mais qui ont disparu avec l'usure du temps, ont contribué manifestement à l'éclosion du multipartisme au Gabon et ont été des premiers combats pour l'élaboration progressive d'un Etat de droit. On note ainsi les organisations politiques telles que *l'Union Socialiste Gabonaise (USG)*; *le Cercle pour le Renouveau et le Progrès (CRP)*; *l'Union pour la démocratie et le Développement (UD)*; *l'Association pour le Socialisme au Gabon (APSG)* pour n'en citer que ceux-là.

Ainsi, les partis politiques sont indispensables en tant qu'animateur de la vie publique et pour le raffermissement de la culture démocratique. A la fois adversaires et partenaires incontournables, la pluralité des acteurs politiques gabonais en tant que représentant du peuple a permis d'influencer les actions du pouvoir exécutif qui, malgré les stratagèmes pour se maintenir au pouvoir, a dû faire des concessions pour mener le Gabon vers plus de liberté et d'ouverture à l'opposition dans les mécanismes de gouvernementalité²⁹⁰. La réorganisation du système politique gabonais, partant du monolithisme au multipartisme, avec tout ce que cela a entraîné comme conflits, crises et résolutions a remis en surface un nouvel acteur qui, jusque-là avait été bâillonné par le régime : il s'agit des médias ou encore de la presse privée gabonaise.

Dans la nouvelle configuration politique du pays en temps de multipartisme, les débats politiques à l'Assemblée nationale, dans les différentes organisations de pourparlers post-crisis des années 1990, dans les partis politiques en interne pour l'éducation de leurs militants, vont être inscrits dans les différents médias qui apparaissent. Comment la presse gabonaise se présente-t-elle pour traduire le reflet social de cette période marquée par les premières élections législatives et présidentielles pluripartites du pays ? Telle est l'interrogation qui nous mène à aborder la question de la ligne éditoriale des médias traitant de l'actualité politique des débuts du processus démocratique au Gabon. S'arrêter momentanément sur ce point nous permet de définir la manière dont le pluralisme a été mise en évidence par la presse dans ces premières années de multipartisme.

III.2.2. Du multipartisme à la politisation de la presse nationale

²⁹⁰. Dieko Steeve N'Zegho, *Démocratie et organisation des partis politiques au Gabon*, 2014. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00942757>. Consulté le 19 mars 2022.

La réapparition du multipartisme dans les années 1990 ont entraîné un bouleversement majeur dans la plupart des pays d'Afrique francophone. Cette transformation s'est produite dans les champs politique et médiatique après des décennies de monolithisme, donc du musèlement de la presse nationale par les autorités publiques. L'effort, voire l'obligation d'instaurer des mécanismes de démocratie au regard du climat social et international qui favorisait l'élan de démocratisation des Etats, va conduire à la tenue d'élections libres et l'accroissement fulgurant de la presse privée²⁹¹. L'état de la presse gabonaise suivra le même processus, ce qui expliquera la pluralité des organes de presse qui vont apparaître à l'aune de la multitude des partis politiques se constituant.

Pendant plusieurs années, le PDG avait pu asseoir et dominer le paysage médiatique gabonais à partir des médias gouvernementaux qui étaient sa seule propriété et avaient pour mission de servir de relais de communication de la propagande du régime. Malgré l'ouverture réalisée sur le plan des moyens de l'information et de la communication lors de la Conférence nationale qui notifiait de la suppression du monopole de l'Etat dans l'utilisation des médias publics, le changement dans le fonctionnement desdits médias ne fut pas au rendez-vous. La Radio-Télévision Gabonaise (RTG1) revêtant désormais le statut d'instrument public se devait dorénavant de traiter l'actualité de toute la communauté et d'assurer la médiatisation de toutes les composantes politiques au nom du pluralisme d'opinion. Cependant, comme le souligne Ovoundaga Marcy :

« Informer, éduquer, et distraire demeuraient toujours les fonctions de bases du média. La mainmise politique avait certes disparu mais l'emprise étatique y demeurait, car le décret 1002 faisant de la RTG1, une direction du ministère de la Communication était toujours en vigueur (...) on considère l'emprise étatique sur les médias publics comme une autre forme de mainmise politique. La confusion entretenue entre appartenance idéologique et fonction politique et / ou administrative concourt à soutenir la performance d'une domination du parti au pouvoir sur la RTG1 (...) Dans sa mission fondamentale de construction d'une communauté nationale, de réalisation de l'unité nationale, il y a nettement un déplacement de la logique d'imposition dans laquelle elle se trouvait sous le parti unique à une logique d'adhésion »²⁹².

Dans ce même rapport de l'Etat, entendu ici comme le pouvoir exécutif incarné par le président Omar Bongo, le journal Gabon Matin devenu aussi un organe de service public, ainsi que le quotidien national parapublic L'Union, continuaient de fonctionner comme des relais de la communication du régime en place. C'est dans ce cas de figure que les partis politiques, reprochant aux médias publics leur dépendance au parti au pouvoir, n'ont eu le choix que de fonder leurs propres organes de presses. Ceci favorisa et ramena l'émergence

²⁹¹. Frère M-S, *Opcit.*, p.113.

²⁹². Ovoundaga M. D., *Opcit.*, p. 162-163.

de médias privés sous l'auspice de presse d'opinion déjà enclenchée pendant la période coloniale, mais bloquée après l'indépendance.

Les médias privés viennent rompre avec le monopole de l'Etat dans le paysage médiatique en apportant un discours nouveau et diversifié chargé de critique, de polémique contre les discours des médias publics faisant la part belle au pouvoir. A ce titre, nous pouvons définir la presse privée comme celle non étatique, c'est-à-dire, non affiliée aux pouvoirs publics, donc indépendante de l'Etat. Comme l'indique Mouckaga, la presse privée peut être considérée comme « celle qui n'est pas alimentée par des fonds publics, ceux de l'Etat, mais plutôt des fonds, des capitaux privés, ceux rassemblés, accumulés par des actionnaires privés, des individus, des personnes physiques » (Mouckaga hugues, *opcit.*)²⁹³. Elle se distingue donc de la presse publique qui, elle, renvoie à la propriété de l'Etat symbolisée par le président de la République et son gouvernement. Dans le contexte gabonais, la presse publique aura tendance à privilégier les idées du gouvernement, or la presse privée fait référence à une « presse individuelle, autrement dit à celle qui est liée à une personne, à un groupe de personnes ou, à un parti politique »²⁹⁴. Vu sous cet angle, la presse privée s'oppose à la presse publique, mais sans pour autant faire preuve de neutralité, car elle reste dépendante de son propriétaire qui peut être son commanditaire au cas où des intérêts politiques ou économiques sont en jeu. C'est justement dans ce cas de figure que se trouvera la plupart des médias qui animera les premières années du pluralisme dans la presse gabonaise. On assiste à un journalisme d'opinion, la plupart des titres étant affiliée à un parti politique d'opposition tout comme les médias d'Etat et certains journaux privés vont servir de propagande du pouvoir en place.

Ne pouvant citer de façon exhaustive la multiplicité des parutions qui se développent durant cette ère de pluralisme politique, notons quelques titres fondamentaux qui émaillèrent l'espace médiatique gabonais. On précisera aussi que l'intérêt accordé aux organes qui sont mentionnés dans les lignes qui vont suivre résulte des rôles et influences des partis politiques qui sous-tendent ces titres dans le déroulement des faits historiques du processus démocratique du pays. A cet effet, on parlera des journaux tels que :

- *La Clé* et *Le Bûcherons* : deux bulletins au service de Paul Mba Abessole du Rassemblement National des Bûcherons (RNB, ancien Morena des bûcherons). La Clé est identifiée comme le premier journal d'opposition au régime d'Omar Bongo. Il naît clandestinement en 1989 dans le contexte de revendication démocratique et se présente comme « la voix des sans voix » pour revendiquer l'instauration de l'Etat de droit et de la démocratie en asphyxiant le régime gabonais de critiques inlassables.

²⁹³. Mouckaga hugues, « Les Comités d'Action Politique (C.A.P) et les Cool-Moondjer's dans la violence en période électorale au Gabon à travers la presse écrite privée (janvier-décembre 1993) », in Ndombet W-A., *Processus électoraux et immobilisme politique au Gabon (1990-2009)*, Opcit., p.46.

²⁹⁴. *Loc.cit.*

Tribune d'expression politique du RNB, la *Clé* est un hebdomadaire dont les publications hostiles envers les tenants du pouvoir contribuaient à les désacraliser auprès des populations citadines des grandes villes du pays et à l'étranger. Pour les membres du parti, *La Clé* doit aussi servir à inculquer des valeurs citoyennes à leurs militants. Il s'agit pour eux d'éduquer la population « au respect de la chose et de l'autorité publique, le respect des lois de la République et le respect de l'autre qui n'est pas de son parti et qui n'est pas *a priori* le diable ou le méchant » (Danique Roger, 1997)²⁹⁵.

- Quant au journal *Le Bûcheron* qui naît en 1990, l'objectif est le même qu'avec le précédent titre. Toujours au service du RNB, le responsable de ce média est le Pr. Pierre André Kombila, Secrétaire général du parti et parlementaire. L'organe s'emploie à harceler le pouvoir en place afin de le discréditer davantage auprès de l'opinion nationale et de la diaspora. Car pour les membres du RNB, il ne peut avoir de changement, quel que soit le gouvernement, tant que le PDG restera accroché au pouvoir. Le Bûcheron soigne l'image de son leader Mba Abessole en le montrant comme l'homme providentiel « investi d'une mission messianique renforcée par sa vocation de prêtre ». Bon orateur, il sait galvaniser les foules et a vite fait de comprendre ce que représente la masse dans la société et la vie politique (Bertho-Lavenir, 2000)²⁹⁶.
- *Misamu* : en langue *Yipunu*²⁹⁷ du Gabon cela signifie littéralement « nouvelles ». C'est un journal créé en 1990 et appartenant à l'un des partis de l'opposition radicale, le Morena. Son principal responsable est le Pr. Nzoghe Nguéma, ancien Recteur de l'Université Omar Bongo (l'UOB) jusqu'à son arrestation en 1981 pour avoir participé à la réalisation du Livre Blanc qui, clandestinement pendant la période du monolithisme, préparait les consciences collectives à la révolte du système Bongo-PDG en réclamant le retour du multipartisme au Gabon. Quotidiennement dès 1992, le *Misamu* sera géré par l'Abbé Ngwa Nguéma, enseignant des lycées et accessoirement à l'UOB. *Misamu*, comme la plupart des journaux qui naissent à cette époque, est d'emblée politisé et alimente les batailles intestines au sein du parti. Il tentera plus tard de s'affranchir de sa tutelle politique ambitionnant de devenir une tribune indépendante et viable économiquement. *Misamu* fait alors « la part belle aux actualités et analyses politiques » en ne manquant pas d'épingler la gestion de l'Etat par les autorités publiques. Dans un article en ligne du média français

²⁹⁵. Danique Roger T., *Afrique : unité de mesure de la démocratie*, Paris, L'Harmattan, 1997, p.130.

²⁹⁶. Bertho-Lavenir C., *La démocratie et les médias au XXème siècle*, Paris, Armand Colin, 2000, p. 91.

²⁹⁷. Le *yipunu* est une langue bantoue parlée par la population *punu* au Gabon et en République du Congo. Les interlocuteurs de cette langue se retrouvent principalement dans les provinces de la Ngounié, de la Nyanga et maintenant du Moyen Ogooué et de l'Estuaire.

Libération, il présente le *Misamu* comme le « (...) miraculé de l'opposition au Gabon », car parmi les nombreuses publications critiques envers le régime au pouvoir des années 1990, ce bulletin d'information est resté le seul encore existant²⁹⁸.

- *Le Progressiste*, son référent est le Parti Gabonais du Progrès dirigé par Me Agondjo Okawè, ancien bâtonnier des ordres des avocats et enseignant de droit à l'UOB. Perçu comme un opposant irréductible au pouvoir de Bongo et apprécié du grand public, le juriste fait de l'organe de presse du parti le porte-voix du PGP pour la défense des couches populaires. A travers *Le Progressiste*, les injustices et l'insécurité que subissent les populations, les crimes et les arrestations politiques commis dans les arcanes du pouvoir seront relayés par cette presse, à l'exemple de « l'assassinat » le 23 mai 1990 de Joseph Rendjambé, Secrétaire général du parti. Le fonctionnement régulier du journal sera assuré par des figures de proue du PGP que sont l'enseignant en philosophie Mouity Nzamba et le journaliste de formation et député à l'Assemblée nationale, Joseph Loembet.
- *La Griffes* est le premier hebdomadaire satirique gabonais qui a un fort succès sur la scène médiatique gabonais à partir de ces parutions qui s'écroulent comme des « bouts de pain ». Le média possède comme devise : « Le droit de savoir, le droit de dire ». Dirigé par Okinda Jérôme, ancien ministre et leader du parti politique, le Parti Gabonais du Centre Indépendant (PGCI), *La Griffes* est marquée par son orientation profondément anti-bongoïste en mettant constamment le pouvoir sous pression. Elle se donne la prétention de s'assimiler au style du Canard enchaîné français et sa rédaction est assurée par le transfuge du quotidien L'Union, N'Djoumba Moussock et les journalistes Ntoutoume Nkoghe, Ongoundou Loundah, Ntoutoume Eyi. Ne voulant pas ouvertement afficher sa proximité avec ses commanditaires de l'opposition radicale, ce journal laisse malgré tout paraître ses prises de position irrévérencieuses envers Omar Bongo. Comme une « gabonitude »²⁹⁹, on identifie habituellement les lecteurs de ce média par la question : « Est-ce qu'on t'a griffé aujourd'hui ? » (Atenga Tomas, 2009)³⁰⁰.
- *Gabon Libre*, conçu par Nan Nguéma, responsable du Parti Libéral Démocrate (PLD), assisté par un universitaire et technocrate Moutandou Mboumba, est un hebdomadaire d'information de l'opposition. Son concepteur est attaché à la défense des idéaux d'une société juste. Et c'est dans cette logique qu'il fonde sa structure

²⁹⁸. https://www.liberation.fr/medias/2000/07/26/misamu-miracule-de-l-opposition-au-gabon_331187. Consulté le 22 mars 2022.

²⁹⁹. Une *gabonitude* est un néologisme, une expression qui traduit le style gabonais. Ce terme exprime des façons d'être et l'attitude pour les gabonais de manier l'autodérision.

³⁰⁰. Atenga Thomas, *Cameroun, Gabon : la presse en sursis*, Paris, Muntu, 2009, p.34.

d'essence libérale et met en place son organe d'information afin de vulgariser les convictions de son parti au sein du reste de la population.

Ces quelques médias ont en commun le fait d'appartenir à une même ligne éditoriale : celle de la dénonciation du régime politique des années 1990. Il s'agit là de la presse privée dont la propriété est celle des partis politiques de l'opposition. Cependant, la seule presse privée n'est pas uniquement l'apanage des acteurs ou partis de l'opposition, une autre catégorie existe manifestement : la presse privée proche du régime Bongo. A ce stade, on parlera d'organes privés dont la propriété et la source de financement proviennent d'un individu ou d'un groupe d'individus rattachés aux intérêts du président Bongo et de sa famille politique. Parmi ces bulletins d'information, on pourra énumérer :

- La Relance, journal progouvernemental, c'est un hebdomadaire gabonais d'information du Parti Démocratique Gabonais, parti phare de la majorité présidentielle. Ce journal est dirigé par Ndémézo'o Obiang, député à l'Assemblée nationale. Depuis sa première parution lancée en 1990 avec près de 3000 exemplaires, La relance verra ses ventes dégringoler au fil du temps au point de faire des militants du parti de véritables clients³⁰¹.
- Le Couperet, est un instrument au service du PDG et de ses alliés. Le titre ne dispose pas d'organe directionnel officiel, fonctionnant de ce fait dans une forme d'irrégularité, mais sans conséquence, car servant les intérêts du pouvoir. Les objectifs du journal sont de s'attaquer farouchement à tous ceux qui représentent une menace pour le régime.
- Orey, en langue omyènè (langue dont les locuteurs sont singulièrement les Ngwemyènè, situés dans la côte gabonaise) ce terme signifie « vérité ». Il est la propriété d'Assélé Jean-Boniface, président du Centre des libéraux réformateurs (CLR), un parti inclus dans la majorité présidentielle. Orey se présente comme le journal prompt « à dire la vérité, toute la vérité, à la clamer haut et fort ». Le fondateur du média, Assélé, étant resté fidèle au président Bongo même après avoir été évincé du PDG pour créer son propre parti, l'organe d'information apparaît toujours proche du pouvoir et se perçoit comme un bras séculier à l'élection présidentielle de 1993 pour Bongo³⁰².

A partir de la description de ces deux catégories de médias aux premières heures du processus de démocratie au Gabon, il en ressort deux observations essentielles. Premièrement, on retient la forte politisation de la presse que ce soit celle publique comme celle privée, car les organes les plus importants sont la propriété des acteurs politiques. Ce qui fait de ces médias, une presse d'opinion, de propagande, dépendante et donc assujettie

³⁰¹. Sabi Djaboudi A., *opcit.*, p. 99.

³⁰². Ndombet W-A., *opcit.*, p. 48.

à leurs commanditaires. Cela conduit à la seconde observation qui se traduit par le manque d'objectivité qui peine à émerger du fait de l'incapacité pour cette presse nationale à exercer une juste distance critique face à la réalité. C'est pour cela que Tudesq relève le fait que pour beaucoup d'Etats africains dans les premières années du multipartisme, bon nombre de journalistes sont emportés dans une dérive préjudiciable et leurs publications entraînées vers une surenchère afin d'amplifier les faits autour du sensationnel et du scandaleux (Tudesq A.J., 1999)³⁰³.

Toutefois, malgré la difficulté de l'espace médiatique gabonais à bénéficier d'une presse libre et autonome des influences politiques de l'heure, la Conférence nationale de 1990 a permis d'observer un certain pluralisme à travers la pluralité des organes de presse qui ont apparus. L'existence de ces différents titres, comme nous avons pu le voir, ont apporté une diversité de sources d'information, chacune selon ses sensibilités et objectifs politiques. De là, grâce à la présence d'une presse privée, certes orientée par des intérêts ou objectifs des partis politiques, que la presse publique et d'autres médias privés pro-pouvoir ont perdu le monopole et se sont retrouvés en concurrence. Par cette occasion, l'effort démocratique du débat sociopolitique a eu un début de matérialisation. Ce qui a conduit graduellement à la désacralisation du culte de la personnalité rendu au président Bongo. Dans cet ordre d'idée, Frère Marie-Soleil a mentionné ce qui suit :

« Se démarquant de leurs prédécesseurs, porte-voix du gouvernement, les rédacteurs de la nouvelle presse privée se voulaient être des acteurs indépendants, libres et critiques et s'adonnaient avec ferveur à la dénonciation de tous les dysfonctionnements : violation des droits de l'homme, abus d'autorité, manipulations politiques, détournements de fonds. (...) Cette fonction critique de la presse a contribué à modifier radicalement la perception des gouvernants...et a désacralisé les dirigeants en rompant avec le culte de la personnalité. Faisant usage de nouveaux modes d'expression comme la caricature, la métaphore animale, l'ironie, la dérision, les journaux ont ramené les hommes politiques à leur dimension humaine, voire animale »³⁰⁴.

L'actualité politique qui est transcrite dans la presse gabonaise à l'adoption du multipartisme se structure manifestement en trois pôles : la presse publique ; la presse du palais et la presse privée d'opposition. La presse publique ou « média d'Etat », continue de subir l'influence du président et de son gouvernement, malgré le statut de service public obtenu après la Conférence nationale. La presse du palais est celle dépendante financièrement de la présidence de la République et de son entourage d'influence. La presse privée d'opposition est celle qui s'oppose aux deux premières par la logique éditoriale et par les financements qui sont issus par des entrepreneurs politiques et économiques issus de l'opposition. Elle est donc fortement politisée et les discours qu'on y retrouve sont le reflet du positionnement des partis politiques qui en sont les propriétaires. D'où l'intérêt de jeter

³⁰³. Tudesq André J., Les médias en Afrique, *Op.cit.*, p. 45.

³⁰⁴. Frère Marie-Soleil., *Opcit.*, p.122.

un regard particulier sur les angles d'attaque que regorgeaient le contenu de ces médias afin d'avoir une idée du type de discours qui s'illustre déjà dans la presse d'opinion de cette époque.

III.2.3. La polarisation des orientations éditoriales dans la presse gabonaise en temps de multipartisme

Au Gabon, les révolutions des années 1990 ayant conduit à l'organisation de différentes assises telles la Conférence nationale de mars-avril de 1994 de la même année et les accords de Paris de novembre 1994, ont permis l'ouverture vers les premières élections multipartites. De ces échéances électorales (les législatives de 1990-91 et 96 ; les présidentielles de 1993 et 98), la presse pluraliste a joué le rôle à la fois de témoin et acteur des transformations opérées dans l'édification du nouvel espace médiatique. D'une part, elle servira de lieu d'information pour les citoyens qui bénéficieront désormais de contenus alternatifs à ceux des médias gouvernementaux, favorisant de ce fait la construction d'un espace public. D'autre part, cette presse constituera le lieu d'expression de la manifestation des opinions des acteurs et partis politiques, faisant desdits organes de presse des outils de communication devant servir leurs causes. On assiste donc à un système médiatique dont les discours éditoriaux sont dominés par deux orientations : une communication politique pro-pouvoir et une autre pro-opposition.

La communication politique pro-pouvoir est celle menée par les médias publics que sont la *RTG1*, les journaux *Gabon Matin* et *L'Union*, ainsi que les médias privés comme *La Relance*, *Le Couperet* ou *Orety* qui se présentent comme des instruments véhiculant les idées proches du PDG. Les contenus issus de ces médias sont le plus souvent étoffés par la couverture d'événements officiels, on parle d'informations institutionnelles ; la publication des actions menées par les acteurs politiques vantant l'image de la politique gouvernementale, des membres du parti au pouvoir et de ses alliés ; la critique et dénonciation des actes et velléités des opposants qualifiés par le régime « d'attitude incendiaire » visant à troubler l'ordre public et détruire les efforts d'unité nationale que l'Etat s'emploie à construire. Les médias publics passent ainsi en revue l'actualité des « audiences et déplacements du chef de l'Etat, grandes manifestations publiques, réunions des partis, conférences sur le développement, colloques, inauguration (...) L'invasion de colonnes par d'ennuyeux et longs comptes rendus ». Des contenus qui finissent par trouver peu d'intérêt auprès du public du fait de la routinisation de l'information et du sens unique qui leur est donné. Une pratique qui, comme le souligne Perret, a pour conséquence de tarir « la verve des journalistes » en Afrique francophone (Perret T., 2005)³⁰⁵.

³⁰⁵. Perret Thierry., *Le temps des journalistes : l'invention de la presse en Afrique francophone*, Op.cit., p. 209-2010.

Les journaux privés du palais, quant à eux, ont orienté leurs discours vers la défense contre tous ceux qui vilipendent le régime et embarrassent le gouvernement, le parti au pouvoir et les partis satellites. C'est par exemple le cas des bulletins comme *Le Patriote* et *Le Nationaliste*, proches du système. A l'approche d'élections, les rumeurs et invectives entre les partis des deux pôles politiques (la majorité et l'opposition) deviennent des éléments de langage que reprennent leurs différents médias. Pour les médias du palais, les accusations tournent assez régulièrement sur le manque d'organisation des partis de l'opposition ; l'absence de programmes politiques structurés ; organisation sur fond ethnique pour parler de repli identitaire ; appel à la violence, voire des projets de créer des conditions de guerre civile etc. Bien entendu, plusieurs de ces accusations reposent plus sur des rumeurs et de la volonté de décrédibiliser l'adversaire que sur des fondements solides (Ondo P., 2009)³⁰⁶.

Cependant, de l'autre côté, un autre type de discours entretenu par la presse privée d'opposition circule dans le paysage médiatique et sociopolitique. Apportant la contradiction de l'information qui était muselée au profit des médias gouvernementaux pendant des décennies, la presse privée d'opposition présente un discours autour des champs lexicaux de la contestation et de la revendication, parfois avec une forte véhémence contre le pouvoir. Parmi les maux qui ressortent du contenu des publications telles *La Clé*, *La griffe* ou le *Scorpion* par exemple, on observe des thèmes liés aux malversations financières, au népotisme dans la gestion des affaires publiques, la corruption et les violations de droits, ainsi que les injustices sociales. De vifs réquisitoires dont les objectifs sont d'amener les détenteurs du pouvoir à désormais rendre compte de leur gestion et de fournir aux citoyens gabonais des lieux de formation de l'opinion contraire à ceux proposés par le régime. Pendant et après des campagnes électorales, ces titres d'information ne manquent pas de mentionner assez régulièrement les comportements antidémocratiques auxquels s'adonnent les autorités à la tête du pays. Ils accusent le PDG d'être toujours à la manœuvre de fraude massive à chaque élection, de pratiquer des intimidations et des arrestations arbitraires auprès des civils et acteurs de l'autre bord politique. Du contenu qui rejoint les observations récapitulées dans un travail collectif mené par des universitaires gabonais autour du projet scientifique, *Processus électoraux et immobilisme politique au Gabon (1990 – 2000)*. Comme conclusion, les contributions à cette étude montrent que malgré la légalisation du multipartisme en 1990, le pouvoir PDG depuis 1968 confisque toute alternative à l'alternance politique aux sommets de l'Etat que ce soit lors des élections présidentielles ou législatives. Et cela passe parfois par la volonté de l'autorité politique à initier des stratégies de fraude électorale, semer la violence face à toutes formes de contestation, créer des troubles et instabilité sociopolitique dans le pays (Ndombet,

³⁰⁶. Ondo Placide, « Le "Kongossa" politique ou la passion de la rumeur à Libreville. Un mode de participation politique », *Politique africaine*, n°115, 2009/3, pp. 75-98.

2015)³⁰⁷. C'est sur cet état de fait que la presse privée d'opposition s'est évertuée à mettre en évidence dans ses pages.

Cette réalité renvoie à l'idée que les discours que l'on retrouve dans les organes de presse affiliés aux deux pôles des partis politiques gabonais ne sont que le reflet des positions portées par leurs propriétaires. Chaque partie amplifie l'information qui la sied auprès du public à partir d'expressions outrageantes et parfois insultantes entre les partis de la majorité présidentielle et les partis de l'opposition. Dans ce cas de figure, la presse conduit l'opinion gabonaise à se réduire à des débats de personne, à des invectives, à des sujets légers ne permettant une véritable prise de conscience des citoyens. Un état de fait qui favorise la manipulation géo-ethnique de la masse qui, n'a de repère que l'appartenance identitaire pour s'identifier à un parti politique. La qualité des contenus médiatiques de ce début du multipartisme se trouve limitée à de la propagande politique, car n'étant pas en mesure d'hausser le niveau de compréhension de la population sur les enjeux démocratiques du moment.

L'absence de référence à une idéologie politique bien définie (libéralisme, socialisme, communisme, social-démocrate) des partis politiques, comme le fait remarquer le politologue Ndombet, révèle le manque de vision qui incarne lesdits partis sur lequel construire un discours et présenter la faisabilité d'un programme d'action pour parvenir au pouvoir³⁰⁸. Il faut dire qu'en général, certains partis politiques comme le *Parti Gabonais du Progrès (PGP)* et l'*Union du Peuple Gabonais (UPG)* s'identifiant à partir de l'idéologie du socialisme pour le premier et social-démocrate pour le second ne mettent pas forcément l'accent sur cette posture. Cela s'expliquerait certainement par le manque de culture populaire sur les courants politiques modernes. Qui du gabonais lambda, surtout de l'époque du renouveau démocratique, s'intéresse à savoir de quel mouvement idéologique appartient à tel mouvance politique du pays ? Pour un peuple qui n'a pas connu d'alternance à la tête de l'Etat, les acteurs politiques expriment plus l'ambition d'évincer le pouvoir en place en tenant compte des réalités socio-culturelles. Pour cela, l'universitaire gabonais Ndombet, rajoute :

« Tout tenait, presque en permanence, au rappel d'un choix entre les candidats déterminés par les intérêts ethniques et/ ou claniques. Comme il n'y avait pas d'idéologie savante ou clairement exprimée, tous les partis s'attachaient à pointer du doigt tout candidat non autochtone, du même groupe ethnique et/ou clanique que soi »³⁰⁹.

En revanche, le PDG adopte un discours visant au rassemblement national sans distinction de catégories sociales ou ethniques et au respect des institutions de la

³⁰⁷. Ndombet W.-A., *Processus électoraux et immobilisme politique au Gabon (1990-2000)*, op.cit, p. 15

³⁰⁸. *Idem*, p. 24-25.

³⁰⁹. *Ibid.*, p. 25.

République dont il accuse les intentions de déstabilisation par les partis de l'opposition. D'où son qualificatif « grand parti de masse ». Mais cet argument fort en apparence se discrédite assez vite à partir du moment où une partie de l'ethnie téké (groupe tribal de la famille présidentielle) se trouve privilégié dans l'occupation de certains hauts postes stratégiques et sensibles de l'administration gabonaise. Parmi ces postes de responsabilité, les finances, la Garde républicaine, voire une bonne partie de l'armée, sont les secteurs où les ressortissants de l'ethnie du président Bongo sont favorisés. A cela s'adjoint le bâillement presque systématique des voix de la population du Haut-Ogooué (province originelle du président) à soutenir les candidats du PDG à chaque type d'élection nationale. Aux législatives de 1990 et 1996, les candidats du parti au pouvoir sont quasiment les seuls élus dans ladite région et le pourcentage qui leurs ait acquis s'évalue à pratiquement 100% comme à l'époque du parti unique³¹⁰. Trente ans plus tard, cette réalité n'a pas beaucoup changé dans cette région. A chaque élection, elle reste la base électorale du régime. Lors de la dernière présidentielle en 2016, après que les résultats des urnes dans la presque totalité des provinces et de la diaspora allaient en faveur du candidat de l'opposition, c'est encore la province du Haut-Ogooué, après plusieurs jours de rétention de résultats, a permis de justifier la victoire miraculeuse du candidat du pouvoir en lui apportant près de 95% des voix pour un taux de participation évalué à 99% (Owanga A., Debain M., 2016)³¹¹.

On conclut donc que les discours des différents partis politiques reposent plus sur des stratégies de division ethnique ou géopolitique que sur un programme politique idéologiquement marqué par un courant philosophique. La presse qui a accompagné cette dynamique politique ne pouvait que traduire ce climat sociopolitique dans ses contenus, d'autant plus que nous avons compris qu'elle était, pour la plupart, strictement liée aux partis politiques qui la subventionnaient. Le pluralisme des informations dans la presse de cette époque est par conséquent caractérisé par cette polarisation du discours politique. Toutefois, progressivement, vont apparaître des médias indépendants voulant s'extraire de la domination des politiques. Delà vont apparaître des entrepreneurs privés qui, passionnés par l'activité et étant pour la plupart des journalistes à la base, vont s'investir dans le domaine désirent apporter une dimension plus éthique et professionnelle. Malgré cela, la configuration des médias nationaux ne va pas beaucoup évoluer par rapport à cette problématique de la liberté de la presse et de ces acteurs, notamment du rapport entre ce secteur d'activité et l'influence des intérêts politiques.

III.3. L'état du pluralisme avec les médias traditionnels

³¹⁰. Loc.cit.

³¹¹. Aterianus Owanga Alice, Debain Mathilde, « Demain, un jour nouveau ? Un renversement électoral confisqué au Gabon », *Politique africaine*, vol. 144, no. 4, 2016, pp. 157-179.

Quand on parle de la presse ou des médias classiques, on entend par cette expression, les premiers types de médias que sont les journaux papiers, la radio et la télévision antérieure aux médias natifs sur internet. La presse écrite privée a ouvert la voie vers le pluralisme dans l'espace médiatique gabonais. De la période coloniale, à l'indépendance jusqu'à l'heure actuelle, les titres gabonais se sont transformés au rythme des évolutions sociopolitiques qu'a connues le pays. N'ayant pu créer une presse régionale après plusieurs décennies d'existence, les journaux gabonais participent tout-de-même à une volonté de diversifier l'information à travers le territoire national. Toutefois, les médias audiovisuels ont permis l'accès aux informations à un plus grand nombre et favoriser davantage le débat public suscité par les transitions démocratiques depuis les années 1990. La libération des ondes entraînant le développement de la radiodiffusion et de la télévision publiques et privées a eu pour atout de surmonter les barrières de l'analphabétisme dont était confrontée une bonne partie de la population, surtout celle issue de milieux ruraux. Ce qui a indubitablement participé à l'augmentation de chaînes de radios se déployant à travers le territoire national et plus largement dans les territoires régionales ou locales du pays, pendant que la création de chaînes de télévision restait principalement l'apanage des citadins dans les grandes villes. Relevons ici quelques aspects déterminant le rôle joué par les médias, partant de la presse écrite à la presse audiovisuelle dans le processus de construction d'un système médiatique pluraliste et leur impact dans l'image que présente aujourd'hui la presse nationale sur le traitement de l'actualité politique.

III.3.1. La prégnance du politique et l'aspiration à des médias libres dans la configuration de la nouvelle presse écrite

La politique est un domaine fortement dominant dans la société gabonaise. On parle d'ailleurs d'une société politisée, c'est-à-dire que la presque totalité des activités est centralisée ou dépendante de l'action politique. Sur le plan économique par exemple, bien que le pays tende à adopter une pratique libérale fondée sur le capitalisme, il y a une forte propension sociale où tout passe pratiquement par le pouvoir politique. L'administration publique est le premier employeur et le secteur privé est assez contrôlé par les autorités politiques qui y possèdent des intérêts dans plusieurs grandes entreprises installés au pays au point où certaines sont souvent plus avantagées que d'autres dans l'attribution des marchés publics³¹². Cette ingérence politique est aussi fortement présente dans le milieu

³¹². En 2015, le site *Médiapart* dénonçait déjà les scandales de l'entreprise privée *Delta Synergie* qui est une holding détenue par la famille Bongo et les parts importantes que possèdent certains proches de la famille présidentielle dans une cinquantaine d'entreprises au Gabon, parmi les plus grandes. Plus tôt, dans le même élan, l'économiste Mouissi attirait l'attention sur les réseaux non conventionnels de l'attribution des marchés publics dont 50% des opérations passaient outre les mécanismes d'appel d'offres. Tout se faisant au moyen d'échanges directs, de gré à gré, au bénéfice des entreprises privées appartenant au Président et à ses proches. Pour cela, voir M. Mouissi, « Gabon : l'ANGT et le scandale des marchés publics par entente directe », www.mays-mouissi.com/2016/04/26/gabon-langt-scandale-marches-publics-entente-directe/. Consulté le 07 octobre 2022.

culturel, notamment dans le domaine de l'art musical. Les politiques ont l'habitude d'entretenir des liens assez étroits avec des artistes locaux et se servent de cette relation comme moyen de mobilisation et d'influence auprès des populations (Aterianus-Owanga., 2018)³¹³, On parle alors de la « spectacularisation du pouvoir » mettant en lien les artistes et le théâtre de la vie politique gabonaise (Rossatanga-Rignault,1997,271)³¹⁴. Faute d'un véritable cadre de valorisation des artistes, la plupart évolue dans des conditions précaires et se retrouve à la merci financière des acteurs politiques, mettant en scène le principe de « la politique du ventre » ou encore de ce que Mbembé appelle la « conscience alimentaire du pouvoir » (Mbembe J.A.,1985)³¹⁵. De même, dans la presse actuelle, malgré les avancés en termes de droit d'expression et de communication, ainsi que de la liberté de la presse, la politique y reste très prégnante.

En effet, après avoir su échapper au mouvement d'émancipation des années 1990 pour l'instauration du multipartisme et du nouveau démocratique dans le pays, le régime du PDG qui semblait perdre la main sur le jeu politique à cette période a entrepris de museler tous les contrepouvoirs afin d'assurer sa pérennité. C'est dans cette logique que le pouvoir exécutif s'évertue à garder une influence considérable sur le législatif, le judiciaire et sur le pouvoir tacite que représente la presse (Atenga T., 2007)³¹⁶. On est donc face à un pouvoir qualifié d'autoritariste qui se manifeste par la volonté du gouvernement à contrôler le système médiatique dans son ensemble, notamment les productions de la presse d'information politique et générale. Et ces dernières années, le Gabon a beaucoup régresser en matière de liberté de la presse selon Reporter Sans Frontière (RSF)³¹⁷. Cependant, dans cette configuration d'une presse compressée par l'élite politique au pouvoir, une autre catégorie de presse dite indépendante, résultante des premières formes de presse privée issue de l'opposition se développe davantage. Le code de la communication interdisant aux associations et acteurs politiques d'être propriétaires de média, la presse privée dite indépendante s'est vue mise en surface. Mais cela n'est que formalité, car dans le fond, un certain nombre de publications continue d'être en connivence avec des mouvements et

³¹³. Aterianus-Owanga, Alice, « Rap et démocratie dans le Gabon contemporain : les stratégies musicales d'invention du politique », *Emulations, Revue de sciences sociales*, (9), 2018, pp. 81-96. doi :10.14428/emulations.009.006.

³¹⁴. Rossatanga-Rignault Guy, « Gabon : Radioscopie du théâtre électoral », in, *L'Afrique politique*, CEAN, 1997, pp. 271-293.

³¹⁵. Mbembé Joseph Achille, *Les jeunes et l'ordre politique en Afrique noire*, Paris, L'Harmattan, 1985, p.125.

³¹⁶. Atenga Thomas, *Cameroun, Gabon : La presse en sursis*, Yaoundé, Muntu, 2007.

³¹⁷. Reporter Sans Frontière, l'organisation non gouvernementale internationale d'utilité publique en France dont l'ambition est la défense de la liberté de la presse et d'information à travers le monde, présentait déjà des inquiétudes quant au recul de la liberté de la presse au Gabon par les politiques publiques. Aussi, RSF plaçait le Gabon à la 100^{ème} place du classement 2016 de la liberté de la presse. Et en 2022, le pays perd 5 places et se retrouve classé à la 105^{ème} place sur 180 pays. <https://rsf.org/fr/classement>. Consulté le 21 octobre 2022.

acteurs politiques. On parle alors d'une presse proche de l'opposition. Aussi, Une troisième catégorie de titre émerge. Il s'agit cette fois de journaux privés appartenant à des journalistes indépendants qui, ne revendiquant aucune appartenance ou lien avec des politiques, s'inscrivent simplement dans une logique de presse engagée dénonçant les tribulations de la société causées par l'élite politique de tout bord, mais surtout plus contre le régime en place et s'insurgeant clairement sur l'absence d'alternance à la tête de l'Etat. C'est ce que l'on a appelé la presse d'opposition (Mbang Menie, 2022)³¹⁸.

Par conséquent, la presse écrite gabonaise peut se classer en plusieurs catégories :

- Une presse écrite de service publique, à l'instar de *Gabon Matin* qui est totalement financée et contrôlée par l'Etat.
- Une presse privée progouvernementale comme seraient *L'Union*, *Orety* ou le *Dialogue* dont la ligne éditoriale semble toujours aller en faveur du régime en place.
- Une presse privée d'opposition qui, comme définie plus haut, se traduit par le caractère engagé de sa ligne éditoriale, mais sans pour autant avoir un lien de propriété avec des acteurs politiques : *Echos du Nord*, *L'Aube*, *La Loupe* ou le *Mbandja*.
- Une presse privée indépendante plus orientée vers une forme de neutralité en se spécialisant sur des domaines tels que l'économie, la culture, le sport ou le divertissement, à l'instar de *Econews* (informations économiques), *Super Stars* (Informations culturelles), *Cri du pangolin* (Informations écologiques et environnementales) ou *Tango* (informations sportives).

Au regard de la pluralité et de la diversité des titres gabonais, on pourrait dans un premier temps attester du pluralisme manifeste dans les médias écrits. Mais cette affirmation vient à être nuancée à partir du moment où la liberté de la presse reste encore un problème majeur dans le déroulement de son champ d'action, surtout en ce qui concerne le traitement de l'actualité politique. Le fait d'avoir habituellement une politique de censure systématique de la presse critique ou insoumise au pouvoir et une presse progouvernementale pratiquement jamais censurée supposerait l'existence d'une « dictature médiatique au Gabon ». Ce qui constitue un paradoxe déconcertant entre la multitude et la catégorisation des entreprises de presse observables dans le pays et le musèlement que subissent ces organes d'information, publics comme privés, de la part des autorités au pouvoir. Des réflexions ont d'ailleurs été faites sur ce constat au point

³¹⁸. Mbang Menie Grace, « La presse d'opposition au Gabon, un entrepreneur de l'alternance politique : les cas d'Échos du Nord et Le Mbandja », Thèse en Sciences de l'information et de la communication, soutenue à l'Université Grenoble-Alpes, 2022.

d'émettre de fortes réserves sur la réalité de la liberté de la presse au Gabon comme étant un mythe ou une utopie (Ndzang Nyangone, 2020)³¹⁹.

Dans ce cas de figure, les médias audiovisuels ne sont pas en laisse. Dans le système médiatique gabonais fortement imprégné par la présence politique, la presse audiovisuelle n'a pas manqué d'apporter des innovations importantes en termes de diffusion de l'information à plus grande échelle et contribuer aussi à l'état de pluralisme qu'on y observe aujourd'hui. C'est tout l'intérêt d'aborder ce pan de la question afin de montrer la part d'impact des médias audiovisuels gabonais quant au processus d'évolution du pluralisme dans le traitement de l'information journalistique au niveau du Gabon.

III.3.2. La pluralité des stations de radio dans le processus de construction du pluralisme informationnel

De prime abord, un peu comme partout en Afrique francophone, le développement des chaînes de radio s'est fait assez tardivement sur le territoire gabonais. A cela, il y avait une raison technique et une raison politique. La raison technique portait du fait que l'octroi des fréquences ne pouvait et ne peut toujours pas être facilement délivré comme on peut le faire avec les récépissés d'enregistrement d'un journal papier. Les équipements d'émetteurs de la radiodiffusion, installés à l'orée de l'indépendance en 1959, ont tout de suite été considérés comme la propriété exclusive de l'Etat. Avec de faibles émetteurs au départ (1kw à 4kw) établis dans la capitale Libreville et augmentant au fil des années leurs capacités, la possibilité de partager les antennes à d'autres stations de radios privées est restée limitée pendant plusieurs années. Ce qui fait de *RadioGabon* la première et seule chaîne de radio bénéficiant des émetteurs installés jusqu'au moins 1972, avec l'arrivée de *France-Inter* qui, deviendra plus tard, *La Voix de la Rénovation* (Sabi Djaboudi, 199)³²⁰. L'outil de communication de circuit électrique transmettant les messages dans un espace très étendu que permet la radio séduit considérablement les autorités et font de *Radio Gabon* un prestige national pour valoriser les ambitions étatiques dans les milieux ruraux. Car, dès son arrivée et contrairement au journal papier et à la télévision, la radio a présenté l'avantage d'être plus accessible dans les régions éloignées de la capitale et touché un public moins instruit et socialement faible, les plus démunis pouvant écouter le poste de radio du voisin (Tudesq A-J, p. 327)³²¹.

³¹⁹. Ndzang Nyangone Pamphile, *La liberté de la presse au Gabon : réalité, mythe ou utopie ?*, Paris, St Honoré, 2020.

³²⁰. Sabi Djaboudi A., « Les journalistes de la Radiodiffusion Télévision Gabonaise (RTG) : profils et pratiques », thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, Université de Bordeaux III, 1999, p.63.

³²¹. Tudesq A-J, *Feuilles d'Afrique. Etude de la presse de l'Afrique subsaharienne*, Talence, MSHA, 1995, p. 327.

Par ailleurs, La dimension politique du retard de la multiplicité des stations de radio au Gabon s'expliquera aussi par la volonté des politiques à la tête de l'Etat qui vont estimer que le privilège de toucher une vaste population au-delà de celle résident dans les villes urbaines devrait rester un avantage profitable au projet de rassemblement national mené par le pouvoir. Aidé par la coopération franco-gabonaise, à travers la SORAFOM, dans l'installation des équipements techniques et même dans l'administration et la formation des agents de la radiodiffusion nationale, l'ORTF fournira une bonne partie des programmes de Radio Gabon. Ce qui fera de cette radio un média inspiré beaucoup plus sur du contenu occidental, mais avec une prépondérance de l'actualité de la capitale, notamment de l'information institutionnelle tournant autour des activités du président et du gouvernement. Le français constituera la principale langue parlée, donc orientée vers un public plus ou moins instruit.

Tenant compte des difficultés d'une radio basée dans la capitale et ne pouvant toucher un maximum de personnes dont la population rurale, pluriethnique et moins instruite, les autorités gabonaises ont opté pour une politique de régionalisation de la radio. On parle alors de radio régionale ou radio locale. Cette dernière se définit comme une radio qui n'a le droit d'émettre que dans un espace géographique bien déterminé et s'adresse généralement à la communauté partageant cet environnement en commun. Les journalistes et animateurs qui travaillent dans ces radios vivent souvent dans la communauté où sont installées lesdits médias et créent une relation de proximité avec les populations locales qui, servent aussi de principales sources d'information. D'une certaine façon, c'est un moyen de garantir la diversité de l'information dans la sphère médiatique du pays. C'est pratiquement le même rôle que joue la presse quotidienne régionale (PQR) en France par exemple (Bousquet Franck, 2021)³²². Le territoire gabonais étant administrativement découpé en neuf provinces, les stations de radio régionale vont avoir comme objectifs de construire une proximité médiatique d'avec les populations locales et de servir les autorités décentralisées, représentant le pouvoir central établies dans ces différentes régions. La radiodiffusion des régions sera le meilleur moyen de valoriser les langues vernaculaires comme véhicule de communication selon les particularités linguistiques des localités où elle est installée. Ce sera aussi le moyen par lequel les réalités propres à chaque région seront mises en évidence à partir du contenu issu de ces radios de proximité.

Cette politique de régionalisation de la communication audiovisuelle, suivie de la libération progressive des fréquences de bandes radiophoniques par les pouvoirs publics auprès d'entrepreneurs privés, va faire émerger des radios privées au sein de ces territoires provinciaux. En effet, il va s'établir des radios provinciales de service public qui sont sous la responsabilité de l'Etat et des radios privées qui, pour beaucoup seront la propriété de personnalités proches de la politique avant que des entrepreneurs indépendants ne s'y investissent à leur tour. Dans le cas des stations de radio installées dans les régions du Gabon, on distinguera des radios publiques et les radios privées régionales. L'association

³²². Bousquet Franck, Amiel Pauline, « IV / Une information contrainte et concurrencée », in Franck Bousquet éd., *La presse quotidienne régionale*. Paris, La Découverte, 2021, p. 57-71.

entre ces deux formes de radios installées au sein de certaines villes (le plus souvent, les chefs-lieux de province) a eu l'avantage d'enrichir le contenu médiatique de sujets locaux à côté de programme d'information nationale et internationale. Cela a été, entre-autre, un moyen efficient pour promouvoir les langues nationales comprises dans la cinquantaine d'ethnies composant la société gabonaise, mais aussi, un moyen pour les autorités de laisser s'exprimer les communautés reculées du pays afin de les rapprocher au reste de la société autour des valeurs d'unité nationale que prônent l'Etat gabonais.

C'est ainsi que vont naitre plusieurs stations de radios régionales publiques et privées dans les différentes provinces du pays. La création de ces radios s'identifiera pour certaines à partir de noms se référant à leurs localités. On aura par exemple, les stations *Radio Mandji* dans l'Ogooué Maritime qui fait référence à une île située dans les eaux de l'Ogooué où la ville de Port-Gentil (la capitale provinciale de l'Ogooué maritime) a été construite ; ou *Radio Masuku* dans le Haut Ogooué renvoyant à l'ancien nom que portait la ville de Franceville (chef-lieu de la province du Haut-Ogooué). A l'heure actuelle, la multitude des stations de radio régionales basées à l'intérieur du pays peut s'évaluer à une trentaine dont nous énumérons quelques-unes dans le tableau ci-dessous :

Tableau 2 : Quelques stations de radios régionales publiques et privées dans les différentes régions provinciales du Gabon

Régions provinciales	Radios publiques	Radios privées
Estuaire		Obaka, Ogooué fm
Ogooué Maritime	Radio Mandji	Top Bendje
Haut Ogooué	Radio Masuku	Radio Mulundu
Moyen Ogooué	Gabon 3 RTV	
Ogooué Ivindo	Radio 6	
Ogooué Lolo	Radio 7	Radio k.fm100
Nyanga	Radio Massanga	
Ngounié	Radio Mouila	Maleba fm
Woleu-Ntem	Radio Oyem	Radio Nord-Sud

Source : Alfred Angoué.

Comme on peut le voir dans ce tableau, les chaines de radio publiques régionales et privées sont présentes dans une bonne partie des provinces du Gabon. Toutefois, la province de l'Estuaire semble ne pratiquement pas posséder des stations de radios publiques régionales. Ceci peut s'expliquer par le fait de la couverture suffisante des émetteurs des stations de radio des chaines nationales dans Libreville et les villes environnantes. L'Estuaire bénéficie d'un niveau de développement infrastructurel en termes d'installation d'émetteurs de fréquence permettant à ses communes de réceptionner de manière assez fluide les ondes de la *RTG1 et 2*, encore appelée *Radio Gabon 1 et 2*. Ce qui amenuise l'intérêt de créer une

chaîne de radio publique spécifique dans cet espace régional, contrairement aux autres régions où le besoin se fait ressentir. A cela, pourrait s'ajouter le fait que les communes de l'Estuaire engrangent une population de plus en plus cosmopolite que dans les autres régions où les identités ethniques et rurales sont encore fortement marquées.

Aussi, on peut remarquer l'absence de radios privées dans certaines localités comme la Nyanga, l'Ogooué Ivindo et le Moyen Ogooué. La plupart des radios privées émettant à l'intérieur du pays sont la propriété de cadres politiques de la contrée (UNESCO, 2013)³²³. Le manque de stations privées dans les provinces indiquées peut trouver sa source dans plusieurs raisons. Mais suivant la logique de la propriété de ces radios privées, on peut émettre l'hypothèse de l'absence de volonté des leaders politiques de ces localités à se lancer dans le secteur, car cela nécessite un investissement non négligeable que ne possèdent forcément pas tous les acteurs politiques. Tout-de-même, on retient que l'existence des radios publiques et privées régionales sont une plus-value pour la pluralité des informations qui en ressortent dans la mesure où elles rapportent un contenu diversifié, notamment en langues locales et en actualité locale, différente de l'actualité nationale et internationale que proposent les autres radios d'audience plus étendue.

En parlant justement d'autres types de radios, on ne manquera pas de préciser que la contribution de la radiodiffusion dans l'expression de la diversité du contenu médiatique ne se limite pas qu'aux chaînes de radio nationales et régionales de service public et des radios privées politisées. Au fil du temps et à l'heure actuelle, une multitude de fréquence radio est disponible sur les bandes *fm* et avec l'arrivée d'internet, plusieurs de ces chaînes ont une version en ligne (nous développerons ce pan plus tard dans la partie consacrée à la conversion des médias gabonais sur internet). Il s'agit là de la variété des radios qui ne cessent d'être créées par les promoteurs privés de différents ordres. Apparaissent ainsi des radios commerciales, communautaires et internationales. La radio commerciale est une radio privée proposant des programmes dont le principal intérêt est de faire du profit par le biais de la publicité. Dans cette catégorie, on retrouve plusieurs stations de radios basées pratiquement toutes à Libreville : *Fréquence Espoir* ; *Radio Génération Nouvelle* ; *Radio unité* et bien d'autres.

Ensuite, les radios communautaires, selon la définition donnée par l'Unesco, seraient des stations de radios sans but lucratif appartenant à une communauté particulière qui les gère en toute autonomie des pressions politiques ou économiques (Fraser Colin, 2005)³²⁴. Il s'agit en particulier des radios rurales, associatives, religieuses et éducatives parmi lesquelles la *Radio Sainte-Marie* ou *Radio Schekina* (religieux) ; *Radio Fréquence Mbire* ou *Radio*

³²³. L'étude réalisée en 2013 par l'Unesco dans le projet « Etude sur le développement des médias au Gabon basée sur les indicateurs de développement des médias de l'UNESCO » dressent une liste des radios privées dont la propriété est celle des personnalités politiques du Gabon. Parmi ces chaînes de radio, on note : Malebe FM ; Radio Mouila ; Koulamoutou FM ; Radio Moanda ; Radio Mulundu ; Top Bendje ; Radio Gamba ; Nord/Sud ; Migo Vision ; Radio Okondja.

³²⁴. Fraser Colin, « Manuel de la radio communautaire », Documents UNESCO, 2005.

Emergence (associatives) ; *Radio Campus ou Radio Jeune* (éducatives) ; *Akûm Radio* ou *Radio Diola* (rurales). Enfin, la catégorie des radios internationales dont les radios transnationales que sont la *Radio Française Internationale (RFI)*, la *BBC World Service* et la toute première radio panafricaine d'Afrique francophone *Africa n°1* rebaptisée *Africa Radio*. La multiplicité de ces chaînes de radio dans l'espace médiatique gabonais participe aujourd'hui à la variété et diversité des contenus informationnels dans le secteur de la radiodiffusion. Dans ce domaine, *Africa n°1* symbolise l'une des plus grandes réussites d'investissement de l'Etat gabonais dans le développement d'un média privé international. Pour se faire, brosons un bref rappel des événements ayant concouru à l'élaboration de cet ambitieux projet, de sa naissance jusqu'à sa déchéance actuelle.

En effet, *Africa n°1* est reconnu comme la première radio francophone en Afrique. Elle est née en 1981 par la volonté du président Omar Bongo qui, par ce biais, voulait non seulement offrir à l'Afrique un instrument médiatique permettant d'informer le monde sur l'actualité africaine, mais aussi pour mieux faire entendre la voix du Gabon à l'international, sans omettre le fait que ce fut aussi le moyen pour le pouvoir d'entretenir son image à l'étranger. L'Etat gabonais en partenariat avec des collaborateurs privés dont la Société financière française de radiodiffusion (Sofirad) pour l'accompagnement technique et une partie des financements, les émetteurs de 500kw d'*Africa n°1* seront installés au centre international d'ondes courtes de Moyabi, situé dans la région du Haut-Ogooué. Ce qui fait de cette radio à forte connotation panafricaine, un média diffusé dans le monde entier avec sa rédaction basée à Libreville et ses correspondants se trouvant un peu partout en Afrique et en Europe. Elle est une société de droit privé dont l'Etat gabonais a toujours possédé des parts d'actionariat avec les différents partenaires qui se sont succédés. Après que la Sofirad s'est retirée en 2002, la Lybie, dans l'optique de promouvoir le panfricanisme, rachète des parts d'actionariat et en devient le principal actionnaire à travers deux de ses filiales : d'abord, la *Libyan Jamahiriya Broadcasting Corporation (LJBC)* en 2002 et la *Libya African Portfolio (LAP)* en 2010. Malheureusement, une succession de crise sur les plans matériel et financier gangrène le média au point où il a perdu de son influence et de son audimat au profit de la Radio française internationale (RFI). Et en 2019, pour tenter de sauver la radio, qui fut jadis la fierté de tout un continent, *Africa n°1* devient membre des Indés Radios³²⁵ et se rebaptise au nom de *Radio Africa*. Il reste tout de même, en Afrique francophone et au Gabon en particulier, la chaîne de radio privée la plus emblématique des projets radiophoniques, voire médiatiques que le Gabon ait réalisés. Bien qu'elle soit le fruit de l'intention du chef de l'Etat Omar Bongo dont l'entreprise familiale *Nkoussou Productions* détenait 25% de part d'actionariat, les programmes d'*Africa n°1* servaient un contenu vaste

³²⁵. *Les Indés radios* est une organisation d'intérêt économique regroupant plusieurs radios thématiques indépendantes dont l'espace de diffusion peut être local ou régional. Ce groupement a pour mission de promouvoir et de défendre les radios qui se trouvent en son sein, la formation ainsi que le conseil, particulièrement sur le numérique. Elle s'emploie aussi à la commercialisation de l'espace publicitaire des stations de radio qui la composent.

et diversifié du fait de l'implication de partenaires privés étrangers et de sa ligne éditoriale orientée vers une vision panafricaniste.

Cependant, la déchéance de ce projet panafricain d'une radio internationale pour l'Afrique francophone dont le Gabon était à l'initiative a laissé la place aux radios occidentales en tête desquelles RFI et la BBC³²⁶. Aujourd'hui, la radio française se positionne comme la plus suivie en Afrique francophone pour ce qui est de l'actualité internationale³²⁷. Au Gabon précisément, le rejet ou manque de confiance que les populations manifestent à l'encontre des médias nationaux fait que beaucoup préfèrent s'informer via RFI, surtout lorsqu'il s'agit de l'actualité étrangère. Nous aborderons plus loin cette question de la méfiance des médias gabonais lorsqu'il s'agira de traiter du rapport actuel entre les médias nationaux dits traditionnels (presse écrite et presse audiovisuelle) et les critiques formulées à leur endroit sur la médiatisation de l'actualité politique pendant les périodes électorales. Ce qui nous enverra à déterminer le cadre de pluralisme dans lequel la presse gabonaise en ligne vient s'implanter et pouvoir identifier en quoi elle se distingue.

En conséquence, il est indéniable que le secteur de la radiodiffusion au Gabon, à travers son évolution, constitue un facteur essentiel permettant de percevoir les efforts de pluralisme médiatique et informationnel qui se développent au fil des années. On a eu d'un côté des médias radiophoniques de service public administrés par l'Etat qui s'en sert comme moyen de communication purement institutionnel au bénéfice de ses programmes politiques. Un fonctionnement qui n'a pas beaucoup changé jusqu'à nos jours au regard de la prédominance de l'actualité tournant grandement autour des instances du pouvoir et de leurs actions difficilement mises en cause dans les contenus issus de ces chaînes de radio publiques. Et cela concerne aussi bien les radios nationales telles les deux grandes chaînes de radio publique Radio Gabon 1 et 2, les radios de service public régional que les radios privées dont la propriété émane de responsables politiques proches du pouvoir. A l'instar de ce que l'on a pu décrire dans la presse écrite, les chaînes de radio publiques et privées se trouvent donc fortement politisées, d'autant plus que les acteurs politiques de l'opposition possèdent, eux aussi, leurs propres stations de radio.

De l'autre côté, grâce à la libération des ondes de radio, quoique devant suivre une procédure administrative pour l'obtention de bandes *fm*, des radios indépendantes d'ordre communautaire, commercial, généraliste et international permettent la pluralité et la diversification de l'information dans l'espace médiatique gabonais. Comme le souligne Frère M-S, malgré la forte présence et l'implication des pesanteurs politiques pour restreindre la liberté dans les pays d'Afrique francophone, « le pluralisme radiophonique » a permis de mettre en surface la diversité des opinions et la rendre accessible au plus grand nombre

³²⁶. <https://larevuedesmedias.ina.fr/les-radios-internationales-en-afrique>. Consulté le 28 juillet 2022.

³²⁷. https://www.lalettre.pro/RFI-et-France-24-confirment-leur-succes-en-Afrique-francophone_a22048.html. Consulté le 28 juillet 2022.

(frère M-S 2016, p.138).³²⁸ Bien entendu, le domaine de la télévision n'est pas resté en marge dans ce phénomène. Nous verrons dans les lignes qui vont suivre, comment les chaînes de télévision ont participé à la configuration de cet espace médiatique en matière de démocratisation de l'information.

III.3.3. Le développement de la télévision dans le déploiement de la diversité des contenus médiatiques

Après la pluralité de la presse écrite et de la radio dans l'Afrique subsaharienne francophone, celle de la télévision débute dans les années 1990 et émergea principalement dans les grandes villes africaines, notamment les capitales. Au départ, comme ce fut le cas avec les journaux et la radio, ce sont les chaînes de télévision publiques sous la tutelle des leaders politiques au pouvoir qui maintenaient le monopole de la diffusion des informations. Mais l'arrivée des chaînes étrangères par satellite telles TV5 Afrique en 1991, rebaptisée TV5 Monde en 2006, et la chaîne américaine CNN International (Cable News Network) réceptionnée en Afrique francophone dès 1995 que le monopole des chaînes de télévision nationales sous l'emprise des autorités politiques africaines est perdu. Ba Abdoul soulignait cet état de fait en rappelant que dans le cas de la télévision en Afrique, « l'évolution est venue du ciel » (Ba Abdoul, 1996)³²⁹ pour illustrer la concurrence qui s'est imposée aux chaînes de télévision nationales par rapport aux médias télévisuels occidentaux transnationaux.

Au Gabon, la trajectoire de la télévision est pratiquement la même que celle de la radiodiffusion. Tout est parti des chaînes publiques sous la tutelle de l'Etat. La première chaîne de télévision gabonaise, la *Radiotélévision Gabonaise 1 (RTG1)* naît le 9 mai 1963 sous l'égide du président Léon Mba qui voyait en cet outil un moyen de communication moderne symbolisant l'avancée du pays vers un développement sociotechnique et un statut d'Etat indépendant s'ouvrant au monde (Tudesq, 1992)³³⁰. Dès son avènement, on lui assigne les missions d'informer, éduquer et distraire. Une bonne partie de ses programmes sera fournie par des structures étrangères telles le Centre culturel français et par l'Office de coopération radiophonique (OCORA)³³¹, ainsi que les ambassades de Grande Bretagne et les Etats-Unis. En 1977 naît la *RTG 2* animé par des journalistes agents de l'Etat et directement affecté par le ministère de la communication. Les deux chaînes de télévision publiques sont restées pendant longtemps sous la gestion et la dépendance du pouvoir politique. Et malgré le

³²⁸. Frère M-S, *Journalisme d'Afrique, Opcit.*, p.138.

³²⁹. Ba Abdoul, *Télévisions, paraboles et démocraties et Afrique Noire*, Paris, L'Harmattan, 1996, p. 14.

³³⁰. Tudesq A-J, *L'Afrique noire et ses télévisions*, Paris, Anthropos/INA, 1992, p. 47.

changement de régime politique en 1990 qui est passé du monopartisme au multipartisme, excluant ainsi le monopole de l'Etat dans le secteur de la communication, l'institutionnalisation des médias publics est restée persistante. La Radiotélévision gabonaise ayant comme direction le ministère de la communication est restée en vigueur. En 2010, une réforme de l'audiovisuel public transforme le statut de la *RTG* à partir du décret N°0725 portant création, organisation et fonctionnement de *Gabon Télévision*. Désormais, on ne parle plus de *Radiotélévision gabonaise*, mais plutôt de *Gabon Télévision*. Et le décret N°035 annonce la fin de la mainmise de l'Etat sur la chaîne de télévision publique avec une autonomie de gestion. Toutefois, *Gabon Télévision* ne se montre pas si différent de l'ancienne *RTG*, surtout en termes de contenu. On assiste toujours à une forte institutionnalisation des programmes en l'occurrence du journal télévisé (Ovoundaga M., 2020, p.440)³³². Les émissions permettant la critique du pouvoir sont quasi inexistantes et les activités du chef de l'Etat et de son gouvernement occupent une place de choix.

En 2016, à trois mois de l'élection présidentielle, le pays se dote d'une nouvelle chaîne de télévision publique, *Gabon 24*. Faisant parti de la filiale du groupe de service public *Gabon Télévision*, la nouvelle chaîne procède à de l'information en continu et se donne comme ambition de diffuser des programmes de qualité sur l'actualité nationale et internationale, mais aussi, sortir de la dépendance des agences de presse et des médias internationaux. Le lancement de *Gabon 24* célébré en grande pompe en présence des autorités politiques, à l'instar du chef de l'Etat et des membres du gouvernement laissait déjà paraître le lien étroit entre la chaîne et le pouvoir en place. *Gabon 24* devrait alors faire ses preuves au niveau de son indépendance éditoriale. Ce qui a été mis en doute par des acteurs de l'opposition. Par ailleurs, quelques mois après sa sortie, des critiques sur ses programmes commencent à affluer. On lui reproche d'être un média dédié aux activités du président et de son gouvernement. *Gabon Review*, un site d'information en ligne, dans l'une de ses publications sur la question titra « *Gabon 24* : une chaîne exclusivement au service du pouvoir »³³³. Non seulement la chaîne est perçue comme un moyen d'amplification politique pour le président, mais aussi qu'elle excelle au même titre que *Gabon Télévision* à faire la part belle aux tenants du pouvoir. Le fait même que les locaux de *Gabon 24* se trouvent à l'intérieur de la Présidence de la République, occupant le siège de l'ancienne *RTG2*, permettait déjà de saisir la difficulté pour ce média de service public à s'affranchir du régime politique à la tête du pays. Trois ans après sa création, *Gabon 24* connaît déjà des difficultés sur les plans financiers et de management. Plusieurs démissions et licenciements vont être enregistrés. De fait, les objectifs de faire de ce dernier média public gabonais une chaîne de référence et la première télévision d'information en continu d'Afrique subsaharienne vont avoir du mal à se réaliser, *Gabon 24* ayant du mal à s'imposer.

³³². Ovoundaga Marcy, *opcit*, p.440.

³³³. *Gabon Review*, 8 juillet 2016.

Dans le domaine privé, plusieurs chaînes de télévision vont apparaître. Contrairement à la presse écrite et les radios qui sont assez abondants, les chaînes de télévision sont moins nombreuses. On pourrait penser que la création d'une télévision demandant plus d'investissement en termes de charges financières et d'équipements techniques pour son installation et entretien justifierait du peu d'intérêt par les entrepreneurs par rapport aux autres types de médias. On dénombrerait aujourd'hui plus d'une vingtaine de chaînes privées installées majoritairement dans la capitale, Libreville. La télévision régionale est très peu présente, disons presque inexistante. Lorsqu'elle est créée, le plus souvent par des leaders politiques de la localité comme avec les radios régionales, elle a du mal à attirer de l'audience et beaucoup ne mettent pas longtemps. *Canal Delta*, *Top Bendjé* et *Média +* dans l'Ogooué Maritime sont un exemple de cette existence éphémère des télévisions régionales. La dimension politisée de la télévision privée gabonaise reste aussi une évidence, mais non assumée de façon officielle par la plupart de ces médias. L'étude menée par l'UNESCO dans le projet que nous citons précédemment fait état de ces observations en indiquant formellement que les médias privés gabonais s'apparentent à « un simple outil pour les activités politiques. Ce qui ne contribue pas à crédibiliser la production de l'information aux yeux des citoyens » (Boyomo, Laurent, Mbede, 2013)³³⁴. De manière plus concise, les auteurs de cette étude ont dressé une liste pour montrer le niveau d'implication de l'influence politique dans la propriété des télévisions privées gabonaises :

Tableau 3 : Les chaînes de télévision privées proches ou appartenant à des acteurs politiques

Télé Africa	TV+
RTN	GNTV
TV Mbire	Canal Delta
Lowano TV	Top Bendje
Canal Espoir	TV Molvision
Télé Unité	Média +

Source : Unesco 2013

Selon les données de ce tableau, 11 chaînes de télévision appartiennent ou sont proches de responsables politiques. Ce qui revient à dire que sur la vingtaine de télévisions privées qui existent, plus de la moitié est la propriété de politiques, donc vraisemblablement connotée idéologiquement par le positionnement de leurs propriétaires. Comme exemple, on peut citer les chaînes privées comme Télé Africa, TV + et RTN. La première est une chaîne généraliste, parmi les pionnières en Afrique subsaharienne, appartenant à la famille présidentielle, les Bongo. Malgré les efforts de la chaîne à proposer des programmes variés, l'actualité politique qui y est diffusée est bien loin de mettre en évidence des sujets qui remettent en cause les actions du pouvoir gabonais. Paradoxalement, cette fidélité et

³³⁴. Boyomo Assala, Laurent Charles, Mbede, Emmanuel, *Etude sur le développement des médias au Gabon basée sur les indicateurs de développement des médias de l'UNESCO*, Paris, UNESCO, 2013, p.45.

appartenance à la famille Bongo n'ont pas empêché ce média de connaître d'énormes difficultés à la fois sur le plan financier que sur le plan structurel. On parle d'une situation de précarisation de ses agents et de son plateau technique qui dure depuis un certain temps³³⁵.

Pour le cas de la seconde chaîne de télévision privée *TV+*, elle est le patrimoine de la famille d'André Mba Obame (AMO), un ancien ministre du président Omar Bongo, devenu le principal opposant politique à Ali Bongo dès sa prise du pouvoir en 2009, et décédé sept ans plus tard en avril 2015. Appréciée par la qualité de ses programmes à ses débuts (AMO, le propriétaire, étant encore au gouvernement et ayant occupé plusieurs postes ministériels dont le dernier en tant que ministre de l'Intérieur), *TV+* se distinguait des chaînes de télévision publique, malgré le rapprochement de son promoteur au pouvoir et permettait aux populations d'avoir un regard un peu plus équilibré de l'actualité politique nationale. Cependant, le revirement éditorial va se faire lors de l'élection présidentielle anticipée de 2009 en se positionnant médiatiquement pour la candidature de son patron Mba Obame face à Ali Bongo, les deux se revendiquant d'être des héritiers politiques du défunt président Omar Bongo. Une posture qui coutera cher à la chaîne de télévision, car elle va subir des pressions du pouvoir en sabotant ses émetteurs satellites qui permettaient sa diffusion à l'international via son partenariat avec la télévision panafricaine *Go Africa*. A cela va s'ajouter la séquestration dudit matériel depuis le 30 août 2009 au ministère de la communication. Aussi, intervient le conflit juridico-familial autour de l'héritage du média opposant Franck Nguéma (neveu d'AMO, ex-président directeur et actionnaire de *TV+*, maintenant ministre du gouvernement actuel) contre une autre partie de la famille³³⁶. Pour toutes ces raisons, ladite chaîne privée a perdu de son aura et assume désormais sa ligne antisystème du pouvoir en place.

Quant à la Radio Télévision Nazareth (RTN), elle est fondée en 2003 et se présente comme la première télévision religieuse du Gabon ayant su concilier ses programmes principaux d'ordre confessionnel aux problématiques politiques du pays, à la réalité économique et au besoin de construction d'une éthique sociétale. Son existence est due à l'œuvre du pasteur Georges Bruno Ngoussi qui est le président directeur dudit média télévisuel. Il se trouve que les programmes de la RTN sont passés d'une orientation religieuse pour s'accentuer davantage sur du contenu politique et social au point où on pourrait la qualifier de chaîne généraliste et commerciale. Et ceci a été surtout provoqué par l'implication du principal responsable du média, le pasteur Ngoussi, comme candidat à l'élection présidentielle de 2016. Ce qui a valu à sa télévision de subir les mêmes acharnements que *TV+* par le système politique au pouvoir. Le jour de la proclamation des résultats controversés et contestés rétablissant Ali Bongo pour un second mandat, les installations de la RTN vont être saccagées. Du matériel de diffusion satellitaire, aux

³³⁵. *GabonReview*, « 10 mois sans salaire, mais fidèles au poste à TéléAfrica », publication du 13 juillet 2022.

³³⁶. *Info241*, « Affaire *TV+*/Franck Nguema : Quel avenir pour " la télévision du futur " », publication du 18 novembre 2020.

émetteurs, caméras, ordinateurs jusqu'aux véhicules de service vont être détruits. Certains journalistes de la chaîne seront violentés. Selon les écrits reportés sur le site du Réseau des Défenseurs des Droits Humains en Afrique Central (REDAC), ces sévices ont été organisés par les services proches de la Présidence de la République gabonaise. Une situation qui ne s'est pas beaucoup améliorée des années plus tard, car la RTN continue de faire l'objet de restrictions sur des procédures administratives arbitraires comme « les harcèlements fiscaux et autres amendes injustifiées ». Dans cet élan, la REDAC relève que depuis l'élection présidentielle de 2016, les défenseurs des droits humains au Gabon tels les membres de la société civile, les journalistes, les activistes sont régulièrement et illégalement interpellés par les forces de police ou gendarmerie avec la complicité des autorités administratives³³⁷.

A travers la description sommaire de ces trois télévisions privées gabonaises, qui peuvent être constituées comme les plus représentatifs sur le plan national de par leurs histoires respectives et leurs impacts médiatiques lors d'enjeux politiques, on réalise dans un premier temps, le caractère fortement politisé de ces chaînes de télévision, car ayant toujours un lien avec une personnalité politique du pays. Dans un second temps, on observe aussi les difficultés de ces télévisions privées à trouver une stratégie économique capable d'autonomiser son financement sans l'appui de leur promoteur. Ce qui pousse à remettre en cause la liberté éditoriale qui manifestement montre clairement ses limites lors de joutes électorales. Chaque chaîne de télévision prenant clairement position pour le candidat ou le groupement politique auquel appartient son responsable. A cela s'ajoute les violations sans ambages du pouvoir politique sur ces médias de télévision comme punition envers leurs adversaires politiques. Cela se traduit, comme on a pu le décrire, par des agressions auprès des journalistes et parfois sur les acteurs de la société civile, ainsi que les destructions et confiscations de matériaux de fonctionnement de ces médias. Ce qui est une illustration de la fragilité du respect à la liberté de la presse, donc de la liberté d'expression encore en construction au sein de la société gabonaise (RSF 2020)³³⁸.

A l'heure actuelle, les chaînes de télévisions gabonaises en activité de façon régulière et dont la présence est non négligeable dans l'espace médiatique gabonais diffusent toutes leurs différents programmes depuis Libreville. L'auteur Sabi-Djaboudi dans son ouvrage scientifique qui procède à une sorte de description générale du système médiatique du Gabon résume bien la liste de ce qu'il a appelé « le nouveau paysage télévisuel national » à travers un tableau que nous allons reprendre à notre compte :

³³⁷. <https://www.redhac.info/detail-actualite.php?idactualite=65>. Consulté le 02 septembre 2022.

³³⁸. Selon une étude réalisée par Reporter Sans frontières en 2020, la liberté de la presse au Gabon ne cesse de reculer. Sur 180 pays en 2013, le pays occupait la 95^{ème} place. En 2019, il est pays à la 115^{ème} place. Et l'organisme international précise que l'entrée en 2018 de la Haute Autorité de la Communication (HAC) n'a pas arrangé la situation du fait de sa propension à suspendre les médias et journalistes osant dénoncer les travers du président, de son entourage ou des proches du pouvoir.

Reporters Sans Frontières, « Gabon : Un régulateur devenu bourreau des médias », 2020.

Tableau 4 : Les chaînes de télévisions gabonaises actuellement fonctionnelles

Chaînes de télévision	Statut
Gabon Télévisions	Public
Gabon 24	Public
TV +	Privé
Téléafrika	Privé
Génération nouvelle TV	Privé
Fréquence Gabon TV	Privé
Label TV	Privé
Gabonews TV	Privé
Noor TV	Privé
RTN Nazareth	Privé (religieux)
RTS Schekina	Privé (religieux)
Télé Hermon	Privé (religieux)

Source : Sabi-Djaboudi Arthur Félicien, 2021.

Au regard de ce tableau, on peut constater qu'il apparait une dizaine de télévisions fréquemment fonctionnelles et toutes basées et accessibles à Libreville, la capitale. Dans les provinces, les deux chaînes publiques y sont toutes accessibles. Par contre, les télévisions privées n'ont pas toutes cette capacité à pouvoir être réceptionnées dans toute l'étendue du territoire national, encore moins dans les milieux ruraux. C'est l'une des raisons qui font de la radio le média le plus suivi par les populations. Car, pire encore avec la presse écrite régionale qui est inexistante, les radios de service public, les radios privées régionales et communautaires sont les sources d'information médiatiques qui servent les populations les plus reculées du pays. Au-delà de la forte politisation des télévisions gabonaises, il n'en reste pas moins qu'elles participent d'une certaine manière à la diversité du contenu informationnel à partir des orientations éditoriales qui déterminent chaque média. Toutefois, un fort déséquilibre est à relever pendant les périodes électorales, car les chaînes de télévisions à cette occasion sont utilisées comme des outils de propagande par leurs propriétaires qui y sont impliqués directement ou indirectement. Une situation qui crée des conflits d'intérêt entre les besoins des propriétaires, la prudence des annonceurs, l'indépendance éditoriale des journalistes et le traitement médiatique des événements politiques en temps de campagne. Ce qui explique la forte concentration de l'actualité politique autour d'acteurs détenant le plus de médias au détriment de ceux n'en possédant ni les réseaux, ni suffisamment les moyens financiers pour s'en payer les services, encore moins non-détenteurs d'une chaîne de télévision.

L'avènement du pluralisme politique ayant conduit au pluralisme médiatique dès les années 1990 avait suscité pleins d'enthousiasme dans la construction du processus démocratique au Gabon. Ceci devrait passer par l'amélioration au développement de médias pluralistes libres et indépendants des influences politiques et économiques. Mais aujourd'hui, de la presse écrite à la presse audiovisuelle nationale, l'ambition d'un système

médiatique reflétant la société et incitant les autorités à la bonne gouvernance et à l'unité nationale est pratiquement relative dans les faits. Malgré les avancées observées en termes de pluralisme dans la confrontation des idées entre certains médias privés (proches de l'opposition ou dites indépendantes) et une autre catégorie de privés, ainsi que ceux de service public (plus proches du pouvoir), la presse nationale se montre assez inoffensive face au système politique qui impose sa réalité. On se retrouve donc dans une sorte de désenchantement du rôle social comme contre-pouvoir que doit incarner la presse dans une société démocratique en s'adonnant avec vigueur à la dénonciation de tous les dysfonctionnements (Tudesq J.A., 1998)³³⁹.

III.4. Les limites du pluralisme dans le système médiatique avec la presse traditionnelle

Ce sous point a pour objectif de résumer les principales difficultés que rencontrent les médias gabonais dans le fait de ne pouvoir mettre en évidence les principes du pluralisme dans le domaine. Le pluralisme dans la presse répond à la fois à des exigences formelles et à des impératifs de fond. C'est sur cette ligne que l'on peut observer et évaluer l'effectivité ou pas du phénomène dans une organisation comme celle du système médiatique au Gabon. A ce niveau, au-delà de la pluralité et de la diversité des médias dont nous avons décrit les effets diachroniques sur cette question du pluralisme, la presse classique connaît des obstacles. Ces encombrements sont liés au contexte politique qui, malgré le nombre d'années d'évolution et d'amélioration des dispositions en faveur de la liberté de la presse, continue de manifester une ingérence assez accrue dans les médias gabonais. Aussi, la présence de la Haute Autorité de la Communication (HAC) dont le rôle de régulateur des médias semble plutôt s'illustrer comme une entité de répression de la presse nationale. A cela, on pourrait y ajouter la faiblesse des économies des entreprises de presse qui les rend vulnérable à des pratiques de corruption et à la dépendance des milieux d'intérêt politique et financier.

III.4.1. L'ingérence des politiques dans le fonctionnement de la presse traditionnelle

La forte implication des acteurs politiques dans la plupart des entreprises de presse au Gabon handicap d'une certaine manière le niveau de liberté des acteurs de l'information journalistique et favorise la concentration de la propriété desdits médias. Cette réalité conduit à la dépendance de la presse face aux politiques et au désenchantement d'un journalisme crédible. Ce manque d'indépendance de la presse et des journalistes revêt plusieurs conséquences dont, le doute régulier sur la fiabilité des informations publiées, la pratique assez fréquente de la censure et de l'autocensure, les violations des droits, à la fois

³³⁹. Tudesq A-J, *L'Espoir et l'Illusion. Actions positives et effets pervers des médias en Afrique subsaharienne*, Talence, MSHA, 1998.

physiques ou matériels des acteurs de la presse. Le manque d'alternance de régime politique est une situation qui pourrait favoriser cette emprise du politique sur le fonctionnement des médias de façon générale.

Dans une société où le même pouvoir a su jouer de subterfuges pour se maintenir depuis les indépendances (1960) en passant par les révolutions démocratiques africaines (1990) jusqu'à l'heure actuelle (2022), il est vraisemblable qu'il est solidifié son ancrage dans les institutions de la République. A cet effet, les pouvoirs législatif et judiciaire, ainsi que celui tacite des médias se retrouvent moins libres face au pouvoir exécutif qui fait montre de sa suprématie sur tous les autres. Le PDG qui règne sans partage depuis plus d'une soixantaine d'années pèse de son ombre dans la plupart des secteurs d'activité du pays, surtout les plus sensibles. La presse n'y est donc pas épargnée et les journalistes exerçant dans le domaine, que ce soit dans la presse publique ou privée, se doivent de tenir compte de cette réalité. Comme l'indique Frère M.S pour le cas du Cameroun, similaire à celui du Gabon, la presse classique peine à prendre ses marques dans un système politique où le pouvoir s'est raffermi et trouve le moyen d'entraver subtilement le développement des organes de presse sans pour autant donner le sentiment d'atteindre directement à la liberté d'expression (Frère M-S 2005, p.5-17)³⁴⁰. Les acteurs de l'information se retrouvent confrontés à différents niveaux d'influence en commençant par leurs supérieurs hiérarchiques (parfois en accointance avec des acteurs politiques lorsqu'ils ne le sont pas eux-mêmes) ; ensuite les intérêts économiques (le média souvent financé par les politiques ou des annonceurs liés à des intérêts politiques) ; et les pouvoirs publics, surtout pour ce qui est des médias d'Etat.

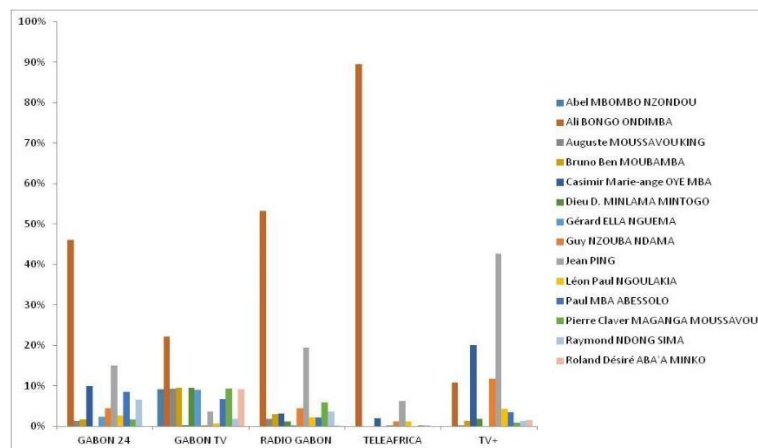
Cette domination de la puissance politique sur les médias entraîne aussi un déséquilibre dans la manière de traiter les informations sur les questions politiques, surtout en temps d'enjeux électoraux. Cela se traduit par la primauté et parfois l'exclusivité réservée aux manifestations d'acteurs ou groupements politiques détenteurs de médias. Dans le cas des médias publics tels que *Gabon Télévision*, *Gabon 24*, *Gabon Matin* et d'une certaine façon le journal privé, *L'Union*, l'actualité reste souvent très concentrée sur les actions de campagne du pouvoir en place, reléguant au second plan, et parfois inexistante, la diffusion ou publication d'évènements impliquant d'autres acteurs et politiques. On perçoit là, l'absence de la prise en compte de la voix et situation des populations à l'intérieur du pays, la représentation des leaders de l'opposition et acteurs de la société civile, etc. Malgré les textes de régulation en vigueur constitués dans le code de la communication gabonaise³⁴¹,

³⁴⁰. Frère Marie-Soleil, « Médias en mutation : de l'émancipation aux nouvelles contraintes », *Politique africaine*, vol. 97, no. 1, 2005, pp. 5-17.

³⁴¹. La loi n°019/2016 portant Code de la Communication en République Gabonaise en son article 15 stipule que « Ne peuvent être propriétaires ou dirigeants d'une entreprise privée de communication ou d'une entreprise privée de communication ou d'une entreprise des métiers de la cinématographie, les personnes ci-après : le Président de la République ; les membres d'une institution constitutionnelle ; les membres du gouvernement ; les agents de l'Etat ; les agents de collectivités locales ; les magistrats ; les dirigeants des établissements publics et des autorités administratives indépendantes ; les agents des forces de défense et de sécurité ; les salariés

l'équilibre des opinions politiques à partir des forces en présence n'est pas toujours respectée par les médias publics. Et lorsqu'on y ajoute, la presse privée d'influence pro-pouvoir, le déséquilibre de l'information se fait ressentir de manière plus accrue. Plusieurs fois, les observateurs internationaux présents lors des élections nationales ont relevé cet état de fait en critiquant le côté prédominant de la présence du PDG dans l'espace médiatique gabonais en temps d'élection, au détriment des autres acteurs. Comme exemple, lors de l'élection présidentielle gabonaise en 2016, la Mission d'observation de l'Union Européenne a fourni des statistiques démontrant la primauté accordée à la médiatisation de la campagne du président sortant par rapport au reste des candidats dans les médias audiovisuels et la presse écrite :

Graphique1 : Distribution du temps d'antenne des candidats dans les médias audiovisuels à la présidentielle de 2016



Source : Mission d'observation de l'Union Européenne. 2016.

En nous inspirant de ce graphique qui met en relief la médiatisation des acteurs politiques pendant la dernière élection présidentielle au Gabon, on peut bien se rendre compte de la supériorité qu'occupe le candidat Ali Bongo Ondimba dans les médias publics et dans la chaîne privée appartenant à la famille Bongo. Aux chaînes de télévision publique *Gabon 24* et *Gabon TV*, il occupe respectivement plus de 40% et 20% de temps d'antenne pendant que les treize autres candidats sont à 10% environ sur toutes les deux chaînes. A *Radio Gabon*, le président sortant est à plus de 50% de temps d'antenne lorsque son principal adversaire, Jean Ping, est à peine 20% et les autres candidats moins de 10%. *Télé Africa*, la chaîne de télévision privée appartenant à la famille Bongo ne s'est point gênée à s'illustrer clairement comme un média pro-partisan. Le temps d'antenne réservé à Ali Bongo avoisine pratiquement les 100%, sinon près de 90%. Les rares autres candidats dont la chaîne parle possèdent à peine -10% pour Jean Ping et les autres moins de 5%. De même, *TV+*, chaîne de télévision privée, propriété de de l'ancien opposant et aujourd'hui décédé, Mba Obame, ne manque pas de mettre en priorité certains candidats de l'opposition en

d'une entreprise publique ou parapublique de communication ; les membres du directoire d'un parti politique ».

réduisant considérablement le temps accordé au candidat du pouvoir. Ainsi, le premier opposant à cette élection en la personne de Jean Ping obtiendra près de 40% de temps d'antenne, suivi de Casimir Oyé Mba 20% et Guy Nzouba Ndama +10%. Ces trois opposants finiront par fusionner pour constituer une candidature unique en portant Jean Ping à la tête. Quant à Ali Bongo, il n'a occupé qu'approximativement 10% dans cette chaîne. Pour mieux apprécier les données de ce graphique, reprenons le tableau réalisé par les auteurs de ce travail en ne s'intéressant qu'aux taux de temps d'antenne des candidats les plus représentatifs.

Tableau 5 : Récapitulatif du temps d'antenne dans les médias audiovisuels des candidats les plus emblématiques³⁴²

Acteurs politiques	Gabon TV	Gabon 24	Radio Gabon	TV+
Ali Bongo	22%	46%	53%	11%
Jean Ping	4%	15%	19%	43%
Casimir Oyé Mba	0%	10%	3%	20%
Guy Nzouba Ndama	0%	4%	4%	12%
PC. Maganga Moussavou	9%	2%	6%	1%
Paul Mba Abessolo	7%	8%	2%	3%
Raymond Ndong Sima	2%	7%	4%	1%
Bruno Ben Moubamba	9%	2%	3%	1%

Source : Mission d'observation de l'UE, 2016.

Au regard de ce tableau, on est frappé par l'écart en termes de présence dans les médias audiovisuels entre les différents candidats. Ali Bongo est manifestement celui qui a bénéficié de l'agenda médiatique des médias audiovisuels, car dans la majeure partie, son pourcentage de temps d'antenne est bien plus élevé que celui des autres. L'exception est à TV+, le seul média audiovisuel où c'est plutôt l'opposant Jean Ping qui a pu bénéficier d'une meilleure exposition médiatique. On peut aussi remarquer le fait que, contrairement à Gabon Télévision (la première chaîne de télévision publique) dont la présence de certains candidats est à 0%, Gabon 24 (la seconde télévision publique créée la même année que cette élection présidentielle) essaie tout de même de donner de la place à tous les candidats. Quoique l'on puisse relever le taux de présence presque insignifiant réservé à l'actualité de certains. L'exemple du temps d'antenne des candidats Ben Moubamba, Maganga Moussavou qui sont à 2% et Nzouba Ndama à 4% sont largement infimes par rapport au 46% d'Ali Bongo ou 15% de Ping. Pourtant ces autres leaders politiques sont des grandes pointures sur l'échiquier politique du pays et mènent des activités de campagne suffisamment dynamiques dans l'ensemble du territoire national. Mais comme on le signifiait plus haut, les acteurs politiques ayant une proximité avec les détenteurs de médias

³⁴². Lorsqu'on parle des candidats les plus emblématiques, il s'agit d'acteurs politiques les plus influents sur le plan historique et possédant une base électorale non négligeable dans l'étendue du territoire national. Ce qui n'est pas le cas de tous les candidats, car il y en a qui apparaissent à la veille de l'élection et ne représentent pas une force politique suffisamment connue dans tout le pays. On parle souvent de « candidats satellites » pour montrer le côté illusoire de leur candidature.

ou les moyens financiers pour s'en acheter les services auront la possibilité d'être plus exposés médiatiquement que ceux ne remplissant pas ces deux critères.

Ces données nous montrent assez nettement comment les médias audiovisuels classiques subissent la pression ou la dépendance des pouvoirs politiques. L'iniquité de la couverture des campagnes et événements politiques par ces médias ne correspond pas à l'idée du pluralisme telle qu'on la conçoit dans le cadre de cette étude, notamment dans la manière dont l'information journalistique doit être traitée en temps d'élection. Il n'y a aucune volonté d'équilibrer les opinions de la part des différents médias. Cette remarque ne s'observe pas qu'au niveau de la presse audiovisuelle. Dans le même contexte électoral, l'évaluation par la Mission d'observation de l'UE des titres gabonais sur la médiatisation des acteurs politiques est parvenue à des conclusions éclairantes. En s'appuyant sur les résultats de cette analyse, on retient que le traitement des faits politiques par les journaux nationaux pendant la présidentielle de 2016 repose sur deux facteurs principaux : la posture éditoriale du média et la critique par les médias des idées qu'incarnent les candidats. Ces deux éléments déterminent le pourcentage d'espace que va accorder chaque titre aux différents acteurs politiques, mais aussi le niveau d'appréciation (positif, négatif ou neutre) imputé à chaque candidat. Pour mieux traduire cette réflexion, empruntons le tableau réalisé à cet effet par les auteurs de l'étude :

Tableau 6 : Les espaces attribués aux candidats dans certains titres pendant la présidentielle 2016

Candidats	L'Union	Echos du Nord	La Loupe	Nku'u le Messenger	Le Mbandja
Ali Bongo	78%	37%	36%	18%	18%
Jean Ping	14%	33%	28%	80%	56%
Ndong Sima R.	0%	4%	4%	1%	2%
Guy Nzouba Ndama	2%	10%	14%	1%	11%
Casimir Oyé Mba	3%	10%	9%	0%	7%

Source : Mission d'observation de l'UE, 2016.

A partir des données de ce tableau, on peut constater que dans le journal officiel *L'Union*, le candidat du pouvoir profite largement de plus d'espace par rapport au reste des candidats. A lui seul, il occupe 78% pendant que celui qui le seconde est à peine à 14%, les autres étant à moins de 5%. Pour un média réputé progouvernemental, mais qui se réclame d'un traitement plus équilibré de l'information depuis 2009 (année de la mort du président Omar Bongo), l'écart d'espace entre les candidats contredit cette ambition. *L'Union* fait toujours face à ce que l'on appelle un déséquilibre de l'information sur des opinions politiques en temps d'élection. Le même constat est fait sur les autres journaux à des différences variables selon la logique éditoriale du média. Les deux derniers journaux du tableau qui sont des médias privés assez critiques contre le pouvoir, *Nk'uu le Messenger* et le

Mbandja, accordent moins d'espace au candidat Ali (18%) pendant que Jean Ping est largement au-dessus, soit respectivement 80% et 56%. L'espace réservé aux autres candidats étant insignifiant, certains candidats frôlant les 1 et 0%. Ceci, démontre que dans la presse écrite gabonaise la tendance à privilégier certains acteurs politiques par rapport à d'autres, même en temps de campagne électorale, reste en vigueur. Les journaux ne semblent pas se donner la peine de respecter le principe déontologique d'équilibre de l'information et chacun s'adonne librement à défendre la couleur politique qui sous-tend l'orientation éditoriale du média ou les relations dudit média avec les acteurs politiques.

En outre, il arrive que l'écart entre les principaux leaders politiques de cette élection, Ali Bongo et Jean Ping, soit moins large dans les espaces de journaux dits indépendants. C'est le cas d'Echos du Nord et de La Loupe. Dans le tableau, on peut constater que l'espace attribué à Ali Bongo est évalué à 37% et Jean Ping 33%, soit une différence de 4%. Au niveau de La Loupe, Ali Bongo équivaut à 36% et Jean Ping 28% pour une différence de 8%. Des écarts qui peuvent être appréciés dans le cadre de la représentativité médiatique de ces deux challengers. Pourtant les deux titres sont connus pour être des médias virulents au pouvoir politique en place, donc plus proches des idées du principal opposant Jean Ping. Malgré tout, on observe que le candidat du pouvoir possède plus de pourcentage d'espace dans ces deux médias. Mais en s'appuyant sur les résultats d'analyse de contenu de cette étude, on se rend bien compte que ces données s'expliquent par le fait qu'il y ait une forte dimension critique dépréciative sur Ali Bongo pendant que l'appréciation est plutôt positive en ce qui concerne le candidat de l'opposition Jean Ping. A Echos du Nord, le ton global de la couverture pour le candidat Ali Bongo est de 90% négatif, 7% positif et 3% neutre lorsque celui de Jean Ping est de 6% négatif, 89% positif et 5% neutre. Quant à La Loupe, le président sortant obtient 86% de ton négatif, 8% de ton positif et 6% neutre. Pour le même journal, le leader de l'opposition bénéficie de 5% de ton négatif, 90% de ton positif et 5% de ton neutre. La supériorité relative de l'espace occupé par les activités du candidat du PDG dans ces médias privés n'est donc pas fortuite et encore moins profitable, car il s'agit de dépeindre son image dans l'opinion publique.

Finalement, le travail élaboré par la Mission d'observation de l'UE sur l'attitude des médias gabonais pendant la dernière présidentielle gabonaise nous édifie sur la qualité du traitement de l'information réservée à l'actualité politique. Il en ressort que le problème de la forte politisation des médias classiques gabonais reste encore d'actualité. Le manque d'indépendance que l'on peut observer dans les médias publics face aux influences politiques, notamment les autorités publiques, n'épargne pas la plupart des médias privés. Tout porte à laisser entendre que la sphère politique est si prégnante dans la sphère médiatique que parler d'indépendance ou d'autonomie de la presse au Gabon serait presque invraisemblable. Lors des périodes sensibles, comme celle de joutes électorales, les médias classiques privés comme publics, dans presque leur globalité, sont utilisés comme des canaux de propagande au service de considérations politiques partisans, et ce, selon les liens du média avec les acteurs politiques. La finalité est que l'on assiste à un pluralisme

relatif dans la forme parce qu'il y a l'existence de plusieurs médias, mais qui, dans le fond, est réduit à une polarité de l'information. Cette polarité de l'information s'explique par l'extrême primauté des sujets liés au PDG dans l'agenda médiatique en temps d'élection. Cela s'identifie, aussi bien dans les médias publics qui encensent le pouvoir et une bonne partie des médias privés dont certains, proches du régime en place, en accentuent la représentation positive. En même temps, dans la presse privée, dite indépendante dont la ligne éditoriale est plus proche des postures de l'opposition, il s'avère que les sujets relatifs à la critique ou à la dépréciation des actions du régime au pouvoir sont souvent supérieurs à l'espace réservé aux sujets sur les activités de l'opposition.

A ce stade, il devient intéressant de s'interroger sur l'intérêt accordé à d'autres thématiques connexes liées à la question du pluralisme dans le contenu des médias en temps d'élection. Entre autres, la représentation du genre dans la médiatisation des campagnes politiques et la visibilité des faits mineurs, à l'instar des événements politiques à l'intérieur du pays où les populations ne bénéficient pas de la presse régionale, sont autant d'aspects déterminant la qualité du rendu de l'information. Dans un système qui prône l'acceptation de la diversité dans la société et la différence des opinions, il est paradoxal de constater la difficulté avec laquelle les médias classiques nationaux peinent à se libérer du pouvoir politique afin d'éclorre dans la dynamique d'une information plus libre et équilibrée en période électorale. Ceci, dans le but de retrouver du contenu médiatique reflétant la société dans ses différentes valeurs (l'égalité du genre, visibilité des classes populaires, prise en compte des marginalisés) et ces différences d'opinion (l'équité des partis et acteurs politiques, la participation de la société civile). Cette situation s'accroît davantage avec la confrontation qui semble s'installer entre l'instance de régulation et les organes de presse.

III.4.2. La Haute Autorité de la Communication (HAC), une régulation basée sur la répression des organes de presse

Pour sortir les médias de l'état de propagande des intérêts d'un pouvoir ou parti politique ou encore d'un individu, comme ce fut le cas pendant les premières années d'indépendance dans plusieurs Etats d'Afrique subsaharienne, une structure à statut juridique et institutionnelle a été adoptée afin de réguler le secteur et responsabiliser les organes de presse. Tout part de la période des révolutions démocratiques de 1990 sur le continent où l'on voit naître des autorités de régulation dont le but est de favoriser et de promouvoir les besoins du public à recevoir des informations de qualité et de véracité. Ces instances de régulation sont aussi le moyen de retirer les médias d'un pays de la tutelle, voire de l'ingérence de l'Etat. Comme le dit Renaud de la Brosse, l'autorité de régulation renvoie à l'idée selon laquelle les médias, comme tout pouvoir, étant perçus de nos jours

comme le quatrième pouvoir, devraient aussi être contrôlés (Renaud de la Brosse, 2013)³⁴³. Pour justifier de l'importance d'une telle disposition, Daniel Cornu affirme que « Tout contrôle des médias qui ne repose pas sur une forme de régulation interne suppose une intervention de l'Etat » (Balima T., 2005)³⁴⁴. Ainsi, la régulation dans la grande majorité des pays a pour ambition générale de veiller au respect des libertés de la presse et d'expression, l'accès du public à l'information, la protection de la vie privée, prévenir la discrimination, favoriser la coexistence des identités complexes, garantir la qualité de l'information, etc. Aussi, la régulation des médias est gage d'élections transparentes. Les médias ont le devoir d'assurer la distribution de la parole, la confrontation des idées divergentes pour permettre ainsi la tenue d'un débat public. Tout ceci a pour objectifs de permettre à l'équitable expression des courants politiques, religieux et philosophiques dans les médias nationaux et veiller à ce que les différentes forces politiques puissent avoir accès dans les mêmes conditions aux médias en général et aux médias publics en particulier. En somme, selon Renaud de la Brosse, les instances de régulation nationale s'impliquent sur différents paramètres :

« ils veillent à ce qu'aucune composante de la société ne soit exclue du secteur de la communication et encouragent la création des médias audiovisuels représentatifs des différentes cultures et traditions, afin de renforcer la cohésion nationale ; ils favorisent l'accès du plus grand nombre aux médias et garantissent la liberté d'expression et de communication ; ils posent des critères exigeants en matière de qualité des contenus et de pluralisme médiatique, de même qu'ils encouragent la transformation des médias d'Etat en véritables services autonomes ; ils accompagnent la libéralisation du paysage audiovisuel en établissant des critères transparents et publics pour l'attribution de licences d'émission ; ils organisent et supervisent la couverture de particulier à l'accès équitable par les médias, et prennent un soin tout particulier à l'accès équitable et à l'égal traitement des forces politiques en compétition dans les médias »³⁴⁵.

Au Gabon, c'est en 1992 que naît la première autorité de régulation nommée le Conseil National de la communication (CNC). Elle résulte des résolutions prises par les acteurs politiques réunis à la Conférence nationale de 1990 devant impulser le renouveau démocratique au Gabon après plus de vingt ans de monopartisme. Dans un contexte politique où le PDG est fortement dominant, les partis de l'opposition vont réclamer la mise en place de cette institution de régulation des médias afin de garantir une certaine transparence lors des enjeux électoraux. Pour eux, libéraliser la presse, sortir les médias publics de la dépendance totale du pouvoir et donner plus d'équité aux personnalités

³⁴³. Renaud de la Brosse, *Médias et démocratie en Afrique : l'enjeu de la régulation*, Bruxelles, Rruylant, 2013, p. 13.

³⁴⁴. Cité par Théophile Balima, « La régulation de la communication en Afrique : enjeux et perspectives », communication présentée au séminaire atelier Médias et élections en Afrique, Ouagadougou, octobre 2005, p.14.

³⁴⁵. Renaud de la Brosse, *opcit.*, p. 25.

politiques lors des élections sont l'une des dispositions préalables à la réalisation d'une démocratie en construction. Le CNC apparaît donc, non seulement pour réguler le paysage médiatique gabonais, mais aussi pour participer à l'amélioration des conditions d'organisation des élections nationales en vue de limiter la concentration de l'agenda médiatique autour des activités du pouvoir qui, pendant longtemps avaient le monopole de la presse écrite et audiovisuelle. L'institution joue alors un rôle « d'arbitre politique » entre les différentes forces politiques du pays³⁴⁶. Au-delà des crises politiques survenues dans les années quatre-vingt-dix ayant conduit à la mouvance des révolutions démocratiques dans la plupart des Etats africains, la mise en place d'une autorité de régulation est aussi motivée par l'octroi à l'aide publique au développement fournie par la France. Cette aide publique étant désormais conditionnée par les efforts de mise en place des principes de gouvernance démocratique dans les anciennes colonies, les autorités gabonaises de l'époque se voient contraintes de favoriser l'instauration des institutions démocratiques³⁴⁷. D'où l'intérêt des parties prenantes à la Conférence nationale de mettre sur pied les fondements d'institutions républicaines telles la Cour constitutionnelle pour veiller à l'application des orientations juridiques et le CNC pour la régulation des médias.

Le CNC est entériné par la Constitution du 26 mars 1991 et sa structuration est comprise dans la loi 14/91 du 24 mars 1992, modifié par la loi 16/2003 du 13 octobre 2004. Elle fait mention du rôle de l'institution qui a la charge de veiller au respect de la liberté de la presse, du droit des citoyens, associations et partis politiques à accéder librement aux médias pour pouvoir communiquer, ainsi qu'à observer les règles de déontologie de la pratique journalistique par les professionnels. L'article 98 de la loi 1/97 du 22 avril 1997 détermine la manière dont les neuf membres constituant le conseil administratif de l'institution sont désignés : trois membres dont le président de l'enseigne sont nommés par le Président de la République, trois autres par le Président de l'Assemblée nationale et les trois derniers par le président du Sénat. Le CNC est considéré sur le plan constitutionnel comme étant un organe indépendant, neutre et autonome avec des missions générales et spécifiques (Cf. annexe), parmi lesquelles, en période électorale par exemple, le décret 001310/PR du 20 décembre 2007 dispose de la réglementation de l'accès équitable aux médias publics des candidats et des partis ou groupements politiques. Pendant une campagne électorale, il est clairement proscrit qu'un candidat, un parti ou un groupement politique légalement reconnu ne puisse se prévaloir d'un traitement privilégié. Le CNC a donc été conçu pour garantir un meilleur fonctionnement du système médiatique gabonais devant profiter à tous les citoyens dont les acteurs politiques de tout bord confondu, la société civile et les populations afin de de respecter la liberté et la pluralité sans que cela ne mette en mal la cohésion sociale.

³⁴⁶. Sabi-Djboudi, *Politique(s) de communication, enjeux et défis de la mondialisation, op.cit.*, p.285.

³⁴⁷. Bourges Hervé, *L'Afrique n'attend pas*, Paris, Actes Sud, 2010, p.109.

Cependant, l'institution de régulation des médias nationaux montre très tôt ses limites. Alors que beaucoup d'espoir avait été mis en elle pour un meilleur fonctionnement des médias gabonais dans son ensemble et les médias publics en particulier, le désenchantement des politiques et acteurs de la communication va refroidir les ardeurs. Le CNC dont la mission est la promotion du pluralisme des opinions et des principes démocratiques à travers le contrôle des médias va plutôt s'illustrer dans une dynamique de censure. Assez tôt et ce, pendant deux décennies de son existence avant sa réforme, l'organe de régulation se caractérise par une persistance de réflexes répressifs vis-à-vis de la presse, notamment la presse critique au pouvoir ou proche de l'opposition. L'institution finit par se voir comme un bras séculier de l'Etat prompt à sévir sur les journalistes ou médias osant aborder des sujets qui mettent à mal l'autorité du chef de l'Etat, son entourage ou des membres du gouvernement. EN 2002, l'hebdomadaire *Le Misamu* avait été suspendu par le CNC pour une période de trois mois pour avoir fait état d'une disparition de 3 milliards de francs cfa (soit 4,5 millions d'euros) des caisses du trésor public ; De même, un autre hebdomadaire privé *Gabaon* sera sanctionné pour avoir violemment critiqué le président du sénat de l'époque, Georges Rawiri, selon les observations du CNC ; deux autres publications, *Le Ganga et La Lowé* ont été punies, après appréciation des membres de l'organe de régulation, pour avoir porté atteinte à la dignité du premier ministre. Face à ce constat, Robert Menard, Secrétaire de RSF, souligne qu'au « *Gabon, dès qu'un journal dénonce des malversations ou critique les plus hauts représentants de l'Etat, il risque d'être censuré ou suspendu* »³⁴⁸. Aussi, en 2009 par exemple, plusieurs organes d'information vont être suspendus par le CNC du fait de s'être interrogés sur le déroulement et les résultats de l'élection présidentielle de cette année. Les médias incriminés sont tous issus de la presse privée. On compte par eux, *Echos du nord* ; *N'ku'u le messenger* ; *Le Scribouillard* ; *Le Temps* ; *L'Ombre* ; *La Nation et Le Crocodile*. Le premier journal *Echos du nord* écopera de la plus grande sanction, dont trois mois de suspension pour un article intitulé « Les prémices d'un Etat voyou ». Les autres médias écopèrent pour deux à un mois de suspension. Les raisons avancées par le CNC étant que ces médias ont enfreint la réglementation relative à l'éthique et à la déontologie du métier du journaliste. L'institution, au fil des années depuis sa création, va alors avoir la réputation de « père fouettard de la presse » et n'aura que comme action principale et régulière la censure des médias au détriment des autres missions qui sont les siennes, inscrites dans l'article 94 de la Constitution de la République gabonaise³⁴⁹.

³⁴⁸. <https://rsf.org/fr/deux-journaux-priv%C3%A9s-suspendus-pour-trois-mois>. Consulté le 17 décembre 2022.

³⁴⁹. La Constitution gabonaise du 26 mars 1991 en son article 95 stipulait que le Conseil national de la communication est chargée de veiller : au respect de l'expression de la démocratie et de la liberté de la presse sur toute l'étendue du territoire ; à l'accès des citoyens à une communication libre ; au traitement équitable de tous les partis et associations politiques ; au respect des règles concernant les conditions de production, de programmation et de diffusion des émissions relatives aux campagnes électorales ; au contrôle des programmes et de la réglementation en vigueur en matière de communication, ainsi que des règles d'exploitation ; au respect des statuts des professionnels de la communication ; à l'harmonisation des programmes entre les chaînes publiques de radio et de télévision ; à la politique de production des œuvres

Cette faiblesse et réputation du CNC sont la résultante d'un certain nombre de facteurs ayant conduit l'institution à ne pouvoir effectuer convenablement ses attributions. Parmi les raisons qui expliquent l'échec de l'autorité de régulation à ses premières années, on pourra noter l'absence d'une législation adaptée et propre au secteur de la communication ; le manque d'indépendance véritable de l'institution vis-à-vis du pouvoir politique ; et le profil des membres du directoire de ladite structure. En effet, Gilles Térance Nzoghe, conseiller membre du CNC en 2017, faisait déjà remarquer que dès la création de l'institution de régulation en 1992 et ce, jusqu'en 2001 (année de la première adoption d'un code de la communication par l'Assemblée nationale), les médias fonctionnaient dans un vide légal absolu. Une situation qui ne pouvait que favoriser un espace d'illégalité et de permissivité nuisant aux canons déontologiques du journalisme. Ainsi, la prétendue autorité du CNC restait creuse, car fonctionnant pratiquement sous la houlette du gouvernement via le ministère de la communication, mais surtout du Chef de l'exécutif. D'ailleurs, le premier président du CNC, placé par le pouvoir, sera un dignitaire du régime n'ayant de compétences dans le domaine de l'information et des médias. Chargé de réguler un domaine d'activité sans une législation distincte et rigoureuse, l'autorité de régulation dont l'exercice consistait jusqu'ici, à traiter essentiellement les plaintes des usagers des médias, ne pouvait que s'appuyer sur des artifices juridiques de la Constitution gabonaise pour nommer les infractions et censurer les médias qui enfreignaient les normes régissant la profession. Pour l'ancien conseiller Nzoghe, même après avoir confectionné l'appareillage juridique spécifique aux médias à travers la loi portant code de la communication en décembre 2021, le CNC n'a pu se démarquer en instituant une régulation propice aux valeurs d'indépendance et de transparence. Bien au contraire, s'appuyant sur « *un texte mal fagoté, lacunaire et imprécis, typiquement gabonais, car non conforme aux normes internationales* », l'autorité de régulation s'est trouvée toujours affaiblie et donc incapable d'assainir convenablement le paysage médiatique gabonais³⁵⁰.

Conscient du dysfonctionnement du CNC a impulsé une véritable dynamique en matière de liberté et de pluralisme dans la presse gabonaise, subissant les critiques persistantes venant à la fois des journalistes et des hommes politiques de l'opposition sur le verrouillage de l'institution, ainsi que son incapacité à faire respecter l'article 42 du Code de la communication qui prône « l'accès équitable des partis politiques et associations aux médias publics et privés », sans oublier les observations négatives et répétées des organisations internationales telles Reporters Sans Frontières et l'Unesco sur la situation des médias nationaux, les autorités gabonaises ont réalisé qu'il fallait une réforme de cet organe de régulation. C'est ainsi que l'ordonnance n°10/PR/2018 du 23 février 2018 crée le nouvel organe de régulation nommé désormais la Haute Autorité de la Communication (HAC),

audiovisuelles et cinématographiques ; à la promotion et au développement des techniques de communication et de la formation du personnel ».

³⁵⁰. *Gabonreview*, 12 février 2017.

mettant ainsi fin au CNC. La nouvelle institution de régulation a le statut d'autorité indépendante et est chargée :

« En toute indépendance et impartialité au respect de démocratie et de la liberté de la presse sur toute l'étendue du territoire, à l'accès des citoyens à une communication libre, au traitement équitable par les médias publics de tous les partis politiques et associations politiques reconnus ainsi que de la société civile. Elle devra, enfin, veiller au respect par les médias publics des règles et conditions de production, de programmation et de diffusion des émissions relatives aux campagnes électorales »³⁵¹.

Malgré le changement de nom et l'ordonnance instituant le nouveau cadre de fonctionnement de l'organe de régulation, la HAC n'a pas mis longtemps pour essayer les mêmes revers que l'on reprochait au CNC, c'est-à-dire, servir de « père fouettard » de la presse. Dès sa prise de fonction effective, l'institution va se lancer dans une démarche systématique de sanctions à répétition contre les médias et journalistes du secteur privé et très rarement des médias publics ou médias proches du pouvoir. De 2018 à 2022, une panoplie de sanctions va pleuvoir sur les médias gabonais au point de s'interroger sur le véritable sens de la liberté d'expression et de la presse au Gabon et par ricochet, sur la qualité du pluralisme qui y est manifeste. A peine quelques mois après sa création, le 23 juillet 2018, le nouveau régulateur des médias gabonais suspend pour un mois la chaîne de télévision *Média +* pour « manque de courtoisie ». La chaîne ayant refusé l'inspection de ses locaux aux agents de la HAC. Une sanction qui sera levée quelques jours plus tard. A cet effet, RSF notait : « *En sanctionnant de manière disproportionnée un média qui a refusé de lui ouvrir ses portes, la HAC, mise sur pied il y a quelques mois seulement, envoie un signal inquiétant aux médias gabonais* »³⁵². Le 9 août 2018, c'est l'hebdomadaire *La Loupe* qui prend une suspension d'un mois pour avoir publié des propos jugés irrespectueux de la déontologie et à l'éthique visant les proches du régime. La parution en question intitulée « *Voici les parasites de la République* », illustrée par les images du président de la République, le vice-président, la présidente de la Cour constitutionnelle et la présidente du Sénat ont été perçus par le régulateur comme « une incitation à la haine » et une atteinte « à la dignité des personnalités » mentionnées³⁵³.

L'un des médias ayant assez régulièrement subi les foudres de l'institution de régulation n'est autre *qu'Echos du Nord*. Il se trouve que c'est un journal, hebdomadaire privé reconnu être très critique à l'endroit au régime. Ainsi, pour avoir publié, concomitamment au journal *L'Aube*, le 27 juillet 2018 un article incriminant le vice-président gabonais Pierre Claver Mangaga Moussavou sur l'achat de voitures de luxe dont les

³⁵¹. *Union.sonapresse.com*, 14 juin 2018.

³⁵². <https://monitor.civicus.org/updates/2018/11/19/la-HAC-suspend-plusieurs-medias/>. Consulté le 18 décembre 2022.

³⁵³. *Gabonreview*, 10 août 2018.

ressources financières pour les acquérir seraient opaques, les deux organes de presse seront convoqués par la HAC pour répondre de ces accusations. N'ayant répondu à la convocation, ils seront suspendus de parution pendant une période d'un mois. *Echos du Nord* avait déjà fait l'objet d'une suspension en juin 2017 et subissait du harcèlement au point où ses locaux avaient été perquisitionnés en novembre 2017. Encore plus grave, le même hebdomadaire, dit proche de l'opposition, prend une énième suspension de quatre mois le 20 mars 2019, pour une publication indexant la présidente de la Cour constitutionnelle. L'article livré le 4 février et intitulé « Une stratégie d'accaparement du pouvoir : Mborantsuo veut virer les corps habillés » est jugé outrancière et vindicatif par la HAC et serait contraire à la déontologie journalistique. Depuis l'installation du nouveau bureau en 2018, *Echos du Nord* a reçu près de quatre sanctions la même année.

D'autres organes de presse ne manquent pas de subir cette politique systématique de la censure. La plupart étant toujours des médias hostiles au pouvoir. *La Loupe* par exemple, pour un article paru le 25 septembre 2018 titré « Contentieux pré-électoral : la Cour constitutionnelle élimine Chantal Myboto avant la compétition » prend une suspension à titre conservatoire pour un mois. Cet article est qualifié par le régulateur comme étant des « écrits suspicieux, affabulatoires et tendancieux ». De même, en novembre 2019, le journal *L'Aube* et son rédacteur seront à nouveau sanctionnés pour avoir osé s'interroger sur la santé du président Ali Bongo. Alors que le président venait de subir un accident vasculaire cérébral le 24 octobre à Riyad qui, officiellement n'a jamais été admis par les autorités, préférant parler de malaise dû à une « fatigue sévère »³⁵⁴, l'organe d'information publie : « Le Gabon en très dangereux pilotage automatique » comme pour signifier l'absence d'un chef à la tête de l'Etat. Dès lors, le journal se demandait pourquoi l'article 13 de la Constitution qui prévoit les modalités de la vacance du pouvoir n'était point déclenché. Ce qui a valu au journal une suspension de trois mois et à son rédacteur en chef une interdiction d'exercer pendant six mois. Or, cette dernière sanction n'est nullement légale, car aucun texte de loi ne donne autorité à la HAC de suspendre un journaliste³⁵⁵.

Fait souvent inédit, l'organe de régulation va pour une fois s'intéresser à un organe de presse proche du pouvoir. Il s'agit du quotidien national *L'Union*. Journal progouvernemental, son directeur de publication et journaliste s'est vu sanctionné par la HAC d'une interdiction d'exercer ses fonctions pendant un mois. Le régulateur reproche à son média d'avoir publié le 12 mars 2019 un billet « Pour moi Quoi...Mackaya » critiquant le nouveau maire de Libreville en se basant sur des jugements de valeur et propos frisant l'injure. Bien que le billet soit de nature sarcastique et humoristique, cela n'empêche que pour l'autorité de régulation, *L'Union* est sorti de sa ligne éditoriale et fait montre d'un abus de liberté d'expression, ainsi que d'une violation aux obligations inscrites dans le Code de la

³⁵⁴. Le Monde Afrique, « Gabon : victime d'un AVC, Ali Bongo demeure hospitalisé en Arabie saoudite », lemonde.fr, 07 novembre 2018.

³⁵⁵. Sabi-Djaboudi Arthur, *Politique de communication, enjeux et défis de la mondialisation*, Op.cit, 319.

communication gabonaise³⁵⁶. Un peu dans la même catégorie, la radio *Génération nouvelle* connaîtra une sanction de trente jours sur une de ses émissions *Asséle discute avec vous*. Cette radio appartient à un vétéran politique responsable du Cercle Libéraux des Réformateurs (CLR) parti politique issu de la majorité présidentielle et oncle du président gabonais Ali Bongo. Ce qui démontre la proximité du média avec le pouvoir. Toutefois, la HAC n'a pas manqué de censurer ladite radio lui reprochant de devenir une source de dérives permanentes virant à l'abus de la liberté d'expression au travers de son émission. Les paroles virulentes de son promoteur et principal intervenant de l'émission où la parole était donnée aux auditeurs avaient créés une sorte de défouloir suscitant « conjectures et récriminations » selon le régulateur des médias.

En outre, la HAC dans son attitude de répression n'a pas épargné les médias internationaux. La chaîne de télévision française *France 2* en paiera les frais. Elle écope d'une des sanctions les plus sévères par la HAC. Elle est suspendue du droit de diffuser ses programmes pendant une année au Gabon et ce, depuis le 22 août. La raison est la rediffusion, à quelques jours des élections législatives, d'un dossier sur la famille Bongo dans l'émission *Complément d'enquête*. Un documentaire dont la première diffusion en juillet 2017 intitulé *Le clan Bongo, une histoire française* avait offusqué les gabonais. Ce document à charge contre les Bongos révélait que la famille présidentielle reçoit 18% des recettes pétrolières auprès de Total Gabon et montrait les dessous de toute la vie luxueuse, dispendieuse de cette dernière pendant qu'une bonne partie de la population vit dans une précarité avérée. La rediffusion de ce documentaire à la veille du 17 août (jour de la fête de l'indépendance au Gabon) a été jugée « subversive » et sanctionnée parce que « de nature à troubler l'ordre public » et portant « atteinte aux institutions de la République, à la dignité d'autrui ». Pour la HAC, ce documentaire pourrait entraîner des risques à une « incitation à la sédition, à la haine, une invitation à l'incivisme et à la rébellion ». Soupçonné d'avoir influencé l'autorité de régulation pour prendre une telle sanction sur France 2, le gouvernement gabonais par l'entremise de son ministre de la Communication Guy Bertrand Mapangou se défendra en ces termes :

« Le 22 août 2018, la Haute Autorité de la Communication (HAC) a annoncé la suspension de trois médias nationaux et étrangers, dont la chaîne publique française, France 2. Cette décision a été prise par la HAC dans le cadre de ses missions sans aucune saisine ni interférence du Gouvernement. Le Gouvernement de la République, respectueux du principe de la séparation des pouvoirs et ses implications, prend acte de cette décision. Le Gouvernement rappelle que, depuis 1990, le pluralisme d'opinions, est un constituant de notre démocratie. Aussi, le Gouvernement œuvre-t-il constamment à la consolidation des Institutions indépendantes capables d'assurer le respect de ce principe cardinal en matière des droits humains, dont la France est le berceau »³⁵⁷.

³⁵⁶. « Presse écrite : Lin Joël Ndembet suspendu pour un mois », Gabonreview, 17 mars 2019.

³⁵⁷. Le Club de Médiapart, « Suspension de France 2 : Communiqué du Ministre Gabonais de la communication », blogs.mediapart.fr, 26 août 2018.

Toutefois, n'allant pas dans le sens de la déclaration du ministre de la Communication gabonaise sur l'indépendance et l'objectivité de la HAC en matière de pluralisme d'opinions, RSF estimera que le fait de suspendre les médias qui traitent des sujets d'intérêt général, le régulateur se positionne comme gendarme des intérêts du régime au lieu de défendre la liberté de la presse garantie par la Constitution. Mais après plusieurs réactions, la suspension d'un an de France 2 sera revue et ramener à trois mois.

Une autre télévision étrangère, la chaîne privée camerounaise Vision 4 sera suspendue pour six mois au Gabon pour avoir annoncé le 27 octobre 2018 la mort du président Ali Bongo lors de son AVC à Riyad, trois jours plus tôt. Malgré les excuses présentées par le rédacteur en chef de la chaîne, la HAC maintiendra sa sanction estimant que l'annonce de la mort supposée du chef de l'Etat par le média est « un mépris des règles élémentaires qui sous-tendent les fondements du droit à la communication, à savoir : l'honnêteté, l'exactitude de l'information ». Encore une fois, le régulateur va se servir de l'argument juridique portant sur l'atteinte à la vie privée et rajoute les éléments tels que les risques de déstabilisation à l'unité nationale, à l'ordre public, à la cohésion sociale et à la stabilité des institutions de la République gabonaise³⁵⁸.

Dans ce même élan, certains correspondants de médias internationaux se voient aussi muselés par l'autorité de régulation. C'est le cas du correspondant de la radio anglaise *BBC* service Afrique, Charles Stéphane Mavoungou qui a été sanctionné d'interdiction d'exercer son métier de journaliste sur le territoire gabonais pendant un mois. Il a été reproché à la chaîne de radio *BBC Afrique* d'avoir diffusé une information selon laquelle l'article 13 de la Constitution gabonaise, qui établit les mécanismes de la vacance du pouvoir, avait été activée par la Cour constitutionnelle, saisie par le Premier ministre. Or, cette information n'était nullement avérée. Le gouvernement par le biais du ministre de la Communication avait aussitôt apporté un démenti martelant que le président Ali Bongo était toujours le chef de l'Etat de la République gabonaise. Le journaliste Mavoungou s'était effectivement trompé dans la lecture de la décision de la Cour constitutionnelle qui avait simplement autorisé le vice-président de présider le conseil des ministres en l'absence du président de la République qui venait d'être hospitalisé à Riyad en Arabie saoudite à la suite de son AVC³⁵⁹. Une année plus tard, le 22 août 2019, c'est le correspondant de la Radio Française Internationale (RFI) au Gabon, Yves Laurent Goma, qui est suspendu d'interdiction d'exercer son métier pendant un mois. Pour avoir affirmé sur RFI, lors du 17 août 2019, que le président Ali Bongo ne s'est pas levé une seule fois pour saluer les troupes armées comme d'habitude, le journaliste Ngoma s'est rendu coupable, selon la HAC, de mensonge et d'insinuation. Cette information qui, pour l'instance de régulation, est inexacte sera perçue

³⁵⁸. « Mort supposé d'Ali Bongo : Vision 4 suspendue au Gabon », *Gabonreview*, 31 octobre 2018.

³⁵⁹. « Le correspondant de BBC interdit d'exercer son métier au Gabon durant un mois », *A.Libreville.com*, 16 novembre 2018.

comme une volonté malveillante mettant en cause l'intégrité physique du président du Gabon³⁶⁰.

Le 16 juillet 2019, un journaliste sportif et consultant pour *RFI*, Freddy Koula avait reçu une suspension de la HAC lui interdisant d'exercer son métier pendant six mois. Il lui a été reproché par l'institution de régulation d'avoir publié sur sa page *facebook* personnelle des témoignages de footballeuses de l'équipe nationale féminine qui se plaignaient des conditions d'hébergement dans lesquelles elles se trouvaient, mais aussi de révéler avoir subi des viols et agressions sexuelles de certains de leurs responsables. La HAC a ainsi saisi la chaîne de radio internationale *RFI*, émettant ses programmes au Gabon, pour lui demander de suspendre sa collaboration avec le journaliste mis en cause et vivant en France afin de respecter la sanction qui lui a été imputée. Tout cela, sans même attendre les conclusions de l'enquête demandée à cet effet par le ministre des Sports de l'époque, Alain Claude Bilie-By-Nze³⁶¹.

Au regard de cette pratique de sanctions systématiques, plusieurs voix vont se lever pour dénoncer cette politique de la Haute autorité de régulation des médias gabonais. Parmi elles, l'ONG Reporters Sans frontières par le biais de son responsable bureau Afrique, Arnaud Froger, se prononce sur la HAC en ces termes :

« Il n'est pas étonnant que les responsables des médias gabonais, lassés des suspensions arbitraires à répétition, ne se présentent même plus aux convocations d'un organe de régulation dont la politique de sanctions systématiques est en grande partie responsable de la chute du Gabon au Classement mondial de la liberté de la presse ces dernières années. La multiplication des suspensions arbitraires ou disproportionnées a créé un climat de défiance. Deux ans après l'entrée en fonction de la HAC, le constat est sans appel : cette politique, qui n'a d'autre but que de mettre les médias indépendants et critiques au pas, est un échec. Une réforme en profondeur du régulateur est indispensable pour que les journalistes et médias gabonais puissent à nouveau travailler sans crainte de représailles »³⁶².

Ainsi pour RSF, la nouvelle institution de régulation se discrédite et lance un signal inquiétant pour les journalistes qui voudraient enquêter sur des affaires touchant les hauts responsables politiques du pays. A peine deux ans que la HAC a été mise sur pied pour rectifier et remplacer les limites que comportaient le CNC en matière de liberté et de pluralisme que la nouvelle institution suscite le désarroi en reprenant les mêmes maux. Hormis RSF qui se prononce négativement sur les actions de la HAC, l'Organisation Patronale des médias du Gabon (OPAM) va dénoncer, elle aussi, les travers que manifestent l'institution avec laquelle est pourtant sensée travailler en étroite collaboration pour

³⁶⁰. « Le Gabon suspend l'accréditation du journaliste de RFI », *Africanews*, 23 août 2019.

³⁶¹. <https://rsf.org/fr/gabon-la-hac-r%C3%A9cidive-et-suspend-l-un-des-premiers-sites-d-information-du-pays>. Consulté le 22 décembre 2022.

³⁶². RSF, « Gabon : "la politique de sanctions systématiques des médias a créé un climat de défiance" selon RSF », *rsf.org*, 30 avril 2020.

l'amélioration du système médiatique gabonais. En prenant appui sur les déclarations du président de ladite organisation, Guy Pierre Biteghe, la HAC fait systématiquement recours à la sanction extrême alors qu'il y a d'autres dispositions préliminaires avant d'appliquer les mesures ultimes. Le code de la communication prévoit des sanctions intermédiaires que sont le droit de réponse, la mise en demeure et le rectificatif avant de parvenir à la suspension ou interdiction³⁶³. Pour l'OPAM, le régulateur se comporte en « père fouettard » de la presse. L'un des qualificatifs les plus utilisés pour nommer la HAC est celui de "gendarme des médias" comme pour désigner la pratique du bâillonnement de la presse qui caractérise désormais l'instance de régulation.

De même, certains acteurs politiques excédés par les nombreuses sanctions visant les médias, donc fragilisant la liberté de la presse et des opinions, se permettront aussi de monter au créneau pour faire savoir leur désapprobation face à cette situation. C'est dans ce registre que le président d'Ensemble pour la République, Dieudonné Minlama Mintogo, a adressé un blâme au régulateur des médias. Se défendant d'avoir fait partie de ceux ayant milité pour la réforme du CNC lors du Dialogue d'Angondjé³⁶⁴, l'acteur politique Mintogo regrettait le caractère antidémocratique dont se rendait coupable la HAC alors que l'objectif était justement de renforcer l'efficacité de l'institution. Cela passait par le fait de donner au nouvel organe de régulation un statut indépendant, lorsque le CNC avait plutôt un statut constitutionnel. Aussi, les réformes ont permis d'imposer à ce que la majorité des conseillers soient des professionnels de la communication. Bien que les membres soient toujours nommés par les instances républicaines que sont l'exécutif, le législatif le Sénat et la corporation, les politiques présents au dialogue national d'Angondjé espéraient que les nouveaux dispositifs instruits dans le cadre du fonctionnement de la nouvelle institution de régulation des médias gabonais allaient améliorer l'organisation du secteur médiatique. Malheureusement, au regard des nombreuses sanctions qui ne cessent de toucher les médias privés en priorité, notamment ceux critiques au pouvoir, Minlama Mintogo dit être désagréablement surpris des pratiques de cette institution. Il ajoute que pour avoir connu les nouveaux dirigeants de ladite structure officiellement indépendante, en qui, il a vu « *des militants de la presse, pour avoir subi des affres du bâillonnement, les censures arbitraires de la part des maîtres à penser* », il est fort regrettable que « *ces démocrates et hommes de presse s'adonnent à la sanction des médias tous azimuts, allant jusqu'à suspendre de parution les organes de presse pour des périodes parfois très longues* »³⁶⁵.

³⁶³. BBC News Afrique, « Guy Pierre Biteghe : au Gabon "la HAC fait systématiquement recours à la sanction extrême" », bbc.com, 28 août 2019.

³⁶⁴. Le dialogue national d'Angondjé est une concertation politique organisée au Gabon au sortir de la crise post-électorale de l'élection présidentielle du 27 août 2016. Ce rassemblement politique se déroulant du 28 mars au 26 mai 2017 regroupait le gouvernement du président Ali Bongo et une partie de l'opposition pour aboutir à des résolutions sur plusieurs réformes politiques et institutionnelles.

³⁶⁵. « Sanctions de la Hac : Le plaidoyer de Minlama », *Gabonreview*, 18 février 2019.

Face à ces multiples critiques sur l'institution, les membres de la HAC se défendent en se basant généralement sur le fait qu'aucune des mesures de sanctions qui ont été prises ne sortent du cadre des textes régis dans le code de la communication en République gabonaise. Argument que nous confiait le conseiller juridique de la HAC, Sylvestre Ondo Ebiaghe. Il renchérit en relevant la faiblesse de la formation adéquate des journalistes qui semblent ne pas toujours maîtriser les éléments liés à la déontologie du métier. D'où les nombreux dérapages que l'on retrouve dans les publications et diffusions de plusieurs médias qui, selon les autorités de la HAC, constituent des fautes et violations des principes du travail journalistique. Parmi les multiples délits éditoriaux souvent relevés par le régulateur dans les colonnes de la presse écrite et reportages de la presse audiovisuelle, on note les atteintes à la vie privée d'autrui et des institutions de la République, l'inexactitudes des informations frisant aux insinuations, l'abus à la liberté d'expression, l'incitation à la haine et le trouble à l'ordre public. Tels sont les abus et non-respect de la déontologie journalistique qui reviennent régulièrement dans les reproches que font les membres de la HAC et suscitent les sanctions aux médias nationaux. D'ailleurs, l'ancien président de la Haute autorité de régulation Raphaël Ntoutoume Nkoghe (2018-2022), lors d'une intervention dans le journal *Jeune Afrique* pour s'expliquer sur les multiples sanctions de la presse gabonaise et la propension de la structure à servir les intérêts du pouvoir, affirmait ce qui suit :

« La HAC est une institution indépendante chargée de la régulation du secteur de la communication. Telle est notre mission. Depuis notre prise de fonctions, nous n'avons jamais été saisis par le président de la République. Si nous étions au service de ses intérêts, nous aurions déjà fermé tous les journaux et plusieurs télévisions, au regard du contenu de leur production quotidienne. Je sais que c'est un fait difficile à accepter pour certains mais les médias au Gabon sont libres, beaucoup plus libres que dans certains pays qu'on pourrait qualifier de « donneurs de leçons »³⁶⁶.

Pour les responsables de l'organe de régulation des médias, les mesures prises par la HAC peuvent paraître lourdes, mais elles sont conformes à la loi qui, par ailleurs prévoit des moyens de recours si contestation, il y a de la part des sanctionnés. Aussi, l'institution mène un travail concret visant à améliorer la liberté d'expression. Il s'agit là de ramener en premier lieu le principe de "mise en demeure" comme premier niveau de sanction avant d'arriver à la suspension de publication ou interdiction d'activité pendant une période donnée comme c'est le cas actuellement. Elle, la HAC, se donne en plus comme objectif d'élargir la publicité institutionnelle aux médias privés afin d'aider ces organes d'information à sortir de la précarité financière qui les assaille (cette réalité économique va faire l'objet de développement dans le point qui va suivre).

De manière condensée, on peut dire que la Haute autorité de la communication semble se présenter à l'heure actuelle comme un obstacle au pluralisme de l'information

³⁶⁶. <https://www.jeuneafrique.com/621760/politique/suspension-de-france-2-au-gabon-la-hac-accuse-la-chaine-d-acharnement-et-de-gabon-bashing/>. Consulté le 24 décembre 2022.

dans le système médiatique gabonais. Les missions qui sont les siennes dont la promotion et la protection de la liberté d'expression et du pluralisme des opinions ont difficilement été effectives au regard des sanctions systématiques contre les médias. Bien que l'autorité de régulation se défend d'appliquer uniquement la loi via le code de la communication gabonais, il n'en demeure pas moins que l'on peut constater deux orientations subjectives qui reviennent assez souvent dans les sanctions faites aux médias nationaux comme internationaux :

- La première est que la plupart des réactions de la HAC contre les médias se révèlent lorsque des sujets critiques touchent le chef de l'Etat, son entourage, les membres du gouvernement ou les institutions de la République. Un état de fait qui fragilise la capacité des hommes de média à s'impliquer davantage sur des sujets polémiques ou sensibles qui vont à l'encontre des intérêts du régime et permet le débat démocratique ;
- La deuxième orientation caractérisant les limites des agissements de la HAC est la censure orientée quasi-exclusivement sur les médias privés proches de l'opposition ou ceux critiques au système. C'est à croire que les médias publics ou ceux proches du pouvoir sont plus consciencieux du respect de la déontologie que la presse indépendante. Or, des reproches sont régulièrement faits sur cette catégorie d'organe de presse dont le caractère partisan vis-à-vis du régime est très souvent mis en cause sans que cela ne suscite de la réaction auprès du régulateur. D'où le sentiment de « bourreau des médias gabonais » ou « bras armé de l'exécutif » que représente la HAC pour un certain nombre d'acteurs, tels les syndicats de la communication, les ONG, les politiques et les membres de la société civile gabonaise.

Ces caractéristiques néfastes au fonctionnement de la principale autorité de régulation des médias gabonais ne participent clairement pas à améliorer l'effectivité des critères du pluralisme dans le système médiatique. Mais bien plus délicat, la situation économique des organes d'information est aussi un indicateur important qui détermine la capacité d'un système médiatique à valoriser la liberté et le pluralisme. Dans le contexte gabonais, les conditions économiques de l'ensemble de la presse nationale restent un facteur défavorisant à l'expression du pluralisme des informations.

III.4.3. La faiblesse de la situation économique des médias comme limite du pluralisme

Historiquement et pour des raisons d'éthique, la profession du journalisme a souvent été considérée comme une activité plus axée sur du service public que sur la volonté de faire du profit. Julia Cagé dit à cet effet que les médias ne sont pas des entreprises comme les autres, c'est-à-dire, des organes qui ne sont point guidés prioritairement par le souci de

rentabilité³⁶⁷. Quand ils le sont, c'est le plus souvent au détriment d'une information de qualité. L'information journalistique est donc conçue comme un bien public sensé ne pas être influencé par des intérêts commerciaux ou politiques, mais plutôt servir au public des contenus crédibles, libres et indépendantes favorables au débat démocratique. Mais, il s'avère que comme toute entreprise exerçant dans un marché concurrentiel au regard de la pluralité des organes de presse, les médias tout comme les professionnels de l'information ne peuvent se passer de financement, donc d'une économie viable. Les médias d'information ne sont pas que des entités qui participent à la construction de l'opinion publique en impulsant les débats dans la société pour ainsi valoriser les principes de la démocratie. Ils sont aussi des entreprises dont l'activité repose sur des productions répondant à un marché où s'impose des impératifs de survie pour leur pérennisation. Car, s'il est vrai que les rapports de forces sociopolitiques influent dans le système médiatique, « *la capacité des médias à nourrir la vie démocratique dépend tout aussi étroitement de leur viabilité économique* » (Chupin, Hubé, Kaciaf, 2009)³⁶⁸. Comme le relève Toussaint-Desmoulin, pour assurer leur fonctionnement, les médias ont nécessairement besoin de capitaux croissants³⁶⁹. Raison pour laquelle, on ne peut manquer de faire le lien entre la dynamique des médias au sein d'un système médiatique, la qualité des informations qui en ressort et les conditions économiques de la production médiatique.

En Afrique subsaharienne, plus précisément dans les pays francophones d'Afrique centrale, l'économie des médias est à l'image de la situation de « transition politique » de ces Etats. Cela signifie que les freins et blocages que l'on peut constater dans le processus de démocratie sur le plans politique et économique de façon générale se reflètent dans l'économie « en transition » du système médiatique (Katrin Voltmer, 2013). Des contraintes socio-économiques qui limitent les entreprises de production de l'information dans leur contribution à l'éclosion du pluralisme, donc à la consolidation de la démocratie. De la Centrafrique, au Congo Brazzaville ou encore en République Démocratique du Congo (RDC) par exemple, les pratiques informelles qui traduisent à la fois le caractère désorganisé et infructueux du système économique des médias s'installent pratiquement comme une norme. On assiste à une forme de semi-clandestinité dans le fonctionnement de plusieurs médias. Certains titres n'ont pas de siège physique, à l'instar des journaux centrafricains comme *Le Démocrate* et *L'Hirondelle* qui, jusqu'en 2010 ne tenaient que dans le sac de leur directeur de publication. En RDC, même les médias qui répondent formellement aux normes juridiques et administratives font preuve de négligence lorsqu'il s'agit de transparence sur les noms des actionnaires, des sources de financement et des bilans annuels jamais déclarés,

³⁶⁷. « Lectures », *Hermès, La Revue*, 2015/3 (n° 73), p. 259-270. DOI : 10.3917/herm.073.0259. URL : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2015-3-page-259.htm>

³⁶⁸. Chupin Ivan, Hubé Nicolas, Kaciaf Nicolas, *Histoire politique et économique des médias en France*, Paris, La Découverte, 2009, p. 113.

³⁶⁹. Toussaint-Desmoulin Nadine, *L'économie des médias*, Paris, PUF, 2011, p.5.

bien que ces contraintes soient souvent exigées par la loi sur la presse (Marie-Soleil Frère, *op. cit.*)³⁷⁰. Les organes de régulation n'ayant pas toujours les moyens aisés de contrôle, ces irrégularités dans l'organisation et le fonctionnement des médias s'accroissent et les pratiques informelles se normalisent. Des médias dits associatifs, communautaires ou religieux fonctionnent comme des organes d'informations générales en traitant des sujets qui sortent de leur ligne éditoriale et en générant des revenus issus de la publicité commerciale alors que leur statut ne les y autorise pas (Stéphane Boulc'h, 2003)³⁷¹. La précarité financière due en général au manque d'investissement dans le secteur des médias (y compris dans les infrastructures publiques) est une caractéristique des organes d'information et du travail des journalistes dans ces pays d'Afrique francophone. Les entreprises médiatiques ont du mal à obtenir une situation économique stable. Ce qui engendre une masse salariale souvent très réduite, avec un personnel très mal rémunéré et des salaires irréguliers, sans la garantie d'une stabilité d'emploi³⁷².

Au Gabon, la situation économique des médias est pratiquement la même que celle des autres pays de la sous-région (Afrique centrale), sinon de l'Afrique francophone subsaharienne comme nous l'indiquions précédemment. Que ce soit dans les médias publics que privés, la quasi-totalité des organes de presse n'échappe pas à cette réalité économique. Dans le cadre des organes d'information publique, la crise financière remonte depuis la crise économique de 1980 avec la dévaluation du Franc CFA ayant paralysé beaucoup de pays africain. Malgré les aides de l'Etat pour tenter de sauver les médias publics qui présentaient déjà une forte image de désolation et de pitié, le secteur n'a pu véritablement se relever comme il fallait. La peine dans laquelle se trouvait la principale chaîne d'information nationale, appelée à l'époque la Radiotélévision gabonaise (RTG), était telle que le Directeur général Paul Mbadinga posait sa démission en déclarant : « *c'est un véritable soulagement, parfois on peut y laisser sa vie. Vous travaillez dans une maison où vous ne disposez de rien pour agir, pas de moyens roulants, pas de moyens financiers, pas de moyens matériels, pas de structures. C'est une véritable catastrophe...* » (Enam A.H., 2006)³⁷³. Depuis cette période jusqu'à l'heure actuelle, les médias publics ont du mal à se relever et l'on assiste à des grèves incessantes des agents publics pour revendiquer des meilleures conditions de travail. En octobre 2019, le Syndicat des professionnels de la communication (Syprocom), les agents des organes de presse publique observaient une grève générale pour s'insurger contre le traitement salarial réservé aux communicateurs de l'audiovisuel public. Le président de ce syndicat affirmait que de 1992 à 2016, les agents des chaînes de télévision et radio publiques

³⁷⁰. Frère M-S, « L'économie des médias en Afrique francophone, in *Journalismes d'Afrique, opcit.*, p. 261.

³⁷¹. Boulc'h Stéphane, *Radios communautaires en Afrique de l'Ouest : Guide à l'attention des ONG et des bailleurs de fonds*, Bruxelles, COTA, 2003.

³⁷². Frère M-S, *opcit.*, p. 272.

³⁷³. Enam Alain Henry, *L'audiovisuel en Afrique francophone : du monopole à la régulation publique*, thèse de doctorat en Droit public, Université de Paris 2 Assas, 2009, p.233.

sont mal payés³⁷⁴. La plus récente est la grève générale illimitée initiée en février 2022 par les communicateurs des médias publics réunissant le Syndicat des professionnels de la communication (Syprocom) et le Syndicat national des professionnels de l'audiovisuel public (Synapap). Il s'agit là de l'ensemble des entités formant le secteur de la communication publique au Gabon dont Gabon Télévision, Radio Gabon, l'Institut gabonais de l'image et du son (Igis), l'Agence gabonaise de presse (Agp) et l'Economie numérique. Revenant sur les mêmes problèmes auxquels sont confrontés les agents publics, ils dénoncent les mauvaises conditions de travail, l'intégration à la fonction publique pour beaucoup d'entre eux dont certains comptabilisent plus de vingt ans d'attente, le paiement des salaires impayés depuis plusieurs mois et la revalorisation du salaire pour certains qui se contentent d'à peine 100.000f (153 euros) à 150.000f (229 euros). Aminata Ondo, présidente du syndicat des médias publics, se demandera à cet effet, « (...) *Nous sommes des médias au service de l'État. Comment des médias au service de l'État peuvent se retrouver dans un dépouillement, un appauvrissement qui ne dit pas son nom ?* »³⁷⁵. Même la nouvelle chaîne proche du palais présidentiel, célébrée en toute pompe lors de son inauguration à la veille de l'élection présidentielle de 2016, va connaître le même sort quelques mois à peine sa création. De peur d'être licenciés, les agents qui y travaillent ne font pas de bruit malgré les arriérés de salaires à tel enseigne que certains sont partis de la chaîne sans avoir pu réclamer leur dû³⁷⁶.

La situation dans les médias privés est autant difficile, sinon parfois plus délicate. On relevait déjà les problèmes de trésorerie d'Africa n°1 depuis plusieurs années au point où la chaîne de radio panafricaine, autrefois symbole de réussite et de fierté africaine, a définitivement fermé ses portes en 2019. Elle laissera plus de cent agents décédés dans un état de pauvreté avéré, car n'ayant pas pu obtenir leur droit bien avant³⁷⁷. La chaîne de télévision *TéléAfrica* appartenant à la famille présidentielle n'est point épargnée par ce phénomène de paupérisation dans la presse gabonaise. Les journalistes travaillant dans cet organe d'information privé se retrouvent dans une profonde crise financière depuis plusieurs années, surtout depuis le décès de son fondateur Omar Bongo Ondimba en 2009. Malgré les sollicitations du personnel auprès du PCA de la chaîne, Pascaline Mferri Bongo Ondimba (sœur du président actuel, Ali Bongo Ondimba), pour trouver des solutions, rien n'y fait. Les agents du média ont des impayés de plusieurs mois et du matériel de travail de plus en plus vétuste sans que cela n'émeuve les responsables. Pour montrer à quel point la situation du journaliste est dramatique et froisse la vie sociale de ces derniers, un agent de *TéléAfrica* témoigne en ces termes : « *Certains d'entre nous sommes chassés de nos loyers,*

³⁷⁴. « Les communicateurs gabonais réclament une meilleure répartition de la redevance audiovisuelle », *BBC News Africa*, 7 octobre 2019.

³⁷⁵. « Radio Gabon/ le personnel en grève au ministère de la communication », *Pyramidmediasgabon*, 10 août 2022.

³⁷⁶. *Gabon Eco*, 27 novembre 2018.

³⁷⁷. « Africa N°1 : 41 ans et 105 morts au compteur », *Gabonreview*, 7 février 2022.

car les bailleurs ne supportent plus qu'ils soient longtemps impayés. Nos enfants, pour la plupart, sont chassés de leurs écoles faute de paiement de scolarité. Nous sommes à la merci de toutes les humiliations... »³⁷⁸.

La presse écrite n'est pas en reste dans cette sinistre situation économique. En effet, selon Reporters sans frontières, la crise des matières premières en 2014 et la crise sanitaire mondiale en 2020 a davantage fragilisé l'état des finances des journaux nationaux. Le marché de la publicité, pas déjà très développé dans la sphère médiatique gabonaise, s'est encore rétréci, allant jusqu'à provoquer la faillite de plusieurs médias. A cela, il faut rajouter le fait que le monde des affaires étant très politisé au Gabon, les annonceurs évitent très souvent, et ce par prudence, de communiquer avec les titres, stations de radio et chaînes de télévision critiques au régime³⁷⁹. Ce qui est un grand manque à gagner pour les entreprises d'information indépendante. De même, il arrive que certains de ces journaux privés et hostiles au pouvoir ne bénéficient pas des subventions de l'Etat. Subventions qui, par ailleurs sont très insuffisantes et ne représentent pas grand-chose par rapport aux charges des médias qui la reçoivent³⁸⁰.

Sur le phénomène de la crise économique qui semble caractériser le système médiatique gabonais, on peut être surpris de constater, qu'aussi bien les médias d'Etat que les médias privés qui sont la propriété de la famille présidentielle ou des proches du pouvoir connaissent les mêmes difficultés financières comme les entreprises de presse indépendante. Sachant que dans le système économique du pays, les personnalités politiques proches du régime sont à la fois des hommes d'affaire possédant des investissements dans plusieurs secteurs d'activité, de facto, ils sont souvent considérés comme les plus nantis. Aussi, le marché des annonceurs paraît plus favorable aux médias publics du fait justement de l'influence politique défavorable à la presse critique. Ces deux éléments devraient pourtant jouer en faveur des médias publics et des médias privés proches du pouvoir en termes de financement. Or, la situation de précarité que traverse les professionnels des organes d'information publique peut laisser supposer qu'il y a un problème de gestion à la fois des ressources humaines et de financement. D'un côté, il a parfois été reproché au sein de Gabon Télévisions des nominations à des postes de responsabilité qui ressemblent à des « parachutages » ou copinages qui ne reposent pas toujours sur des critères de compétence. On a eu le cas en juillet 2019 où le Conseil des ministres nommait un sergent-chef de l'Armée de terre comme chef de service chargé de la logistique. Ou encore, Sébastien Ntoutoume, ancien Directeur Général de Gabon télévisions et partisan du parti au pouvoir, à qui la presse critique a accusé d'avoir installé des proches à

³⁷⁸. « Télé Africa/ Les journalistes en difficulté, sans salaire et de mauvaise humeur », *Gabonews*, 6 avril 2022.

³⁷⁹. <https://rsf.org/fr/pays/gabon>. Consulté le 5 janvier 2023.

³⁸⁰. Propos issus de l'entretien avec Harold Leckat Igassela, Directeur général de GabonMediaTimes, à Libreville le 28 février 2020.

des postes de responsabilité sans que ces derniers n'aient le profil adéquat. D'où l'appellation RTPDG (Radiotélévision du parti démocratique gabonais) pour montrer le dysfonctionnement du principal média d'Etat³⁸¹.

En ce qui concerne la presse privée, les difficultés financières de plus en plus accentuées entraînant une forme de clochardisation de la vie sociale et professionnelle du journaliste trouvent leurs causes dans les éléments susmentionnés à l'instar du marché rétréci de la publicité et des consommateurs des informations, l'embarras des grandes entreprises commerciales à communiquer dans les médias proches de l'opposition, les subventions insignifiantes de l'Etat. Notons aussi que les sanctions à répétition de la HAC sur les médias indépendants ont un impact négatif sur leur santé financière. Chaque fois qu'un organe de presse prend une suspension pendant une longue durée, c'est son chiffre d'affaires qui prend un coût. Dans un domaine où il est déjà difficile d'avoir une stratégie de financement viable avec un modèle économique toujours balbutiant, sanctionner davantage la presse nationale, c'est donc participer d'une certaine manière à la faillite et au déclin d'un certain nombre de média.

Travailler dans un système médiatique aussi complexe pour la presse, c'est-à-dire, un contexte politique muselant, une régulation presque liberticide, un modèle économique instable ne contribue pas à améliorer la qualité du pluralisme dans les organes d'information. C'est face à ces problèmes que les syndicats dans le milieu de la communication doivent se mobiliser pour défendre les intérêts de la corporation et apporter des pistes de solution. Dans le cas gabonais, les organisations syndicales ont un rôle fondamental à jouer dans le processus d'émancipation de la presse et des journalistes. Le dynamisme impulsé par les syndicats au sein de la société est un facteur non négligeable comme indicateur du pluralisme. Toutefois, l'influence que représente les syndicats dans le domaine de la communication semble présenter d'énormes faiblesses par rapport aux défis de l'heure.

III.4.4. L'implication des syndicats de la communication dans l'émancipation des médias et des journalistes : Des organisations dispersées et peu influentes

Le dictionnaire Larousse définit le syndicalisme comme un mouvement regroupant des personnes partageant la même profession afin de défendre leurs intérêts. Edward Webster fait remarquer que les mouvements de syndicat en Afrique ont toujours manifesté un engagement politique depuis la période de lutte anticoloniale jusqu'aux combats à l'heure actuelle, et ce, pour le rayonnement de la démocratie. Pour mieux comprendre les mutations de l'action syndicale sur le continent, l'auteur détermine trois phases de son évolution. La première phase est celle qui a consisté à la revendication commune de

³⁸¹. « Nominations à palabre à Gabon Télévisions. Le grand ménage de Sébastien Ntoutoume », *Moutouki*, 1^{er} août 2019.

l'émancipation des Etats africains contre le colonialisme. Durant cette phase, Ils (les syndicats) ont tissé des liens étroits avec les mouvements de libération nationale. La deuxième phase est celle des indépendances et de la gestion des pays souverains par les régimes autochtones qui se lancèrent dans les projets de développement et de création d'emploi dans le secteur public. Pendant cette période, les syndicats autorisés à exister seront assujettis aux partis politiques dominants, car c'est la période du parti unique dans la plupart des pays d'Afrique nouvellement sortis de la colonisation. Enfin la troisième phase est celle qui apparaît dans les années 1990 symbolisant la période du renouveau démocratique, mais aussi la période des ajustements budgétaires qu'imposent les institutions financières internationales aux Etats africains qui s'étaient fortement endettés pendant la décennie de 1970 à 1980. Une situation économique créant des crises sociales entraînant des pertes d'emploi généralisés. Ce qui suscitera chez les syndicats et les travailleurs des mouvements de protestation contre le régime du parti unique³⁸². Au fil du temps, les syndicats en Afrique luttent et progressent incessamment à s'extirper de la domination du pouvoir politique afin d'assurer sa propre autonomie de fonctionnement et de prise de décisions, et surtout parvenir à influencer sur la conduite des politiques publiques ou gouvernementales. L'activité syndicale est ainsi profondément liée aux enjeux sociopolitiques de la société. Et c'est dans ce cadre que tout en s'efforçant de garder une certaine distance, les associations syndicales entretiennent très souvent des rapports stratégiques ou d'alliance à définir avec des acteurs ou partis politiques.

Au Gabon, la collusion syndicats, partis et pouvoir politique a commencé depuis les années 1950 avec l'éveil des consciences mené par les mouvements anticolonialistes tel qu'on l'a précisé plus haut. Cette relation s'est poursuivie sous le régime autoritarisme de Léon Mba dès 1961. Avec ce dernier, n'appréciant pas les critiques sur sa politique basée sur l'idée de la construction nationale, le syndicalisme est vu d'un mauvais œil et il va œuvrer à prendre des mesures sévères pour neutraliser toute intention de révolte et adopter une position rigoureuse et méfiante à l'égard de tout syndicat. Le coup d'Etat manqué en 1964 est une aubaine pour le premier président gabonais qui va se servir de cette occasion pour durcir davantage les restrictions à la liberté syndicale. L'arrivée d'Albert Bernard Bongo en 1967 à la tête du pays ne changera pas grand-chose, car la vision sur l'utilité des syndicats est la même que celle de son prédécesseur. En supprimant le multipartisme, le nouveau président supprimera aussi le pluralisme syndical. Dès lors, s'installe le syndicalisme unique avec la création de la Confédération Syndicale gabonaise (Cosyga) devenant aussitôt le seul partenaire social du gouvernement. « L'omniprésence et l'omnipotence du PDG dans toutes les sphères de la vie politique, économique, sociale et culturelle obligèrent toute expression revendicative de se faire à l'intérieur de ce parti »³⁸³. Pour le régime, la stratégie de cette

³⁸². Webster Edward, « Syndicats et partis politiques en Afrique : nouvelles alliances, stratégies et nouveaux partenariats », dans *La Coopération syndicale internationale. Document d'information*, n° 3, 2008.

³⁸³. Sabi-Djaboudi A.F., *Politique(s) de communication, enjeux et défis de la mondialisation*, opcit, p. 268.

méthode était d'utiliser le syndicat afin de contrôler l'opinion, canaliser tout mouvement subversif et étouffer les revendications s'il le faut, et mobiliser les masses ouvrières pour dynamiser l'action du parti.

La première lueur d'organisation syndicale dans le domaine de la presse regroupait principalement des journalistes du secteur public et était incorporée à l'intérieur du Cosyga, l'unique syndicat affilié au pouvoir en place. Ce qui laissait entendre qu'il s'agissait plutôt d'un moyen de mobilisation menant vers un journalisme militant. C'est en 1973, qu'une première tentative d'organisation purement professionnelle appelée *Amicale des journalistes* va apparaître. Elle sera suivie en 1975 de *l'Union des journalistes professionnels du Gabon*. Et dès 1990, avec la Conférence nationale du 23 mars au 19 avril 1991 ramenant le multipartisme, un certain nombre de syndicats du secteur de la communication va progressivement émerger. Cependant, à l'ère du renouveau démocratique, le mouvement du syndicalisme continue à être fragile et aura du mal à éclore à cause surtout de l'imbrication du pouvoir politique qui est resté très prégnante dans l'organisation des médias au Gabon, malgré l'ouverture au pluralisme.

Après plus de trois décennies, très peu d'organisations syndicales dans le domaine des médias audiovisuels et écrits ont vu le jour. Sur le plan juridique, aucune disposition légale ne limitera les journalistes et agents du secteur à adhérer à des syndicats de leur choix. Mais, n'ayant pu réaliser un syndicat regroupant en son sein la multitude et diversité des acteurs de la presse nationale pour en constituer une véritable force d'influence, les associations professionnelles du journalisme sont dispersées en petit groupe. Ce qui fragilise davantage la teneur de leur implication dans les luttes pour l'amélioration des intérêts de la corporation, sachant que les pesanteurs politiques ne facilitent guère leur essor. En termes d'association, L'Union des Presses Francophones³⁸⁴ section Gabon (UPF – Gabon) est l'une des structures de la profession journalistique des plus actives sur le plan national. Elle est une organisation internationale non gouvernementale rassemblant des journalistes ayant en partage la langue française. La section gabonaise de cette institution donne aux journalistes adhérents la possibilité de bénéficier des séances de formation à l'intérieur comme à l'extérieur du pays. Elle participe de ce fait aux réflexions sur l'amélioration de l'environnement médiatique gabonais.

³⁸⁴. L'Union internationale de la presse francophone (UPF) est la plus ancienne association francophone de journalistes à travers le monde et reconnue par les organisations internationales telles l'Organisation des Nations Unies (ONU), l'Organisation internationale de la francophonie (OIF) et l'Organisation des nations unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO). Elle est née en 1950 sous le patronyme originel d'Association internationale des journalistes de langue française (AIJLF), une initiative franco-canadienne. Répandue dans 110 pays ou régions du monde dont le Gabon, l'UPF a pour vocation principale de défendre et développer la liberté de la presse et des journalistes dans les Etats où elle est implantée, ainsi que de favoriser à l'international les relations entre les acteurs de la presse, les instruments médiatiques dont le français est la langue de communication.

Le secteur public est le lieu où les syndicats des professionnels de la communication ont le plus émergé, contrairement au secteur privé qui, pendant plusieurs années est resté sans représentation ou formation syndicale. Ainsi, au niveau des organes d'information publique, le Syndicat des professionnels de la communication (SYPROCOM) qui regroupe essentiellement les professionnels des médias publics est l'un des plus représentatifs. Plusieurs fois, les agents composant cette entité ont eu le courage de dénoncer les dysfonctionnements des médias publics et les conditions déplorables dans lesquelles les journalistes et agents extérieurs de ce secteur fonctionnent. En 2018, constitué des groupes Radio Gabon et Gabon télévision, le syndicat a lancé une grève inédite (par son ampleur) pour dénoncer l'ingérence du pouvoir dans la rédaction et le non-paiement des arriérés de salaire. En perte de crédibilité du fait d'apparaître comme de simple relai de la communication gouvernementale, plus de sept cents employés des deux groupes de l'audiovisuel public ont décidé d'exprimer leur mécontentement en réclamant leur indépendance éditoriale vis-à-vis des autorités politiques en tête desquelles le ministre de tutelle³⁸⁵. Malgré les nombreuses actions du Syprocom pour l'amélioration des conditions de travail des agents des organes d'information publique, les réalités sont pratiquement restées les mêmes.

En 2022, une autre organisation nommée Syndicat national des personnels de l'audiovisuel public (Synapap) est revenue sur les mêmes problèmes de salaire, de statut et d'indépendance des journalistes de Radio Gabon. Par l'entremise de la présidente du syndicat, Aminata Ondo, la Synapap va relever principalement les préoccupations liées aux impayés de salaire, aux intégrations et aux postes budgétaires du personnel³⁸⁶. Dans le secteur public, d'autres syndicats marquent leur présence quant à la défense des conditions de travail des journalistes, à l'instar du Syndicat de l'Union des journalistes de Gabon Télévision et le Syndicat des professionnels de l'Agence (SPA), une émanation de l'Agence gabonaise de presse. A côté des syndicats des professionnels de médias publics, l'Organisation patronale des médias du Gabon (OPAM) est une des rares organisations syndicales des médias privés reconnues. Elle est née en 2017 par la volonté de responsables de médias dits indépendants et dont le but est de réunir des patrons et des journalistes de la presse privée « libre » afin de défendre les droits de ses membres contre les pressions sur la presse, renforcer la formation par des participations à des rencontres d'organismes internationaux et réfléchir sur les mécanismes de financement des médias indépendants³⁸⁷. Elle est l'organisation syndicale des médias privés qui se rend mieux visible par ses actions et semble la plus organisée. D'autres organisations privées moins connues participent à cette

³⁸⁵. <https://rsf.org/fr/gabon-l-audiovisuel-public-d%C3%A9clenche-une-gr%C3%A8ve-in%C3%A9dite>. Consulté 17 janvier 2023.

³⁸⁶. « Médias : les agents de Radio Gabon menacent d'entrer en grève le 26 août prochain », Gabonmediatime.com.

³⁸⁷. « L'importance d'une organisation patronale des médias dans le contexte gabonais », lunion-archives.org.

mouvance syndicale telles le Cercle des patrons de la presse privée en ligne (Cppl) et l'Union des patrons de la presse indépendante du Gabon (Uppig).

Toutefois, à côté des syndicats qui, dans le cas d'espèce, a pour objectif la lutte pour les droits de la corporation journalistique auprès des supérieurs hiérarchiques ou des autorités publiques, il y a aussi des organisations associatives réunissant les professionnels de l'information mais dont les actions demeurent sans grand écho. Ces organisations se distinguent des syndicats du fait de leur statut qui ne leur confère pas le droit de grève par exemple, mais ont plutôt l'objectif de former des groupes professionnels d'intérêt commun pour valoriser un certain nombre de valeurs liées à leur activité. C'est le cas des structures telles que l'Association de la presse privée Ecrite Libre, l'Association professionnelle des femmes africaines de communication, Gabon presse libre et l'Association des journalistes en ligne. Dans le domaine du sport, l'Union gabonaise de presse sportive a remplacé l'Association de presse sportive indépendante en 2020 dans le but de fédérer l'ensemble des journalistes sportifs autour des valeurs de solidarité et d'union pour le rayonnement du journalisme sportif sur le territoire national.

On dénote tout-de-même que malgré ces différents syndicats et associations du monde professionnel des médias publics comme privés, le journalisme au Gabon reste un secteur d'activité peu reluisant. C'est à croire que les actions des organisations syndicales manquent d'efficacité pour arriver à améliorer les conditions de travail des journalistes. Bien entendu, le pouvoir des syndicats est limité à la revendication des droits et meilleures conditions de travail de ses membres. Les transformations globales de l'activité professionnel étant du ressort des hautes autorités, et dans une moindre mesure, des responsables hiérarchiques des organes de presse, les syndicats ont néanmoins le pouvoir d'influencer les décisions liées à leur métier et ainsi aider à améliorer les conditions de travail. Or, les syndicats des professionnels de l'information gabonais semblent souffrir d'une faiblesse d'influence avérée. Ceci peut s'expliquer par plusieurs raisons :

- La précarité des journalistes que ce soit dans les médias publics ou dans les médias privés est un frein majeur à la participation et la mobilisation des syndicats. Dans les médias publics, l'instabilité financière du personnel non-fonctionnaire réduit à des salaires dérisoires et irréguliers entrave toute appétence d'action syndicale. Cette catégorie du personnel s'inquiétant des sanctions de la hiérarchie et de perdre ainsi le peu de revenu qu'elle possède. Au niveau des agents de la presse privée, la situation financière est encore plus chaotique. Ce qui constitue une démotivation à créer ou à intégrer un syndicat à partir du moment où cela demande des contributions des membres pour asseoir les finances de l'organisation.
- L'absence d'une grande centrale syndicale pour les professionnels de la presse pour constituer une force de mobilisation des intérêts de la corporation. Les syndicats du secteur public et privé sont dispersés et se retrouvent à des effectifs négligeables. Ce

qui est une faiblesse en termes de mobilisation. La principale cause de ces groupuscules de syndicats peut être relative aux perceptions différentes entre professionnels du rôle et posture du journalisme dans la société. Certains médias proches du pouvoir ont des postures de simple relai de l'information du régime, voire de la communication gouvernementale et n'orientent leurs nouvelles que pour valoriser les actions de l'Etat ou d'incriminer les nouvelles issues de la presse indépendante dite proche de l'opposition. Ce conflit entre les acteurs de la presse a pu s'observer dans le traitement de l'actualité ou de la médiatisation de « l'Opération Scorpion »³⁸⁸. Les membres des syndicats de l'Opam, de l'Uppig et de la Cppl vont fustiger l'attitude des médias dits « du palais » pour la versatilité de leur plume éditoriale. Pour les membres de ces syndicats, les médias à la solde du pouvoir n'obéissent qu'aux intérêts de qui détient le pouvoir, quitte à se contredire parfois lorsque le vent du pouvoir change d'individus. Ce fut le cas dans la manière de traiter l'ancien directeur de cabinet du président et son entourage lorsque ces deniers qui, hier encensés par les médias d'Etat et certains médias privés, se sont retrouvés vomis par ces mêmes médias lorsque ces personnalités ont été remises en cause dans l'opération Scorpion³⁸⁹. A contrario, certains médias « du palais » ont indexé des médias privés dits « indépendants » d'avoir bénéficié de l'argent issu de cette corruption parce qu'ils relativisaient la responsabilité des accusés s'attardant plus sur les manquements de la justice dans cette affaire. Cet exemple illustre la complexité des professionnels de l'information des médias gabonais à pouvoir s'entendre et se réunir autour d'une même centrale syndicale afin de former une véritable force de mobilisation.

- La prolifération de médias fantoches avec du personnel qui manque parfois d'une rigoureuse formation. Ce phénomène est un sérieux handicap pour la construction de structures syndicales efficaces, car il faut que de telles organisations possèdent en leur sein des professionnels compétents capables de comprendre les enjeux des luttes et de pouvoir défendre leurs intérêts avec la force des arguments. Or, avoir des médias pilotés par des personnalités tapies dans l'ombre qui ne se soucient point de la déontologie et de l'éthique du journalisme, en employant du personnel pas toujours bien qualifié, crée du désordre et de la confusion entre les professionnels.

³⁸⁸. L'Opération scorpion est une campagne anticorruption lancée par le gouvernement gabonais dès décembre 2019. Cette opération suivant les deux opérations « Mamba » en 2017, avait surtout été motivée par la volonté d'incarcérer les membres liés au mouvement de ce que l'on a appelé « la galaxie BLA ». Il s'agissait de la montée en puissance politique et dans les administrations d'un certain nombre de personnalités autour de Brice Lacruche Alihanga, ancien Directeur de cabinet de la présidence de la République. Soupçonnant ce dernier et son entourage politique de malversations financières des deniers publics, ils seront poursuivis et incarcérés après des jugements dont la crédibilité sera remise en cause par certains médias et des observateurs extérieurs. On reprochera à la justice de protéger les membres de la famille nucléaire du chef de l'Etat dont les noms avaient été cités comme bénéficiaires de ces détournements.

<https://www.gabonreview.com/operation-scorpion-la-procedure-et-le-soupcon/>. Consulté le 25 janvier 2023.

³⁸⁹. « Cabale contre la presse : L'Opam et ses alliés accusent et sont prêts à rendre coup pour coup », Gabonreview.com.

On se retrouve avec un système médiatique désorganisé avec d'un côté des professionnels qui, tant bien que mal, tentent de respecter les règles liées à leur métier et les autres qui ne sont que des agitateurs de la propagande. D'où la difficulté de créer harmonieusement des syndicats capables de défendre les droits de la corporation.

III.5. Résumé

Ce chapitre a eu pour objectif essentiel de répondre à la première hypothèse de notre problématique, posant que le système médiatique gabonais est relativement favorable à l'expression du pluralisme de l'information. C'est dire qu'ici, il a été question d'étudier l'état du système médiatique gabonais en identifiant des éléments d'appréciation précis pour évaluer le niveau du pluralisme possible dans le fonctionnement des acteurs et organes de presse. Ceci dans le but de déterminer au préalable le contexte médiatique général dans lequel la presse en ligne est immergée, et si cet environnement privilégie le pluralisme en matière d'information. Les indicateurs d'évaluation mis en perspective tournent principalement autour de l'idée d'indépendance et de liberté des organes de presse et des professionnels. Ainsi, la focale a été mise sur les indicateurs que sont : l'indépendance politique des médias ; l'indépendance économique des entreprises de presse ; l'indépendance et l'objectivité de l'autorité de régulation des médias ; l'indépendance et l'influence des syndicats des professionnels.

Pour ce qui est de l'indépendance politique des médias, une analyse diachronique à partir d'une approche historique mettant en exergue l'évolution des faits politiques et les transformations dans le monde de la presse a été essentielle. Elle nous a permis de voir, dans un premier temps, comment les mouvements politiques ont influé dans l'évolution du pluralisme de la presse nationale. Puis, dans un second temps, on a pu voir que le système médiatique gabonais est fortement resté lié à l'influence politique dont il n'a pu se défaire depuis l'époque coloniale, en passant par la période d'indépendance jusqu'à l'ère du renouveau démocratique, toujours balbutiant à l'heure actuelle. Les luttes démocratiques ayant permis la ratification du Gabon sur les traités internationaux en faveur de la liberté d'expression, de la communication et de la presse, ainsi que les lois internes inscrites dans la Constitution nationale et le Code de la communication gabonaise pour défendre le pluralisme, ont apporté certaines avancées, mais qui restent discutables dans la pratique. Déjà, on peut observer la multitude de types de médias (télévision, radio, journaux et maintenant presse en ligne) qui existe sur le territoire national. Partie d'une presse d'opinion, où les médias étaient en majorité la propriété d'acteurs politiques, à une presse publique et privée visant davantage l'indépendance face aux intérêts politico-économiques (selon les modalités établies par la Loi), la réalité du terrain présente des paradoxes. En effet, malgré l'abondance d'organes d'information dans le pays et les lois protégeant l'indépendance de la presse gabonaise, les pesanteurs politiques continuent d'ébranler le

fonctionnement de la plupart des médias. Cette situation se traduit par l'implication directe du pouvoir politique dans l'organisation et la rédaction des médias publics faisant de cet organe d'information un instrument de communication gouvernemental et de propagande politique en temps d'élection. Pour ce qui est des médias traditionnels privés, la plupart étant proche ou indirectement la propriété de leaders politiques, la soumission aux idéologies politiques du responsable est inéluctable, surtout en temps d'élection. Ce qui permet de déduire qu'en matière d'indépendance politique, la plupart des médias gabonais sont soumis au dictat des intérêts politiques malgré quelques résistances minoritaires de médias dits indépendants.

En ce qui concerne l'indépendance économique, l'accent a été mis sur l'état général de la situation financière de la presse gabonaise et les conditions socioprofessionnelles des journalistes. Relever cet aspect des médias est fondamental pour analyser le pluralisme, car les médias sont, avant tout, des entreprises ayant besoin de revenus pour fonctionner, se pérenniser et assurer leur indépendance. En s'appuyant sur des travaux et rapports qui ont été faits sur la question, nous sommes arrivés à observer plusieurs carences : la faiblesse du marché journalistique (le nombre assez réduit de la population face à la quantité assez conséquente des organes de presse) ; la difficulté du marché publicitaire pour les médias privés (la politisation du monde des affaires contre les médias privés hostiles au pouvoir) ; l'inadaptation relative des modèles économiques adoptés (les médias publics comme privés peinent à trouver des stratégies de financement et de revenus rentables) ; et le montant dérisoire de la subvention de l'Etat (un financement infime au regard des charges des organes d'information). Ces manquements ont pour conséquence, l'instabilité financière des entreprises de presse, la précarisation des journalistes, et par extension, la vulnérabilité de la presse et des professionnels face à la corruption. C'est ainsi qu'un certain nombre de journalistes se retrouvent avec des salaires insignifiants et irrégulièrement payés, surtout ceux issus de la presse privée, mais sans pour autant épargner ceux des médias publics. Pour essayer de s'en sortir dans cette activité précaire, beaucoup se lancent dans ce que l'on appelle « le paiement de taxi » ou en expression locale « le gombo » lors des reportages. Il s'agit là de revenus insignifiants remis à des journalistes par les promoteurs d'un évènement à couvrir afin de s'assurer de la bienveillance de ces derniers dans leurs rendus médiatiques. Aussi, les politiques, les hommes d'affaire et même les annonceurs se servent de ce handicap pour asservir les hommes de médias à leur volonté. On constatera d'ailleurs que la plupart des médias de télévision, certaines radios et une bonne partie des journaux qui arrivent à maintenir un certain équilibre économique sont le plus souvent la propriété d'acteurs politiques. Ce qui revient à dire que la situation socioéconomique des professionnels de l'information qui devait permettre d'acquérir une certaine indépendance dans le fonctionnement des entreprises de presse n'y est pas.

Quant à l'indépendance de la Haute autorité de la communication, la principale entité de régulation des médias au Gabon, elle semble ne pas bénéficier pleinement de son statut d'administration indépendante. Déjà au niveau de la désignation de ses membres, la

majeure partie, dont le président de la HAC, est nommée par le président de l'exécutif, l'Assemblée nationale et le Sénat. Or, ces institutions sont constituées en majorité par les représentants du parti au pouvoir. Ce qui conditionne les principaux responsables de cet organe de régulation à une forme de redevabilité envers le pouvoir politique. Les sanctions à répétition par la HAC sur la presse qui ose aborder des sujets mettant à mal le chef de l'Etat et son entourage peuvent trouver leur explication dans cette soumission de ses membres aux autorités publiques. Une partialité de la régulation des médias que les organismes internationaux tels que Reporters sans frontières ou l'Unesco et les journalistes nationaux via les syndicats de la communication ne cessent de dénoncer. Même sur le plan du financement, alors que la HAC jouit d'un budget voté par la loi de finances, elle n'a pas un accès direct à sa dotation. C'est le ministère du Budget qui, en fonction des besoins de l'institution de régulation dite indépendante, est habilité à débloquer ses fonds à la Caisse de dépôts et consignation (CDC). Par ailleurs, il arrive que la HAC perçoive des fonds pour préparer l'organisation de la couverture médiatique des élections, comme ce fut le cas des législatives de 2018. Dans ce cas, elle ne gère toujours pas en toute autonomie ce financement. Il revient à la Cour constitutionnelle de veiller au bon usage de ces fonds à travers le rapport budgétaire que doit lui fournir la HAC. Au regard des obligations, à la fois, administrative et financière dont se retrouve confronté l'autorité de régulation gabonaise, sans omettre les sanctions discutables contre les médias qu'elle adopte, on se rend bien compte que son statut d'instance administrative indépendante est plus théorique qu'effective dans la pratique.

Enfin, l'indépendance et l'influence des syndicats du secteur de la communication est un élément tout aussi indispensable pour évaluer la situation du pluralisme dans un système médiatique. Les syndicats dont le rôle est la défense des droits et intérêts d'une corporation professionnelle sont nécessaires à l'activité journalistique au Gabon. Vue les nombreuses difficultés que regorgent le secteur de la communication sur le plan national, à l'instar de celles édictées précédemment, les syndicats des professionnels de l'information ont le devoir de lutter pour améliorer davantage les conditions de travail et de vie des communicateurs. Mais pour y parvenir, il est d'abord essentiel que le droit du journaliste à appartenir à un syndicat soit reconnu et protégé par la Loi. Ce qui est un acquis, car la Constitution le lui permet. Aussi, la force d'un syndicat réside à sa capacité de mobilisation et à son efficacité à obtenir des avancées ou gains de cause dans ses revendications. Pour cela, les syndicats de la communication doivent posséder une certaine influence capable d'impacter les décisions politico-administratives de leurs supérieurs hiérarchiques. Or, sur ces deux points (force de mobilisation et capacité d'influence), les syndicats du secteur de la communication au Gabon manquent d'aptitudes. Que ce soit au niveau du personnel des médias publics que celui des médias privés, les syndicats qui les composent fonctionnent en rang dispersés. Ce qui crée des groupuscules d'organisation syndicale. La situation précaire d'un grand nombre d'acteurs exerçant dans le milieu n'incite, non seulement, certains agents à intégrer un syndicat (surtout ceux dont le statut dans la fonction publique n'a pas encore été régularisé), mais aussi, fragilise la dynamique de fonctionnement des syndicats

(surtout les acteurs de la presse privée qui, pour des salaires négligeables et irréguliers, ne peuvent contribuer au financement d'un syndicat). Ces faiblesses des organisations syndicales dans le milieu de la presse ont pour conséquence le manque d'influence dans les luttes engagées. Ce qui peut expliquer les nombreuses difficultés sans véritables solutions dans le secteur de la communication au Gabon depuis plusieurs décennies. Chaque année, les syndicats reviennent pratiquement toujours sur les mêmes revendications dont le respect de la liberté de la presse (habituellement violé), le droit à la protection du journaliste (très souvent menacé, exilé), les impayés de salaire, la faible subvention de l'Etat, la régulation du marché publicitaire, le manque d'impartialité des décisions de la HAC sur les médias privés etc. Par conséquent, dans une moindre mesure, on peut parler de syndicats indépendants du fait de leur liberté à se créer et y intégrer, mais qui manque suffisamment d'influence pour impacter et transformer considérablement les conditions de travail des journalistes gabonais.

En définitive, pour répondre à l'hypothèse sur l'idée selon laquelle le système médiatique gabonais dans son ensemble est favorable à l'expression du pluralisme de l'information journalistique, la posture sera nuancée. Certes, il y a à l'observation la manifestation des éléments du pluralisme tels une Constitution et un code de la Communication qui mettent en avant des dispositions liées à la liberté et à l'indépendance de la presse et des journalistes, une multitude de médias avec une certaine diversité éditoriale, l'existence d'une autorité "indépendante" de régulation de la communication et la présence des syndicats des professionnels de l'information. Mais tout ceci est d'ordre formel, car dans la pratique, ces indicateurs ne bénéficient pas du cadre de liberté, sinon d'indépendance censé les caractériser. On est donc amené à retenir que le système médiatique gabonais est relativement favorable à l'expression du pluralisme de l'information journalistique.

Cependant, la presse gabonaise en ligne est une nouvelle donne dans le système médiatique national. Elle s'insère dans cette configuration médiatique dont les caractéristiques ont été développées dans ce chapitre. Relevant le déséquilibre informationnel qui s'opère dans les médias en période électorale du fait, justement, des anomalies énumérées dans le fonctionnement de la presse nationale, la presse en ligne se retrouve aussi confrontée à la problématique du pluralisme. Alors que tout semble la contraindre à se retrouver dans les mêmes difficultés que la presse traditionnelle au regard des pesanteurs politiques sur les médias, la censure fréquente des organes de presse par la HAC, la précarité économique et le poids insignifiant des syndicats du secteur de la communication, la presse gabonaise en ligne devrait démontrer en quoi elle se distingue et son apport dans le système médiatique en matière de pluralisme. C'est tout l'intérêt du chapitre qui va suivre.

Chapitre IV : Manifestations, caractéristiques et enjeux de la presse gabonaise en ligne

Après avoir fait un état des lieux du système médiatique gabonais en focalisant notre attention sur sa capacité à mettre en évidence l'expression du pluralisme à travers ses manifestations sur les plans sociopolitique, socio-économique, de la régulation des médias, du poids des activités syndicales et du point de vue juridique, nous sommes parvenus à une déduction mitigée. Le contexte médiatique gabonais offre, d'une part, des atouts en matière de pluralisme du fait des mécanismes institutionnels mis en place pour rendre dynamique le secteur de la communication et au regard des progrès observables quant à l'existence de la multitude et diversité des organes de presse. D'autre part, les pesanteurs politiques, la précarité des médias et journalistes, et bien d'autres faiblesses relevées dans le chapitre précédent, présentent les limites considérables sur les droits et libertés devant incarner ce secteur d'activité. Dès lors, dans les faits, l'activité journalistique est empreinte à des restrictions qui ne contribuent pas nécessairement à la mise en valeur des avantages perceptibles dans le secteur de la communication.

On parle alors d'un système médiatique relativement favorable à l'expression du pluralisme de l'information, car il est assez bien structuré sur le plan formel, mais se trouve moins propice sur le fond. Une faiblesse rendue plus évidente en période électorale où l'on a pu ressortir les dysfonctionnements et anomalies du système médiatique gabonais avec les ingérences politiques encore très prégnantes dans le monde de la presse et le déséquilibre flagrant de la médiatisation des opinions, sans omettre les restrictions de liberté dont font face les professionnels de l'information à différents niveaux de leur travail. Dans un tel contexte, comment la presse numérique, souvent identifiée comme les nouveaux médias, va s'illustrer dans l'exercice de son activité ? quelle sera son organisation et son fonctionnement dans cette configuration ? La presse en ligne va-t-elle pouvoir se distinguer et échapper d'une certaine façon aux turpitudes qu'essuient les médias traditionnels ? Autant d'interrogations qui introduisent le cas spécifique de la presse gabonaise en ligne dans ce système médiatique. Il s'agira de voir et d'analyser les mouvements d'apparition et d'évolution des médias natifs du web, ses caractéristiques et ce qu'elle apporte comme plus-value au regard des limites décelées sur la question du pluralisme dans le chapitre précédent.

IV.1. Les enjeux des technologies de l'information et de la communication pour le Gabon

Depuis plusieurs décennies, le Gabon s'investi dans les technologies de l'information et de la communication pour le développement de différents secteurs d'activité tels que l'éducation, la formation, la santé et la communication. Avec le programme du Plan Stratégique Gabon Emergent (PSGE) inscrit comme vision politique de l'actuel président Ali Bongo depuis 2009, et servant désormais de base référentielle des politiques publiques, un accent majeur fut davantage mis dans l'idée d'instaurer une société pleinement avancée dans les technologies du numérique. L'une des ambitions du PSGE est de positionner les TIC comme une composante indispensable de la stratégie de diversification de l'économie vers

laquelle le pays doit tendre afin de garantir une alternative à la dépendance de l'économie du pétrole. C'est dire que les autorités publiques du pays ont pris en compte l'importance des Tic pour le développement des sociétés modernes face aux enjeux d'ouverture au marché mondial. Le Gabon est donc inscrit dans la logique de la société de l'information où le savoir est un besoin primordial et correspond à la présence d'infrastructures de connectivité de réseaux de télécommunication. Pour comprendre comment cet objectif de numérisation de la société s'est traduite de façon concrète, nous allons présenter quelques grandes réalisations de projets sur les Tic (non exhaustives) impulsées au Gabon pour établir le niveau de connectivité que le pays présente actuellement. Par la suite, on verra les transformations que l'exploitation de ces outils technologiques ont apporté sur les plans économique et sociopolitique, avant de s'atteler sur les bouleversements qui ont été engendrés dans le monde médiatique national, ayant entraîné l'avènement des sites natifs gabonais.

IV.1.1. Le Gabon, les différents projets d'investissement sur les TIC et l'état de la connectivité des réseaux de télécommunication ainsi qu'internet

L'insertion des Tic au Gabon s'est fait à partir de la réalisation d'un certain nombre de projets. Ce sont ces projets qui ont conduit au processus de connectivité des réseaux de télécommunication et internet dont jouit aujourd'hui le Gabon. Il convient donc de rappeler le contexte qui a favorisé certaines de ces réalisations. Une fois cette étape effectuée, on pourra mieux saisir le niveau d'implication des Tic dans les transformations sociopolitiques, économiques et médiatiques de la société gabonaise. Pour parvenir à répertorier ces différents projets, les travaux de Makanga Bala³⁹⁰ et Ditengou Rockaya³⁹¹ dont l'objet a porté

³⁹⁰. Makanga Bala Martial a produit une thèse intitulée « Le Gabon et la question de la société de l'information. Approche spatiale des réseaux et des enjeux géopolitiques des technologies de la communication », soutenue en 2010 à l'Université de Bordeaux III, sous la direction d'Annie Chénau-Loquay. Dans ce travail, il analyse les contextes géographique et géopolitique visant à mettre en évidence les dynamiques et les implications portées par les Tic sur les enjeux politiques, économiques, socioculturels, territoriaux et environnementaux au niveau du Gabon. Cette étude a le mérite de nous fournir suffisamment d'informations sur les étapes de la mise en place de projets d'infrastructures des Tic, tout en expliquant les objectifs et la finalité de ces différentes réalisations par rapport à la vision des pouvoirs publics de faire du Gabon un pôle numérique majeur (PNM). Des analyses de l'auteur, on retient qu'il reste nuancé sur le niveau des investissements des Tic au regard du fort contraste qui demeure dans l'espace de circulation de l'information et de la communication avec la persistance de la fracture numérique due aux fortes inégalités territoriales d'accès aux Tic. A cela s'ajoute la qualité des infrastructures souvent désuètes qui cohabitent avec les infrastructures modernes comme celle du câble SAT3 dont les capacités ne sont pas pleinement exploitées. L'exploitation efficiente du projet SAT3 pourrait permettre d'améliorer la couverture géographique des réseaux de télécommunication et réduire considérablement les prix de la connexion et des communications. Pour lui, malgré la progression de l'insertion des Tic et de son usage par les populations (téléphonie mobile, outil informatique, appareil audiovisuel), les évocations politiques visant à promouvoir les technologies numériques dans la société gabonaise pour le développement et le progrès socioéconomique sont plus de l'ordre de décrets que d'une véritable action politique. Quant à l'intérêt pour le Gabon de mener autant d'investissements dans les Tic, Makanga Bala se positionne en estimant que les différents projets dans ce domaine doivent tenir compte des différents secteurs de la vie de la nation, des plus prioritaires aux moins prioritaires, surtout ce qui valorise le Gabon sur le plan national, régional et mondial sachant que les Tic ont aujourd'hui une importance capitale dans notre quotidien.

principalement sur les Tic au Gabon ont été d'une grande utilité. Pour faciliter la compréhension de l'évolution des projets mis en œuvre, nous allons adopter une méthode d'énumération chronologique en identifiant quelques réalisations majeures.

A ce stade, Ditengou Rockaya dresse un résumé des efforts consentis par le Gabon sur les investissements des Tic en fonction des périodes importantes caractérisant la mise en place des projets pertinents :

« Début des années 1960 : radio ; passage en modulation de fréquence ;

- Vers 1963 : apparition de la télévision, d'abord en noir et blanc sur Libreville, puis en couleur.

- En 1972 : satellite pour l'interconnexion à l'international (Domsat, dénommé EQUASAT) : 1^{er} réseau africain avec 13 stations au sol (transport FM, télévision, télécommunications), apparition des premiers ordinateurs au Gabon ;

- Vers 1975 : faisceaux troposphériques (Congo-Gabon-Cameroun) faisceau hertzien à bandes étroites (transport de la télévision) ;

- 1980 : centres téléphoniques électromécaniques qui ont évolué de plus en plus vers l'électronique intégrale, puis vers le numérique ;

- En 1997 : ouverture d'Internet au Gabon »³⁹²

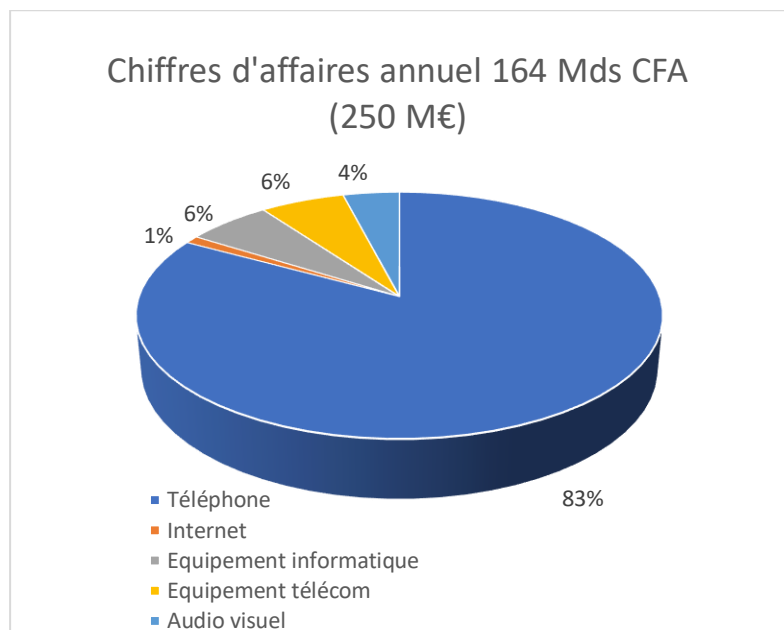
Au sortir de l'indépendance, le Gabon a très tôt commencé à s'engager dans l'installation des dispositifs techniques permettant le fonctionnement des premiers médias électroniques audiovisuels que sont la radio et la télévision (nous en avons précisé les contextes de création dans le chapitre III). Ensuite, dès les années 1970, le pays s'est investi dans la réalisation de projets de télécommunications comme on peut le voir dans les indications que nous présentent la citation susmentionnée, jusqu'à ce que la connexion au réseau internet se matérialise dès l'année 1997. A cette période, de toutes ces innovations techniques, la téléphonie mobile est le secteur qui connaissait déjà un essor exceptionnellement dynamique comparativement au réseau des téléphones fixes. Et en termes de poids économique, la téléphonie mobile commence à enregistrer un pourcentage de chiffre d'affaires bien plus important sur le plan national que les autres produits

³⁹¹. Ditengou Rockaya Nielle a fait un travail portant sur « L'usage des technologies de l'information et de la communication en Afrique centrale », une étude que nous avons précédemment citée en référence, car elle s'attèle aussi à la question des Tic au Gabon. Son analyse se concentre sur les conditions d'une réelle cohésion sociale qui serait provoquée par les Tic. Elle interroge les projets initiés par les pouvoirs publics et les organismes non étatiques en Afrique et au Gabon en particulier, pour l'amélioration de l'appropriation des Tic. Parmi les conclusions qui ressortent de cette étude, l'auteure révèle les efforts d'appropriation des Tic dans la société gabonaise en s'équipant sur le plan technologique afin de suivre la voie du développement en réduisant l'écart entre les pays industrialisés et les pays émergents. L'appropriation de ces outils par le plus grand nombre, malgré les inégalités d'accès, les différences socioéconomiques et la représentativité de certaines populations, évolue assez positivement, mais timidement grâce, surtout, aux apports de la téléphonie mobile (la démocratisation du téléphone portable et les transactions monétaires qui vont avec, par exemple). En somme, l'insertion et l'appropriation des Tic ne constituent pas la solution miracle pour résoudre le problème des inégalités observables au sein de la société. La dimension humaine devant se superposer à la dimension économique dans les projets de développement, les projets et réflexions sur les Tic doivent s'inscrire dans une logique de socialisation de ces technologies afin de garantir un équilibre social, c'est-à-dire, mettre plus d'accent sur le discours social accompagnant les Tic et internet.

³⁹². Ditengou Rockaya Nielle, *opcit.*, p.135.

technologiques. Pour justifier cette affirmation, Ditengou Rockaya, s'appuie sur les données communiquées par le Président de la branche NTIC de la Confédération Patronale Gabonaise (CPG, devenue la Fédération des entreprises gabonaises, FEG, en octobre 2022 _est la plus importante organisation patronale du Gabon) lors d'un Forum à Paris en 2006. Ce qui donne l'illustration suivante :

Graphique 2 : chiffre d'affaires annuel dans les secteurs de la télécommunication au Gabon

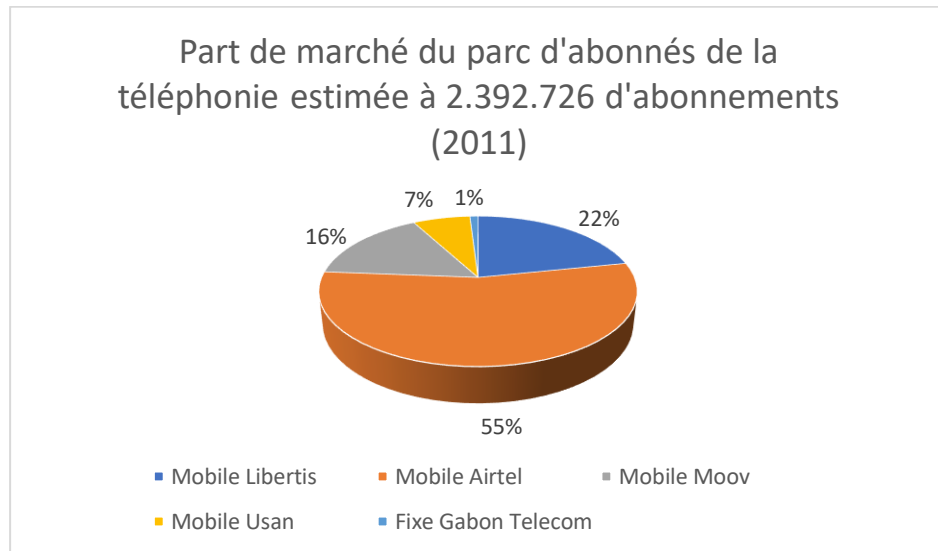


Source : Le chiffre d'affaires annuel, Forum CPG Paris 7-8 avril 2006, de Thomas Souah, Président de la branche NTIC de la CPG-Gabon, p.9, 13p.

Les chiffres présentés dans ce tableau montrent le fort succès de la téléphonie parmi les secteurs des Tic au Gabon. C'est le secteur « roi » comme le précise Ditengou Rockaya. Toutefois, ces chiffres ne sont plus d'actualité, car depuis lors, les 1% que présentait la contribution d'internet dans cette répartition ont bien évolué. Nous le verrons à la suite du développement de cette partie. Il faut dire qu'à cette période, parmi les opérateurs de ce secteur au Gabon, *Libertis* appartenant à Gabon Télécoms (groupe national des télécommunications du pays) est l'opérateur majeur. C'est par ce positionnement et les moyens investis par l'Etat gabonais dans le secteur des télécommunications que l'opérateur *Libertis* va se lancer dans la couverture du réseau national pratiquement dans l'ensemble des grandes villes du Gabon. Pourtant, il aura fallu moins d'une décennie pour voir une forte concurrence s'établir sur le marché des opérateurs de téléphonie mobile et changer le statut de leader de l'opérateur national. Les maisons de téléphonie mobile que sont *Moov*, *Airtel* et *Libertis* vont être les principaux acteurs à la démocratisation et à la vitesse avec laquelle le téléphone cellulaire va se déployer auprès des populations de toutes les catégories sociales. Et dans cette nouvelle configuration, c'est *Airtel* qui devient l'opérateur réalisant la plus

grosse part du marché du parc d'abonnés. Pour cela, on peut se référer aux données de 2011 mobilisées par Ditengou Rockaya dans son étude :

Graphique 3 : Part d'abonnés des entreprises de télécommunication au Gabon



Source : Ditengou Rockaya Nielle, L'usage des technologies de l'information et de la communication en Afrique Central : l'exemple du Gabon, Op.cit., p.144.

Alors que la population gabonaise est estimée à à peine 1.800.000 en 2011, ce tableau nous montre que le parc d'abonnés de la téléphonie équivaut à plus de 2.000.000 d'abonnements, soit près de 111% du taux d'abonnements par rapport au nombre de la population. C'est dire la forte croissance de la pénétration et de l'usage des réseaux de téléphonie mobile par la population gabonaise. Cela ne signifie non plus que tous les citoyens gabonais possèdent nécessairement un téléphone portable. Ces chiffres trouvent leur explication dans la pratique du pluri-abonnements à laquelle se livre les consommateurs des réseaux mobiles de communication. En effet, une même personne peut détenir plusieurs SIM d'abonnement de différentes maisons d'opérateurs mobiles, souvent motivées par des raisons de profits sur des promotions, de différences de prix de communication ou de connexion internet, etc. Ajouter à cela, le fait d'observer que même en milieu rural, l'adoption des outils numériques s'élargit davantage comme une pratique qui s'inscrit dans le quotidien des villageois, malgré la faiblesse des signaux de réseaux à certains endroits reculés du pays (M'boumba M'boumba, 2021)³⁹³. Ce tableau montre que l'opérateur privé Airtel a déclassé l'opérateur national Libertis et montre sa suprématie en possédant, à lui seul, la moitié des abonnements (55%). La positivité dans cette concurrence entre les

³⁹³. M'Boumba M'Boumba Riva, « Usages et pratiques des technologies de l'information et de la communication au Gabon : Freins et attractivité en milieu rural », Thèse de doctorat en SIC, Université de Grenoble-Alpes, sous la direction du Pr. Bertrand Cabedoche, 2021.

opérateurs de téléphonie mobile installés au Gabon est, à la fois, le déploiement de la connectivité internet auprès des particuliers, ces entreprises étant aussi des fournisseurs d'accès à internet (FAI), et la prolifération de l'usage du téléphone mobile par le plus grand nombre. Cet attrait pour la mobilité de terminaux numériques permet de bénéficier des caractéristiques des nouveaux médias telles que les réseaux sociaux ou les forums de discussion qui, représentent des tribunes d'interactions à partir desquelles le débat public et politique se démocratise. Cependant, les zones couvertes par les réseaux sont trop dispersées pour garantir une couverture efficace. C'est pour cela que le Gabon continue à s'investir dans des projets de développement de connectivité nationale et internationale.

De manière générale, en ce qui concerne les Tic et leurs différentes filières (l'édition des logiciels, les services de télécommunication et les services informatiques) le Gabon semble privilégier les domaines de la téléphonie et l'accès à internet. Afin d'améliorer l'offre internet sur le territoire et la qualité de connexion haut débit, un certain nombre de projets vont avoir lieu. Makanga Bala nous en donne quelques références dont nous allons reprendre quelques-unes pour montrer les investissements infrastructurels ayant conduit au niveau d'insertion des Tic dans le pays à l'heure actuelle.

- D'abord, il y a eu le projet du Réseau de Développement Durable Internet (RDDI) en 1996. Ce programme répondait à plusieurs objectifs dont les principaux ont été d'augmenter les zones d'accès et de visibilité de l'information publique auprès des citoyens, ainsi que de faciliter les échanges entre les partenaires nationaux ; mettre à la portée du plus grand nombre des informations transnationales via un réseau de partenaires de connexions internationales ; faciliter les échanges de données entre les institutions nationales, internationales et sous-régionales ; impliquer les communautés locales ou rurales dans les politiques gouvernementales pour le développement durable.
- Le projet de Programme régional de gestion de l'information environnementale (PRGIE) est un des projets dont les financements ont permis sa pérennité pendant plusieurs années. Il débute en 1998 dans le but de répondre aux problématiques de la gestion forestière, de la protection de la biodiversité et de la gestion de la zone côtière. C'est un projet de coopération sous-régionale mettant en lien les ministères chargés de l'environnement du Gabon, de la République du Congo, du Cameroun, de la Guinée Equatoriale, du Congo et de la Centrafrique. Grâce au PRGIE, la création des 13 parcs nationaux du Gabon sera facilitée. Et les investissements sur ce projet continuent de se poursuivre, car les enjeux environnementaux ont pris une importance capitale.
- Le projet ICD (Information et Communication pour le Développement ou projet Info-com), mis en place dès 1999, a pour ambition de vulgariser les Tic dans l'ensemble du territoire gabonais en équipant et formant les nationaux et les étrangers à la maîtrise de ces nouveaux outils numériques. Pour les concepteurs du projet, la mise à disposition du réseau internet est un gage pour de meilleurs échanges et optimise la qualité du travail. Partant de cette vision, plusieurs formations des agents de l'Etat, en collaboration avec l'ONG Espace Internet Gabon, seront lancées entre 2000 et 2002.

- Un des programmes les plus ambitieux a été le projet IECT (Information, Education, Communication autour de l'objet de la santé de la reproduction). Il naît dans un contexte de mondialisation entre contraintes et défis par rapport au retard technologique accumulé par le pays dans plusieurs domaines dont l'éducation et la santé. Tout démarre en septembre 1999 et le projet est monté avec le concours des organismes tels que l'Union Internationale des Communications (UIT), l'Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la Culture (UNESCO) et le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD). Il a permis le renforcement de l'éducation par les moyens informatiques et les médias tels que les radios éducatives pour la sensibilisation des maux liés à la santé : la mortalité infantile, les avortements, la propagation du Sida, les MST, etc.

Pour obtenir plus d'informations sur les caractéristiques de ces différents projets, le travail de thèse de Makanga Bala fournit plus de détails. Il va même jusqu'à présenter, de manière illustrative, une cartographie du réseau de commutation du Gabon montrant l'évolution de l'équipement technique accompagnant les projets autour des Tic au Gabon (Cf. annexe). Quant à nous, l'intérêt était juste de montrer les quelques réalisations déterminantes qui ont conduit le Gabon à adopter une stratégie de développement des Tic, tout en indiquant les objectifs matérialisés sur les différents projets. De même, les projets liés à l'amélioration de la connectivité au Gabon, notamment la construction d'un réseau haut débit à fibre optique, ne cessent d'être mis en œuvre par les autorités publiques.

IV.1.2. Le Gabon, pays le plus connecté en Afrique centrale

Conscient des avantages des TIC sur le plan socioéconomique, les pouvoirs publics gabonais ont massivement investi dans la construction du réseau haut débit à fibre optique. Selon la Banque mondiale, depuis 2010, le coût de l'accès à internet a été divisé par 10 et le nombre d'abonnés a été multiplié par 7 sur la même période. Ce qui fait du Gabon, selon l'Union Internationale des Télécommunications (UIT), le sixième pays le plus connecté du continent et le premier en Afrique centrale depuis 2017³⁹⁴. Grâce à ces avancées infrastructurelles sur le numérique, l'accès à internet s'améliore davantage dans le pays, aussi bien dans les grandes villes que dans les régions éloignées. La multiplication d'opérateurs internet et de la téléphonie mobile, ainsi que le coût de plus en plus réduit des abonnements sont la conséquence de ces investissements sur la fibre optique.

L'un des projets d'investissement numérique, à l'instar de ceux cités plus haut, ayant permis de faciliter la numérisation de plusieurs domaines d'activité au Gabon est le projet Central African Backbone (CAB). Ce projet financé par la Banque Mondiale est des plus récents (2012) et fait partie d'un programme régional impliquant plusieurs autres pays de la sous-région d'Afrique centrale. Il poursuit deux principaux objectifs dont l'amélioration des infrastructures de communication entre les Etats d'Afrique centrale d'une part, et propulser par la même occasion l'intégration régionale d'autre part. Ce projet a permis d'accroître le

³⁹⁴. <https://www.banquemonde.org>, « Le Gabon : premier pays connecté aux TIC en Afrique centrale et de l'Ouest grâce à des investissements judicieux ». Consulté 20 février 2023.

niveau de pénétration de l'internet haut débit en amplifiant la couverture du réseau dans l'ensemble du territoire gabonais et en réduisant les prix.

Pour y parvenir, l'Etat gabonais a favorisé des politiques publiques favorisant la concurrence et l'innovation dans le développement du secteur numérique. Ce qui a conduit manifestement à l'apparition de plusieurs investisseurs internationaux. C'est le cas du Groupe Vivendi Africa (GVA) qui, en 2017 est le dernier opérateur arrivé sur le marché et a lancé à Libreville une offre internet très haut débit par fibre optique en Afrique à partir des poteaux électriques. Aussi, pour atteindre l'objectif de fournir aux gabonais un meilleur réseau de télécommunication possible, le gouvernement a investi, à la fois, dans la construction d'une station de câbles sous-marins de fibre optique et d'un réseau terrestre de plus de 1100 km via un partenariat public-privé.

La réalisation du projet Backbone au Gabon a entraîné des avantages dans la modernisation de plusieurs domaines d'activité. Il s'agit là de réduire les distances en développant l'accès à des services bancaires, de santé, et administratifs. Tout ceci grâce à la prolifération des entreprises de télécommunication ; de la démocratisation des outils électroniques, en tête desquels, la téléphonie mobile ; et du haut débit internet induit de la fibre optique installée dans le cadre de ce projet. D'ailleurs, l'utilité des investissements sur la connectivité internet a pu se vérifier pendant la crise sanitaire du Covid 19 en 2020. Ceci, dans le domaine de l'éducation, l'enseignement à distance via internet et la télévision a été expérimenté pour permettre aux élèves de collèges et lycées en classe d'examen de suivre des cours depuis leurs domiciles.

A cela s'ajoute les services mobiles de transaction financière dont nous évoquons déjà les bienfaits, plus hauts, pour les populations africaines. Au Gabon, le service Airtelmoney de l'opérateur de télécommunication Airtel se positionne comme leader des entreprises de la finance mobile du pays. Par ce service qui permet aujourd'hui les transactions financières par le moyen du téléphone, les abonnés peuvent effectuer des paiements de facture d'eau et électricité, des transferts et retraits d'argent, les services bancaires et l'achat de crédit divers³⁹⁵. Tout cela fait dire que les technologies de l'information et de la communication sont désormais un outil indispensable dont s'approprient les citoyens gabonais dans la presque totalité des secteurs d'activité. Une nécessité rendue encore plus perceptible dans le domaine de l'information ou de la communication numérique au regard de l'appropriation dynamique des tics dans la société gabonaise. Celle-ci se déploie sur internet avec la mouvance des réseaux sociaux, la création des sites et pages, aussi bien du citoyen lambda que des autorités publiques ou politiques, ainsi que des entreprises nationales.

IV.2. L'utilisation d'internet dans la société gabonaise

Il est question ici d'évoquer brièvement la façon dont l'espace internet est occupé par les gabonais. Sinon faire état de la manière dont ces derniers s'approprient les dispositifs

³⁹⁵. <https://www.agenceecofin.com/operateur/1005-47229-airtel-money-gabon-encaisse-pour-environ-2-milliards-de-fcfa-d-unites-d-electricite-prepayees-par-mois>. Consulté 21 février 2023.

techniques de la toile en matière d'information et de communication. On pourrait utiliser de façon équivalente les notions d'utilisation, d'usage et d'appropriation d'internet par différents acteurs de la société gabonaise. Mais il se trouve que sur le plan socio-communicationnel, ces différents termes ont des significations différentes.

En effet, pour comprendre le phénomène d'adoption d'une technologie au sein d'une société, Proulx établit différentes étapes du processus. Il convient de partir de l'accessibilité de l'outil informatique, ensuite d'acquérir la capacité de sa manipulation cognitive et technique, puis en faire un modèle d'usage régulier, pour enfin parvenir à son appropriation (Proulx, 2002). La première étape qui est celle de l'accessibilité consiste à prendre en compte la possibilité pour l'utilisateur de disposer de l'instrument technologique. Dans le cas gabonais, la démocratisation des outils informatiques (téléphones portables et fixes, ordinateurs, tablettes...), l'installation des réseaux et opérateurs de télécommunication, ainsi que les fournisseurs d'accès internet (FAI), comme nous l'avons décrit précédemment, sont autant de moyens technologiques mis à la disposition des populations gabonaises.

La seconde étape est celle de l'utilisation pragmatique de la technologie. Elle s'inscrit dans une logique d'acquisition des connaissances suffisantes devant permettre de maîtriser le fonctionnement des dispositifs techniques. A ce stade, il est clairement évident que la population ayant accès aux outils informatiques (téléphones et ordinateurs portables), en général, elle possède un minimum de connaissance pour pouvoir utiliser les fonctions de base de ces instruments électroniques. Quoique la fracture numérique qui existe entre les couches sociales, le niveau intellectuel et la différence des régions (urbaine et rurale) va nuancer le niveau d'appréciation des strates de la population ayant la capacité de maîtriser l'utilisation des nouvelles technologies.

La troisième étape de l'adoption d'une technologie est au niveau de l'usage et de l'appropriation de la technique. Cela renvoie à « *l'utilisation d'un objet naturel ou symbolique, à des fins particulières* ». C'est dire que l'utilisation de la technologie arrive au point où elle intègre et s'adapte aux habitudes sociologiques ou culturelles de la société qui l'adopte. Ici, l'utilisateur parvient à s'approprier la technologie et l'exploite en fonction de ses propres besoins et non plus seulement par rapport aux modalités initiales de l'instrument. On parle donc d'usages sociaux des TIC. (Proulx, 2005). On a pu le constater dans le contexte gabonais lorsque nous avons abordé la question sur les atouts des investissements des pouvoirs publics sur les TIC. La massification de l'usage du téléphone portable par les populations citadines et rurales comme objet du quotidien permettant de réaliser plusieurs fonctions sociales (communication, transaction bancaire et réception de l'actualité).

L'appropriation d'une technologie sera donc l'étape ultime du processus de son adoption au sein de la société. Ce qui revient à dire que les usagers après avoir appris et maîtriser au minimum les méthodes cognitives et techniques d'utilisation de l'outil, l'intégrer comme bien ou instrument d'usage au quotidien, la finalité est de parvenir à manipuler l'objet technique à sa guise et innover dans le sens d'apporter de la nouveauté dans la vie de l'utilisateur (Breton et Proulx, 2002). C'est à ce niveau que nous pouvons voir, dans les lignes qui vont suivre, comment des acteurs de la société gabonaise se sont appropriés l'espace

médiatique sur internet pour en créer des médias alternatifs aux médias traditionnels afin de répondre à de nouveaux besoins en termes d'information et de communication.

IV.2.1. Les réseaux sociaux numériques, un moyen d'échange d'information et d'engagement politique pour les citoyens nationaux et de la diaspora

L'avènement d'internet au Gabon n'a pas uniquement servi à la transformation dans les domaines de la santé, de l'éducation, du commerce ou de l'administration comme on a bien pu le voir dans les parties susmentionnées. Dans le secteur médiatique, des innovations se sont opérées pour donner lieu à l'expression des citoyens à partir des réseaux sociaux numériques. On entend par réseau social numérique (RSN), une plateforme sur le Net qui met en relation des individus, créant ainsi une forme de lien virtuel grâce à l'émergence des nouvelles technologies de l'information et de la communication (Baïdouri A., Bensebaa F., 2013)³⁹⁶. Les RSN sont au centre du système de fonctionnement du web 2.0 ou web social, c'est-à-dire, le fait de favoriser les interactions et la production des contenus en ligne entre les internautes. C'est par ce moyen que les gabonais vont se lancer dans la création de contenu sur internet en mettant en place leurs propres pages en ligne, leurs blogs, leurs sites internet et en participant à des forums de discussion sur diverses plateformes sur les réseaux sociaux. Les publications réalisées dans ces différents espaces virtuels par les internautes gabonais passent principalement par des plateformes tels que *Facebook* et bien d'autres que sont *Whatsapp*, *Youtube*, *Twitter*³⁹⁷. L'assaut des gabonais sur les réseaux sociaux, un peu comme partout en Afrique, se justifie en partie par le fait que ces plateformes se présentent, non seulement comme des espaces de divertissement, mais aussi comme des lieux d'expression démocratique comme le souligne Marc Ona Essangui, un acteur de la société civile gabonaise :

*« Pour contourner la censure qui frappe les acteurs prodémocratie dans les médias d'État et en l'absence de réels médias privés indépendants, les outils numériques demeurent nos seuls leviers pour mobiliser les activistes, fédérer les syndicalistes et, surtout, sensibiliser l'opinion sur les questions dominantes de l'actualité sociale et politique »*³⁹⁸.

Ainsi, les réseaux sociaux ont permis la création d'espaces ouverts qui favorise la libre parole des populations et constitue parfois des contrepoids du discours politique officiel

³⁹⁶. Baïdouri, Armelle, Faouzi Bensebaa, « Le réseau social numérique, entre perturbation et rationalisation », *La Revue des Sciences de Gestion*, vol. 263-264, no. 5-6, 2013, pp. 99-105.

³⁹⁷. Selon l'Agence nationale des infrastructures numériques et des fréquences du Gabon (ANINF), en 2019, Facebook était déjà de loin le réseau social le plus utilisé par les gabonais, malgré la montée en puissance des autres réseaux sociaux (*Whatsapp*, *Instagram*, *Youtube*...). C'est près de 91% des abonnés qui utilisent Facebook. 41% des utilisateurs sont des femmes et 59% sont des hommes. <https://medias241.com/1-000-000-de-gabonais-sur-facebook-selon-laninf/> Consulté le 25 février 2023.

³⁹⁸. Duarte Laurent, « Afrique – Quand la démocratie se joue en ligne », *Revue Projet*, vol. 371, no. 4, 2019, pp. 60-67.

(Kiyindou 2016)³⁹⁹. C'est surtout avec l'arrivée de *Facebook* dans les années 2000 que cet élargissement du débat public vers des profils plus populaires moins exigeants socialement et culturellement s'est fortement accentué (Cardon, 2010)⁴⁰⁰. Une étude réalisée en 2014 par le ministère de l'économie numérique, de la communication et de la poste montrait déjà que les plus grands utilisateurs d'internet au Gabon sont les jeunes de la tranche d'âge de 18 à 24 ans et de 25 à 34 ans (Michel Rogy, Jacqueline Dubow, 2014)⁴⁰¹. Le réseau chinois *Tik tok* est une application qui gagne aussi du terrain en Afrique et particulièrement chez les jeunes Gabonais. Une étude récente publiée par l'institut *Reuters* a révélé que beaucoup de jeunes (15% des 18 à 24 ans, contre 6% des 45 à 54 ans, et 7% des 35 à 44 ans) se servent de *Tik tok* pour s'informer. Cette catégorie d'individus compte beaucoup sur ce qu'on appelle les "influenceurs" pour écouter et considérer les avis de ces derniers sur des questions sociales ou d'actualité⁴⁰². C'est par cette génération qui est plus au fait des innovations technologiques qu'un certain nombre de problèmes d'ordre politique, économique, socio-culturel, voire de divertissement est exposé sur la toile via les réseaux sociaux. Les réseaux sociaux deviennent ainsi des espaces où les populations ont accès aux informations et où les débats de tout genre sont effectués.

Ainsi, sur *Facebook* on peut retrouver différents types de pages animés par des gabonais. On pourrait par exemple parler des pages de divertissement, des pages sur l'actualité générale et des pages d'engagement politique. Le divertissement est la première motivation qui pousse la plupart des internautes, notamment le public jeune, à aller vers les réseaux sociaux. C'est la raison pour laquelle les pages d'humour et de musique sont ceux qui enregistrent le plus grand nombre d'abonnés. Olivier Ona, spécialiste digital à Gabonreview a fait un travail de recensement des pages Facebook gabonaises les plus populaires dont nous prendrons quelques exemples. La page *Sean Bridon* est l'une des plus suivies au Gabon et partout ailleurs. Elle totalise plus de 260.000 abonnés et ses contenus basés sur de la comédie sont suivis par des millions d'internautes à travers le monde. Deux autres pages de divertissement possédant plus de 20.000 abonnés que sont *Chambre à louer l'humoriste* et *XXL au Mic* (musique et actualité artistique gabonaise) sont aussi classés parmi les plus suivies par les internautes gabonais.

A côté de ces pages de divertissement, il y a ceux qui se lancent dans la publication légère de l'actualité ou des événements spontanés qui font écho. Dans un langage trivial, on parlerait des faits de société qui font le *buzz*. Les pages les plus connus sur le plan national dans ce domaine sont les *Faits divers Gaboma Officiel*, avec près de 562.374 abonnés. Tout y

³⁹⁹. Alain Kiyindou, « Technologies de l'information et de la communication, développement et démocratie en Afrique », REFSICOM [en ligne], DOSSIER : Communication et changement, mis en ligne le 25 octobre 2016. URL : <http://www.refsicom.org/129>. Consulté le 27 février 2023.

⁴⁰⁰. Dominique Cardon, *La démocratie Internet : promesses et limites*, Seuil, Paris, 2010, p. 80.

⁴⁰¹. Rogy Michel, Dubow Jacqueline, Technologies de l'Information et de la Communication, Langues Vernaculaires et Stimulation du Haut Débit au Gabon Note pour le ministère de l'Économie Numérique, de la Communication et de la Poste (MENCP), 2014.

⁴⁰². <https://www.africa-press.net/gabon/toutes-les-actualites/reseaux-sociaux-tiktok-prefere-par-les-jeunes-pour-la-recherche-dinformation>. Consulté le 27 février 2023.

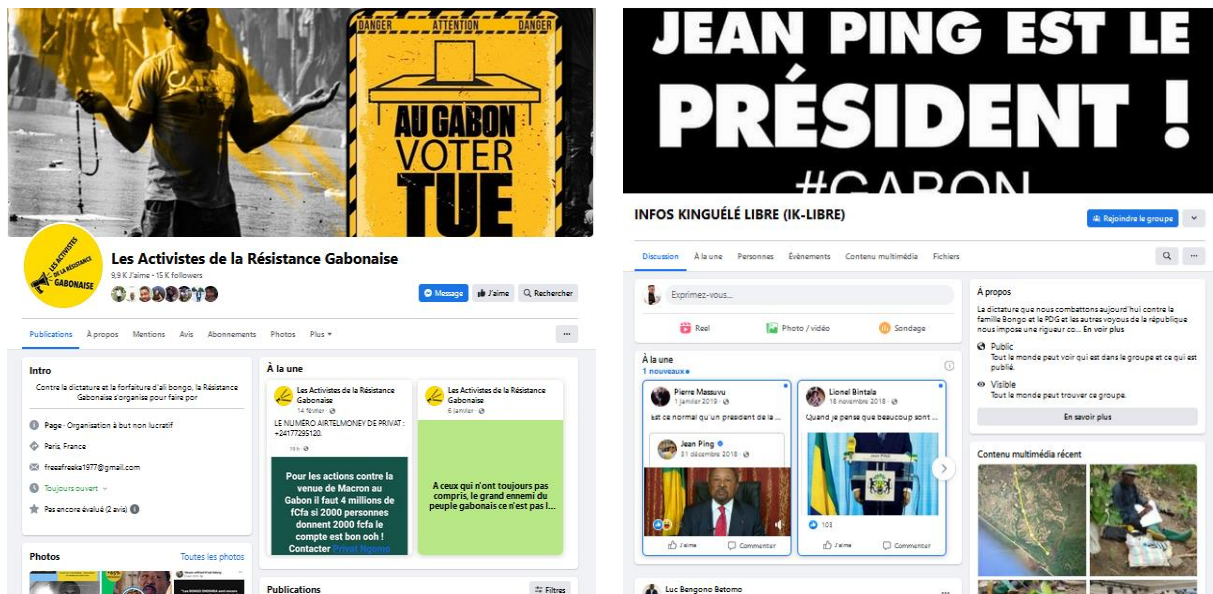
passé : informations officielles comme non officielles jusqu'aux rumeurs. La page s'inscrit dans une logique de défrayer la chronique avec des informations suscitant l'émoi. Une autre page très célèbre au Gabon, *Je n'ai pas choisi d'être gabonais, j'ai juste de la chance*, avec plus de 180.000 abonnés. Cette autre page fait dans les dernières nouvelles et les potins. Elle va recueillir sur les réseaux et médias, tout type d'information (vidéo, texte et audio) publié par une tierce et la diffuser afin de susciter des réactions de sa communauté dans le forum de discussion. La page *Uriel Abaga*, avec environ 6000 abonnés, est gérée par un jeune journaliste indépendant qui quotidiennement procède à une forme de revue de presse avec un ton d'humour qui lui est propre et captive plusieurs gabonais, au point lui aussi, d'avoir créé une communauté d'internaute qui le suit quasi-quotidiennement, commente et like ses publications journalières.

Enfin, la troisième catégorie est celle des pages, blogs et forums impliquant un certain engagement politique. A ce niveau, un fort engouement se déploie sur les réseaux sociaux par différents acteurs de la société. De même, il va y avoir des acteurs de la société civile ou de simples citoyens formant, pour certains des leaders d'opinion, que l'on va assister à la présence et l'utilisation de ces réseaux par des personnalités politiques. Cette fulgurance des réseaux sociaux par les citoyens dans plusieurs pays d'Afrique et en particulier au Gabon peut s'expliquer par plusieurs facteurs, à l'instar du fait des nombreuses restrictions à la liberté des médias traditionnels. Lorsque les populations se plaignent régulièrement de ne pas se retrouver dans les informations diffusées par les médias officiels et observent la censure médiatique sur certaines réalités sociales, tout ceci conduit à aller davantage sur les réseaux sociaux pour s'informer et communiquer. Ils deviennent ainsi des sources alternatives d'information pour plusieurs internautes et constituent un espace plus ouvert à la liberté d'expression. Les contenus issus des réseaux sociaux et les acteurs qui les animent finissent par être perçus comme un contrepoids au discours des hommes politiques (Kiyindou, 2016). C'est sous cette ligne que l'on va retrouver des pages tels que *Infos Kinguéle Libre*, *KoboloNews*, ou *Les activistes de la résistance gabonaise*.

Une analyse sur cette catégorie de pages gabonaises sur les réseaux sociaux a été réalisée par Ovoundaga Marcy sur la problématique du rapport entre les réseaux sociaux et la politique. En partant du constat que face au mutisme des médias d'Etat sur certains faits sociaux au Gabon, les médias sociaux numériques sont devenus de véritables plateformes alternatives de partage de l'information. Avec l'apparition de *Facebook*, son usage s'est vu progressivement avoir un lien direct avec l'activité politique du pays, surtout en période électorale. Plusieurs acteurs politiques et sociaux ont pris d'assaut la toile pour pouvoir communiquer sur leurs opinions et activités, ainsi que de pouvoir interagir avec les internautes. C'est ce rôle de tribune que vont jouer les pages ou groupes facebook tels que *Infos kinguéle libre* ou *Kobolonews*. Dans ces espaces de débat public de tout ordre politique, économique ou social où les acteurs expriment leurs points de vue en toute liberté, sans oublier ceux-là qui s'en servent pour dénoncer des maux de la société, on assiste là à des formes d'engagement citoyen, du militantisme politique en ligne, entre autres, du cyberactivisme. C'est cette forme d'engagement politique que Sihem Najjar (2011) conçoit comme une pratique d'engagement citoyen qui utilise les réseaux sociaux afin d'impacter sur

la réalité sociale et défendre les causes de la société⁴⁰³. Les réseaux sociaux numériques ont donc permis l'émulation de nouvelles formes d'engagement politique au Gabon (Ovoundaga M., 2018)⁴⁰⁴.

Illustration 1 : Les pages gabonaises d'engagement politique sur Facebook



Sources : Captures d'écran sur les pages facebook de Les Activistes de la résistance gabonaise et Infos kinguélé libre.

Ces deux images tirées des pages Facebook que sont les *Activistes de la Résistance Gabon* et *Infos Kinguélé libre* sont deux exemples d'utilisation des réseaux sociaux par les Gabonais en vue d'exprimer leurs opinions et engagements politiques. Ces pages constituent des forums où n'importe quel citoyen peut commenter les publications qui y sont faites par les administrateurs. En fonction du type d'information, on se rend bien compte que la plupart est orientée vers la dénonciation des maux de la société, en l'occurrence, la critique sur les actions et personnalités du régime en place.

Sur la photo de couverture de La Résistance des Activistes gabonais, on peut voir l'image d'un homme à genoux sur la route avec à côté l'inscription « au Gabon, voter tue ». Cette figuration fait référence à la crise post-électorale de la présidentielle gabonaise de 2016 qui a enregistré plusieurs morts du côté des manifestants de l'opposition ayant

⁴⁰³. NAJAR Sihem, « Mouvements sociaux en ligne, cyberactivisme et nouvelles formes d'expressions en Méditerranée » in, La lettre de l'IRMC, n°6 2011. <https://irmc.hypotheses.org/249>, consulté le 02 mars 2023.

⁴⁰⁴. Marcy Delsione Ovoundaga, «Les réseaux sociaux du web et les nouvelles formes d'engagement politique au Gabon : le cas de Facebook», French Journal For Media Research [en ligne], Browse this journal/Dans cette revue, 10/2018 Le web 2.0 : lieux de perception des transformations des sociétés, Le web 2.0 : lieux de perception des transformations des sociétés/Web 2.0: Places of perception of the transformations of societies, mis à jour le : 28/06/2018, URL : <http://frenchjournalformediaresearch.com/lodel-1.0/main/index.php?id=1678>. Consulté.le 6 mars 2023.

contesté les résultats officiels. Sur la page *Infos Kinguéle libre*, on y lit dans la photo de couverture, l'inscription « Jean Ping est le Président ». Cette déclaration rentre dans le même contexte du message précédemment explicité de la page des Activistes de la Résistance gabonaise. Jean Ping étant le principal challenger du président sortant dont l'opposition a toujours revendiqué la victoire légitime à la présidentielle de 2016, la page *Infos Kinguéle Libre* montre clairement sa prise de position politique. Les deux pages partagent donc la même orientation éditoriale enclive à remettre en cause le pouvoir PDG.

Dans ces pages Facebook, les contenus qu'on y retrouve proviennent de plusieurs sources, car ces pages font beaucoup dans l'infomédiaire et fonctionnent comme des portails. C'est-à-dire qu'en réalité, ils ne produisent pas leurs propres contenus la majeure partie du temps. Ils se contentent de reprendre des informations à partir d'autres médias. Ils récupèrent des posts et vidéos publiés sur la toile par des internautes quelconques et dont les administrateurs de la page jugent pertinents en fonction de leur logique éditoriale. Ces espaces deviennent ainsi des forums de discussion où tout internaute peut partager ses idées et opinions à partir des sujets qui sont mis en évidence. Soulignons que le fait de parler d'engagement politique dans la manière dont se présente les forums de discussion qui s'opèrent dans ces pages ne signifie pas que les sujets sont liés strictement à la politique. Bien au contraire, différents aspects de la société sont abordés et rejoignent ce que Jacques Gerstlé explique lorsqu'il présente la politique comme un secteur non isolable, car elle se nourrit de divers enjeux d'ordre économique, social, culturel, sportif, etc. (Gertslé, 2004)⁴⁰⁵. C'est donc le lieu où tout débat et toute opinion sont abordés sans se soucier de l'autocensure présente dans les médias traditionnels.

Par ailleurs, on remarquera que la plupart des pages gabonaises d'engagement politique sur Facebook sont le fait de militants qui ne sont pas très éloignés de l'activisme. Les deux termes peuvent parfois se confondre, car liés pratiquement sur les mêmes objectifs, c'est-à-dire, un engagement collectif ou individuel pour une cause quelconque. Mais là où le militant s'emploie à rester dans le cadre des normes, l'activiste est parfois plus virulent et peut aller jusqu'à braver la Loi pour protester contre ce qu'il considère comme une injustice. Une comparaison que nuance Alain Dubois pour qui, l'activiste « *dans son emploi médiatique actuel, il signifie tout simplement "militant" et correspond en réalité à une francisation récente du terme anglais "activist" »*⁴⁰⁶. Dans le cas d'espèce, on parlera d'activiste sous la compréhension de l'activisme politique. Cette notion s'entend comme la forme d'action politique mise en exergue par un ou plusieurs militants lorsque les voies politiques légales ne leurs sont pas facilement accessibles. C'est le cas des activistes gabonais qui ont choisi de passer par les réseaux sociaux pour dénoncer les maux de la société et militer pour la cause de l'opposition politique en générale.

Dans le même élan, le cyberactivisme est fortement mis en exergue à travers des *blogs* et chaînes *Youtube* détenus par des militants gabonais dont les plus connus sont issus

⁴⁰⁵. Jacques Gerstlé, *La communication politique*, Op.cit., p. 160.

⁴⁰⁶. Anne Martine Hekens, « Activist ou militant ? », *Analyse de L'HIOES*, n°182, 29 décembre 2019.

de la diaspora. Le succès de ces acteurs sur internet, devenus des personnalités publiques très suivis par les populations, a véritablement pris en encre depuis la présidentielle de 2009. Marquée par le décès du feu président Omar Bongo après quarante-deux ans au pouvoir, l'élection présidentielle de 2009 avait suscité un élan d'espoir auprès d'une grande partie de la population gabonaise pour l'alternance au sommet de l'Etat. La prise du pouvoir par son fils Ali Bongo a été vécue comme une profonde déchéance par cette part du peuple, à l'instar de celle issue de la diaspora. Très au fait des nouvelles technologies, les activistes gabonais du web ont commencé à lancer une véritable campagne de révolte sur les réseaux sociaux contre la dynastie familiale. Cette pratique de militantisme sur internet a ainsi vu naître plusieurs activistes dont les *blogs* sont assez suivis sur le plan national et dans la diaspora. On parle de blogosphère citoyenne. Quelques exemples peuvent être cités tels que les pages *Facebook* et *Youtube* de *Stéphane Zeng Officiel* ; *Jonas Moulenda Officiel* ou *L'œil de la nasa*, appelé aussi par sa communauté *le Badecon en chef*. Ces *blogs* d'activistes gabonais sont suivis en moyenne par une centaine de milliers d'internautes chacune. Les avis et informations sur l'actualité gabonaise que ces activistes partagent et très écoutés par leurs fortes communautés font d'eux des leaders d'opinion. Ils se positionnent comme des contrepoids de la parole politique (Kyindou, 2016)⁴⁰⁷ et comme le mentionne Merji Khaled en parlant de la blogosphère en Tunisie, les pages d'engagement politique sur les réseaux s'imposent comme un nouvel espace central de la critique (Merji Khaled, 2017)⁴⁰⁸.

IV.2.2. L'adoption des réseaux sociaux par les acteurs politiques gabonais pour une communication politique numérique

Naturellement, l'invasion des réseaux sociaux sur internet n'est pas le propre des activistes, des acteurs culturels ou de ceux qu'on appelle aujourd'hui les influenceurs gabonais. C'est aussi devenu le lieu d'expression de personnalités politiques gabonaises de tout bord pour communiquer sur leurs activités et exprimer leurs opinions. *Twitter* et *Facebook* sont par excellence, les deux réseaux sociaux qu'utilisent le plus les acteurs politiques gabonais. Pratiquement tous ces acteurs politiques possèdent un compte *twitter* et/ou un compte *Facebook*. C'est dire l'importance accordée au numérique via les réseaux sociaux pour leur communication politique. Les *tweets* de hautes personnalités politiques comme ceux du président Ali Bongo et ceux d'autres barons de la politique nationale sont considérés comme des informations officielles, très souvent reprises dans les médias et commentées dans l'espace public gabonais.

⁴⁰⁷. Kyindou Alain, « Technologies de l'information et de la communication, développement et démocratie en Afrique », *Loc.cit.*

⁴⁰⁸. Merji Khaled « Facebook : quel espace public ? », Colloque organisé le 21 mai 2017 à Hammamet par l'Association Tunisienne d'Etudes Politiques (ATEP) et la Konrad Adenauer Stiftung (KAS).

Illustration 2 : Deux exemples de comptes twitter d'Ali Bongo et Jean Ping



Source : Captures d'écran des comptes twitter Jean Ping (2018) et d'Ali Bongo (2020).

Ali Bongo Ondimba et Jean Ping ont été les principaux challengers de l'élection présidentielle de 2016. A travers leurs *tweets*, on se rend bien compte qu'ils ont adopté le réseau social comme un moyen de communication efficient. Les médias conventionnels (chaines de radio, télévision et presse écrite) ne suffisent plus pour informer de leurs activités. D'autant plus que la communication sur internet présente pour eux plusieurs avantages tels que le fait de toucher instantanément le public national et international, contrôler personnellement les paroles et images à publier et mettre à disposition leurs informations à tout moment grâce à l'archivage des publications. Aussi, pour les politiciens gabonais, communiquer sur les réseaux sociaux offre la possibilité de visualiser les réactions des internautes par rapport à leurs idées ou actions. Ceci va se traduire par le nombre des vues, des *likes*, et des commentaires qui apparaissent comme on peut le voir dans ces deux illustrations.

Ainsi, l'utilisation des nouvelles technologies, en l'occurrence internet et plus précisément les réseaux sociaux, est fondamentalement adoptée par différents acteurs de la société gabonaise. Cette adoption a été favorisée par la démocratisation des outils électroniques tels que le téléphone mobile auprès de la masse populaire, les investissements sur les infrastructures numériques pour améliorer la qualité de la connexion à travers le pays et le pourcentage appréciable du niveau d'instruction des populations. Les gabonais s'accommodent de plus en plus avec la création d'activité sur l'espace virtuel. C'est ce qui explique la dynamique d'apparition des pages, des blogs et des microblogging sur les réseaux sociaux qui animent d'une certaine manière l'actualité nationale du pays. Cette effervescence de communiquer et de s'informer sur la toile à partir des réseaux sociaux finit par remettre en cause le monopole des médias conventionnels à instruire les populations sur l'actualité du pays. Seulement, dans une société où la rumeur (appelée trivialement dans le langage populaire gabonais « le congossa ») est parfois prise comme une donnée importante, les problèmes de diffamation, de langage injurieux, d'expression à la haine et des *fakenews* sont légions sur les réseaux sociaux. Face à cela, la question de la régulation des réseaux sociaux s'est posée au niveau du Gabon.

IV.2.3. L'ambition des autorités politico-administratives de contrôler les réseaux sociaux

Le gouvernement gabonais s'est penché sur la possibilité de contrôler les réseaux sociaux, c'est-à-dire, faire la police sur leurs utilisations par les gabonais. Cette volonté n'est certainement pas partie de la seule motivation de lutter contre les *fakenews* et appels à la violence des extrémistes, mais elle est surtout incitée par l'exacerbation du pouvoir face aux multiples critiques qu'il subit des internautes, notamment avec les activistes. Dès lors, depuis 2020, la première ministre de l'époque, Rose Christiane Ossouka Raponda a émis le besoin de mettre en place le projet d'une « régulation adaptée » pour les réseaux sociaux. Pour ce faire, la cheffe du gouvernement a annoncé l'instauration d'une commission technique dédiée à la question qui, en collaboration avec la Commission nationale de la protection des données à caractère personnel (CNPDCP), a pour instruction de renforcer les capacités juridiques, institutionnelles et techniques dont le but est de limiter et sanctionner les dérives orchestrées sur les réseaux sociaux. Et comme on le signifiait précédemment dans le cadre de l'utilisation des réseaux sociaux par les acteurs politiques, c'est sur sa page *facebook* qu'Ossouka Raponda exprimera son agacement pour justifier son projet en ces termes : « *Certaines choses qui sont intolérables doivent changer* »⁴⁰⁹. Mais c'était sans compter le casse-tête que représente la régulation des réseaux sociaux dans le monde, notamment la difficulté de soumettre les *Gafam* (*Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft*) aux lois internes d'un pays.

La complexité de réguler techniquement les réseaux sociaux à partir des lois internes d'un Etat n'a pas empêché le gouvernement gabonais a adopté des mesures qui vont dans le sens de limiter l'excès de zèle que réalisent parfois certains internautes sur des publications ou commentaires. Parmi ces dispositions, les cas d'injure et de diffamation sur les réseaux sociaux, reconnus comme des lieux incontournables d'expression publique, s'exposent désormais aux sanctions prévues par la Loi. Dans le Code pénal gabonais du 30 juin 2020, en son article 283, la diffamation est définie comme « *toute allégation ou imputation d'un fait qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération de la personne à laquelle elle est imputée est une diffamation* ». Quant à l'injure, le même Code pénal en son article 286, l'a définie comme « *toute expression outrageante, termes de mépris ou d'invective qui ne renferme l'imputation d'aucun ...* ». Ainsi, celui qui se rendra coupable de ces infractions, soit par un discours ou une menace proférée dans des lieux ou réunions publiques, ou encore, publié dans un espace exposé au regard du public, comme c'est le cas sur les réseaux sociaux, il encourt les pénalités suivantes :

« (...) puni d'un emprisonnement d'un an au plus et d'une amende de 1.000.000 de francs au plus, ou de l'une de ces deux peines seulement. L'auteur de la diffamation commise envers un groupe de personnes appartenant, par leur origine, à une race ou à une religion déterminée, est puni d'un emprisonnement de deux ans au plus et d'une amende de 2.000.000 de francs au plus, lorsqu'elle aura pour but d'inciter à la haine entre les citoyens ou habitants ». Le Code pénal sanctionne la diffamation et les

⁴⁰⁹. <https://www.gabonreview.com/gabon-peu-enclin-a-la-critique-le-gouvernement-veut-reguler-les-reseaux-sociaux/>. Consulté le 6 mars 2023.

infractions connexes à une peine de prison pouvant aller jusqu'à 5 ans et une amende pouvant atteindre 5 millions de francs cfa (7000€)⁴¹⁰.

Il s'agit là d'avoir adapté les sanctions relatives aux publications sur les réseaux sociaux par les gabonais au Code pénal gabonais. De fait, au-delà de la Déclaration des droits de l'homme de 1948 dont le Gabon est signataire⁴¹¹ et qui permet à tout gabonais d'exprimer ses idées, ses opinions par n'importe quel moyen et tout type de format, des restrictions restent toutefois permises. Le gouvernement gabonais s'est ainsi appuyé sur l'article 19 du Pacte international relatif aux droits civils et politiques de 1966 qui stipule que la liberté d'expression peut éventuellement « être soumise à certaines restrictions, qui doivent toujours être prescrites par la loi et être nécessaires ». La Cour européenne des droits de l'homme (CEDH) précise les modalités sur lesquelles les limites de la liberté d'expression doivent être fondées :

« l'intérêt public (sécurité nationale, intégrité territoriale, sûreté publique, défense de l'ordre et prévention du crime, protection de la santé, protection de la morale, etc.) et la protection de la réputation ou des droits d'autrui (protection des informations confidentielles, protection du droit à l'image, protection de la présomption d'innocence, etc) »⁴¹².

C'est sur la base de ces dispositions juridiques que les pouvoirs publics dont l'Etat, a mis en place les mesures nationales précitées et que des exemples de sanction ont été faites sur des internautes gabonais à partir de commentaires publiés sur les réseaux sociaux. C'est le cas de l'affaire de cyber harcèlement sur Ida Moulacka. C'est une artiste Gospel gabonaise qui, en janvier 2023, a eu à porter plainte contre des internautes pour des propos injurieux et de dénigrement dont elle fut victime sur le réseau social *Facebook*. Tout est parti d'une photo de l'artiste publiée sur la toile à l'occasion du festival gabonais la Nuit des Etoiles. Les internautes, les gabonais en majorité, n'ont visiblement pas apprécié l'image et se sont livrés à des commentaires discourtois et dénigrants. Surtout que quelques mois auparavant, l'intéressée avait déjà fait l'objet d'une cabale médiatique sur les réseaux sociaux pour une affaire d'audio ayant fuité, révélant une histoire d'infidélité. Ida Moulacka a fini par porter plainte au niveau de la police judiciaire et près d'une dizaine de personnes furent arrêtées. Cette affaire a eu le mérite de rappeler aux gabonais, notamment les internautes, qu'il était désormais possible d'être poursuivi pour calomnie, injure ou harcèlement sur les réseaux sociaux depuis l'instauration de la loi du Code pénal gabonais du 30 juin 2020 en ses articles 283 et 286.

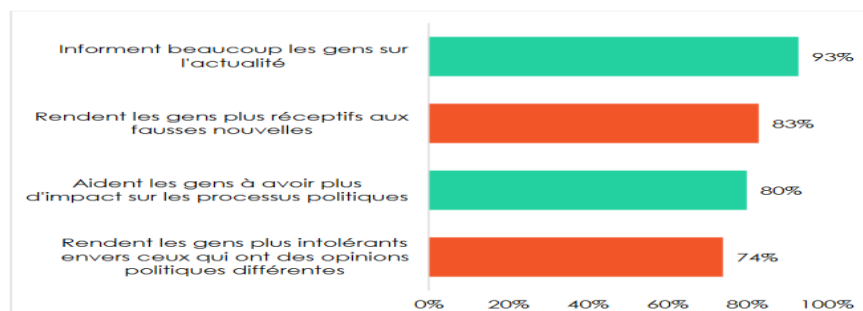
⁴¹⁰. <https://www.gabonreview.com/gabon-gare-aux-diffamation-et-injure-sur-les-reseaux-sociaux/>. Consulté le 6 mars 2023.

⁴¹¹. La Déclaration des droits de l'homme de 1948 stipule que « *Tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans considération de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit* ».

⁴¹². Gabonreview, « Gabon : Gare aux diffamation et injure sur les réseaux sociaux », publication du 5 septembre 2022.

Toutefois, selon une étude réalisée en 2020 par Afrobaromètre sur l'influence des réseaux sociaux au Gabon, la majorité des gabonais qui s'en servent ont une perception à la fois bénéfique et mitigée de l'objet. Ils (les réseaux sociaux) jouent un rôle non négligeable dans la compréhension de la situation politique, sans omettre le fait qu'ils permettent de créer des liens et les échanges libres d'idées entre les citoyens. Ce travail d'Afrobaromètre qui a porté sur un échantillon de 1200 adultes se résume sur le graphique suivant :

Graphique 4 : Avis des gabonais sur les réseaux sociaux



Source : Afrobaromètre, Gabon, 2020.

Les résultats de cette étude nous montrent effectivement que les gabonais perçoivent l'influence des réseaux sociaux de différentes manières. La téléphonie mobile qui, comme on l'avait déjà indiqué, a une forte pénétration dans les villes et localités du pays favorise l'accessibilité d'internet à un bon nombre d'utilisateurs⁴¹³. C'est par ces moyens que la connaissance et l'utilisation des réseaux sociaux par les gabonais est de plus en plus fréquentes. En effet, ce graphique nous montre que 93% des gabonais estiment que les réseaux sociaux sont utiles pour s'informer sur l'actualité. Aussi, beaucoup (80%) pensent que les réseaux sociaux aident, d'une certaine manière, les citoyens à comprendre et influencer les processus politiques. Seulement, 74% des enquêtés estiment que ces mêmes réseaux sociaux rendent les gabonais plus intolérants envers ceux qui ont des opinions différentes. Cela se traduit le plus souvent par des postures radicales qui conduisent à des injures ou le refus catégorique d'accepter la contradiction dans les forums et espaces de discussion. Et c'est dans cet esprit de liberté de publier, de commenter ou de partager que tout type d'information pillule sur internet et plus spécifiquement les réseaux sociaux. Avec Facebook et Tik tok qui sont les réseaux les plus populaires, notamment chez les jeunes, l'actualité y est davantage amplifiée. Ce qui n'est pas toujours reluisant à partir du moment

⁴¹³. Selon l'étude d'Afrobaromètre 2020, Parmi les nationaux qui possèdent un téléphone mobile, un tiers (33%) ne possèdent pas un accès à internet. Les analphabètes ou ceux avec un niveau primaire sont les plus déconnectés du réseau internet (78%). Les populations avec un niveau secondaire et post-secondaire ont un taux d'inaccessibilité d'internet qui équivaut respectivement à 35% pour les premiers et 14% pour les seconds. Cette absence d'internet est plus fréquente chez les personnes âgées, surtout celles vivant en milieu rural (70%) par rapport aux populations vivant en milieu urbain (27%).

où les rumeurs et fakenews dans les réseaux sociaux sont habituels, prennent de l'ampleur et peuvent induire la masse en erreur.

Plusieurs fois, de fausses nouvelles, basées sur de la rumeur ont fortement été relayées par le biais de ces réseaux sociaux au point d'en créer de la confusion dans l'espace public gabonais. Le cas de la rumeur qui circulait dans les réseaux sociaux de la mort du président Ali Bongo après son AVC en-est une parfaite illustration. Plusieurs activistes en ligne, à travers leurs blogs sur Facebook, retransmis sur leurs pages Youtube et Tik tok, n'ont cessé de véhiculer l'information sur le prétendu décès d'Ali Bongo pendant plusieurs mois. Dès que ce dernier réapparut dans les médias presque une année plus tard, physiquement affaibli et incapable de s'exprimer convenablement, d'autres rumeurs ont apparu disant qu'il s'agissait plutôt d'un sosie. La propagande sur cette idée de chercher à tromper la population gabonaise à travers cette mascarade de la prétendue imposture du président fut si relayée dans les réseaux sociaux que cela a fini par faire échos dans l'espace politique et dans les médias nationaux comme internationaux.

Illustration 3 : La médiatisation de la rumeur sur le sosie du président gabonais



Sources : captures d'écran sur les sites Franceinfo du 13/03/2019 et Afrik.com du 27/02/2019.

Ces deux articles de presse venant des médias internationaux qui traitent d'un sujet dont la rumeur est partie des réseaux sociaux démontrent bien l'impact que peut avoir des nouvelles qui ne reposent pas sur un réel fondement. Dans le graphique précédent, un des résultats nous révèle que 83% des gabonais pensent que les réseaux sociaux rendent les gens plus réceptifs aux fausses nouvelles. C'est précisément ce qui s'est produit dans le cas des rumeurs inexactes, d'abord sur le décès d'Ali Bongo, et par la suite, sur le prétendu sosie présenté aux gabonais comme le président alors qu'il s'agissait bien de lui-même.

Dans le contexte gabonais, la multitude d'informations que l'on reçoit sur internet, notamment à travers les pages Facebook, les blogs, les publications et vidéos postés par ce que certains nommeraient comme une pratique du journalisme citoyen ou du journalisme

amateur ou encore *journalisme participatif* (Pignard-Cheynel, 2018)⁴¹⁴ n'est pas toujours source de véracité ou de rigueur informationnel. Mais dans ce cafouillage de l'information, apparaissent les sites natifs de l'information qui se donnent la particularité d'effectuer un travail journalistique de l'information sur internet. Les sites natifs étant déjà présents dans plusieurs pays en Afrique et partout ailleurs, les sites natifs gabonais se positionnent comme cette presse en ligne qui se distinguent *des pages, des blogs, des portails*, voir même des éditeurs de presse en ligne (la version numérique des médias traditionnels) appartenant à des nationaux. Ils s'inscrivent dans une logique de constituer une activité professionnelle au même titre que la presse traditionnelle. D'où l'intérêt de s'intéresser à la singularité de cette nouvelle presse dans un contexte médiatique gabonais où l'on a pu faire remarquer le musèlement et la politisation des médias traditionnels d'une part, ainsi que l'importance accordée à la rumeur (*le kongossa*) et aux *fakenews* avec les réseaux sociaux d'autre part.

Le point suivant va donc s'atteler à nous présenter les caractéristiques des sites natifs gabonais en termes d'organisation socioprofessionnelle, mais aussi sur le plan des stratégies économiques pour son fonctionnement. C'est après avoir déterminé ces caractéristiques des sites natifs gabonais que nous serons amenés à analyser son apport dans le traitement de l'actualité politique en temps d'élection. Ce qui se fera dans la toute dernière partie de notre travail.

IV.3. La naissance et l'éclosion de la presse gabonaise en ligne

IV.3.1. La présence des sites d'information en ligne propres à l'actualité gabonaise : une trajectoire assez particulière

En s'appuyant sur l'approche de Charon et Le Floch, nous avons défini la presse en ligne comme tout média sur internet présentant des informations de façon régulière ayant un rapport avec l'actualité et ayant subi un traitement journalistique. Cette définition nous ramène à considérer deux types de presse en ligne : les éditeurs d'information web de la presse classique et les auto-éditeurs exclusifs de l'internet que sont les *pure players* (Sokhna F., 2017)⁴¹⁵. Comme on peut le comprendre, les éditeurs de presse en ligne sont les versions

⁴¹⁴. Le journalisme citoyen ou participatif est un néologisme dont la teneur a pris ancrage dans les années 2000. Il désigne le plus simplement possible, l'intervention de non-professionnels dans la production, la diffusion et le commentaire de l'actualité. Bien que cette définition puisse correspondre à tout type de supports médiatiques (presse papier, radio et télévision), il faut noter que le journalisme citoyen, tout comme ces expressions assimilées que sont le journalisme participatif ou le journalisme amateur, sont des notions contemporaines liées au développement de l'internet. Le journalisme citoyen prend son essor avec le système du web 2.0 ayant permis la facilitation des publications de l'information par tout un chacun à travers les *blogs* et les plateformes contenues sur les réseaux sociaux. Le journalisme citoyen mis en évidence dans ce que l'on appelle des sites alternatifs ou sites collaboratifs participent à leur manière à un pluralisme de l'expression citoyenne, au renouveau démocratique et politique en contournant la presse conventionnelle et les médias mainstream. Pignard-Cheynel Nathalie, « Journalisme participatif » Publicationnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics. Mis en ligne le 21 septembre 2018. Dernière modification le 19 janvier 2023. Accès : <https://publicationnaire.huma-num.fr/notice/journalisme-participatif>. Consulté le 10 mars 2023.

⁴¹⁵. Sokhna Fatou Seck-Sarr, *La presse en ligne en Afrique francophone. Dynamiques et défis d'une filière en construction*, Paris, L'Harmattan, 2017.

numériques des médias classiques que sont les journaux et les chaînes audiovisuelles. Quant aux auto-éditeurs exclusifs du net ou pure players, au sens restreint du domaine des médias, ils traduisent des espaces d'information exclusivement présents sur internet et ne disposant pas d'un autre support de diffusion. Il s'agit des sites natifs de l'internet dont la spécificité est la spécialisation de l'information journalistique. La presse gabonaise en ligne, on le signifiait déjà, n'est donc que la présence sur la toile des médias d'information journalistique traitant en majorité de l'actualité gabonaise et détenus par des gabonais. On y trouvera donc quelques sites éditeurs de presse gabonaise en ligne tels que le site de *L'Union* (www.union.sonapresse.com), le site d'*Echos du nord* (www.echosdunord.com), le site de *Gabon Matin* (www.gabonmatin.com) pour n'en citer que ceux-là. Il faut toutefois noter que l'on retrouve difficilement des sites de la presse écrite gabonaise sur internet, car il y a très peu d'organes de presse nationaux qui y ont pris l'initiative. Et le peu de journaux gabonais ayant une version en ligne ne sont pas souvent dynamiques. C'est-à-dire que les mises à jour sont rarement effectuées et la plupart de ces sites finissent par disparaître par manque d'activité ou d'intérêt de la part de leurs promoteurs. Une constatation qui est différente au niveau des sites natifs gabonais où l'on observe une floraison de sites qui apparaît, certains plus visibles et connus par rapport à d'autres. Parmi les plus connus à l'heure actuelle, on pourrait citer *Gabonmediatime*, *Gabonactu* ou *Gabonreview* etc. Selon la liste fournie par la HAC sur le recensement des sites d'information gabonais en ligne en 2020, il en existe près d'une cinquantaine. Une observation surprenante peut être faite au regard de la composition de ces sites natifs gabonais. En effet, on réalise que sur la cinquantaine des médias numériques répertoriés, la majorité de ces sites d'information (environ une quarantaine) fait dans l'information politique et générale. Dans ce grand nombre, à peine, deux sites natifs tentent de constituer une catégorie de médias panafricains. Il s'agit de *Afric Direct* (www.africdirect.com) et *Net Afrique Elite.com*. Mais en y visualisant les informations qui y sont publiées, la majeure partie concerne l'actualité gabonaise. Puis, moins d'une dizaine de sites natifs concernent l'actualité sportive, à l'instar de *Infos Sport*, *Gabon all Sport* ou *Foot 241*. La multitude de ces sites natifs gabonais montre toute l'importance, mais surtout l'adoption qu'un certain nombre de producteurs de l'information accordent à l'exploitation des médias numériques.

Contrairement à la manière dont la presse en ligne a évolué dans la plupart des régions du monde où l'on est parti de la transposition de la presse papier vers le support virtuel, pour plus tard assister à l'apparition des sites natifs, au Gabon, le processus n'a pas exactement été le même. C'est plutôt le contraire qui s'est produit. En effet, depuis l'apparition d'internet dans les années 1990, les pionniers de l'information en ligne sont la presse écrite que ce soit aux Etats-Unis dès 1993 avec les quotidiens et hebdomadaires comme le *San Jose mercury News*, *Chicago Tribune* ou le *New York Times* ; en France dès 1995 avec les *Dernières Nouvelles d'Alsace*, le *Monde* et *Libération*⁴¹⁶ ; en Afrique, selon Sokhna Fatou, les journaux ont adopté assez tôt l'outil internet. En prenant exemple sur les

⁴¹⁶. Salles Chloë, « Les mutations d'une presse de « référence » ; évolution des stratégies d'acteur à partir de représentations et pratiques journalistiques sur Internet. Les Blogs au cœur des stratégies de repositionnement de la presse écrite, le cas du journal Le Monde », Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université Grenoble-Alpes, 2010.

médias ouest-africains tels *Sud Quotidien* au Sénégal ou *La Voie et La Nouvelle République* en Côte d'Ivoire, la chercheuse explique que la mise en ligne des premiers titres remonte aux années 1996 et le phénomène s'est accéléré en 1998. Et depuis le début du XXI^{ème} siècle, les éditeurs de presse africains ne cessent d'accroître sur internet, malgré le fait que contrairement à leurs confrères occidentaux, ils ont du mal à sortir leur épingle du jeu⁴¹⁷.

Ce n'est qu'à l'approche des années 2000 que les auto-éditeurs exclusifs du web ou sites natifs ont commencé à faire leur apparition sur internet. Cyriaque Paré avait déjà pu relever les précurseurs de sites natifs ouest-africains d'expression francophone, à l'instar du *Musow* au Mali (1999), *Letogolais* au Togo (2002) et *Nettali* au Sénégal (2005)⁴¹⁸. La plupart de ces sites natifs africains n'existent plus de nos jours. Depuis 2007, une vague de sites natifs africains ne cesse de proliférer au point d'en constituer dorénavant des sites alternatifs de l'information qui s'imposent davantage dans l'arène des espaces médiatiques d'Afrique francophone. C'est le cas de *Pressafrik* du Sénégal créé en 2008 par un journaliste qui s'est entouré d'une équipe d'une dizaine de journalistes pour traiter de l'actualité, à la fois, du Sénégal, de l'Afrique et du monde ; ou encore le site *Burkina 24* lancé en 2011 par des burkinabés de la diaspora installés au Canada qui reste très dynamique sur les réseaux sociaux et s'emploie à médiatiser les événements majeurs du Burkina Faso tout en proposant plusieurs autres services d'information comme les informations sur le trafic aérien et les annonces. On comprend donc qu'en générale, l'évolution de la presse en ligne est partie des éditeurs de la presse écrite et des agences de presse convergeant sur internet pour ensuite voir apparaître les pure players et plus spécifiquement les sites natifs.

Dans le contexte gabonais, les organes d'information écrite et audiovisuelle établis sur le territoire national ont mis du temps à se déployer sur la toile. Ce sont plutôt des agences d'information ainsi que des *blogs* qui ont été les premiers à marquer leur présence sur internet dès les années 1990. En premier lieu, la création du site *InfosPlusGabon.com* par l'arrêté ministériel n° 3131/MCI/DGC/DCIP du 19 juin 1992. C'est la première agence gabonaise privée en ligne traitant divers types de sujets (politique, économique, social etc.) en rapport avec l'actualité nationale, africaine et internationale. *InfosPlusGabon* va atteindre une certaine notoriété au point de lui valoir la reconnaissance de ses pairs dont l'*Agence Française de Presse (AFP)* en 1994, et représenter les agences *Reuters*, l'*Agence Science Presse (ASP)*, voir même l'*Agence Panafricaine de Presse (PANA)* et bien d'autres depuis 1998 (Nzuey Griffin, 2013)⁴¹⁹. L'autre agence d'information qui va apparaître sur internet est l'*Agence Gabonaise de Presse (AGP)* en créant son site *Agpgabon.ga* dès 2004 et réactualisé en 2006. L'*AGP* est un organe d'information public ayant vu le jour très tôt au lendemain de

⁴¹⁷. Sokhna Fatou Seck-Sarr, *Opcit.* p. 46-47.

⁴¹⁸. Paré Cyriaque, « *Médias et société de l'information en Afrique de l'Ouest. Enjeux, discours et appropriations* », Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université de Bordeaux III, 2007.

⁴¹⁹. Ondo Nzuey Griffin, « *Le cyberjournalisme au Gabon : pratiques et représentations chez les professionnels de l'information* », Mémoire de Master en Communication de masse, DSIC, Université Omar Bongo (UOB), Libreville, 2013, P.44.

l'accession du Gabon à la souveraineté internationale en 1960. Elle est considérée comme un outil de souveraineté par l'Etat gabonais et se voit confier la mission principale de mettre à la disposition du public gabonais les informations nationales et internationales. Internet devenant un véhicule de l'information prisée par la plupart des agences de presse, à l'instar de l'AFP, l'AGP va elle aussi se convertir en espace de diffusion en ligne (Sabi-Daboudji, *Opcit.*)⁴²⁰.

A cette période où l'on assiste aux premières lueurs de sources d'information de l'actualité gabonaise sur le web, un blog va jouer un rôle majeur dans le processus d'émulation des sites natifs gabonais. Il s'agit de la page *Bongo Doit Partir (BDP)* dont le site *bdpgabon.org* est créé en 1998 au New Jersey. Considéré comme un mouvement politique de libération nationale pour la construction d'un Gabon nouveau, le BDP est l'œuvre d'un activiste, professeur d'études anglophones exilé aux Etats-Unis en la personne du Professeur Daniel Mengara. La création du site a pour objectifs de publier des analyses critiques sur les agissements du régime PDG-Omar Bongo dont le départ du pouvoir par n'importe quelle stratégie, voir des moyens insurrectionnels est le but ultime ; pour cela, il s'agit d'informer la population nationale, tout comme la diaspora gabonaise et la communauté internationale, du manque de démocratie qui règne au Gabon afin de préparer les consciences à se révolter contre le système en place ; susciter l'adhésion des gabonais au mouvement BDP via son site et réfléchir sur les mécanismes d'action pour engager la révolution contre la famille Bongo au pouvoir depuis quarante ans⁴²¹. Alors qu'internet s'installe à peine au Gabon et qu'une bonne partie de la population n'est pas encore au fait de la nouvelle technologie comme c'est le cas aujourd'hui, le blog du BDP se présente comme un précurseur de l'activisme politique gabonais sur internet et va constituer un véritable boulet pour le régime en place, tout en incitant les acteurs politiques et les hommes des médias du pays à s'intéresser à l'espace numérique du web.

Illustration 4 : Image de la page d'accueil du blog du BDP



Source : Capture d'écran sur le site <https://www.bdpmoawoam.org/>

⁴²⁰. Sabi-Daboudji A., *Opcit.*, p.106.

⁴²¹. <https://www.bdpgabon.org/bdp/presentation/historique/>. Consulté le 12 mars 2023.

L'image pris de la page d'accueil du *blog* du BDP ci-dessus n'est qu'à titre illustratif pour avoir une idée sur la manière dont le site se présente actuellement. Car, il faut souligner que le graphisme de la page a beaucoup évolué depuis sa création et nous n'avons pu obtenir les anciennes versions. Toutefois, la logique éditoriale est restée la même depuis sa création. Avec la prise du pouvoir d'Ali Bongo en 2009 qui succède à son père Omar Bongo qui aura régné sans partage sur le Gabon pendant quarante-deux ans au sommet de l'exécutif, le concepteur du BDP Michel Mengara voit son combat se pérenniser et son blog devenir plus populaire au fil des années, l'utilisation d'internet s'étant aussi démocratisée sur le plan national. Mais comment le tout premier blog d'engagement politique ou d'activisme gabonais en ligne a poussé à l'avènement des sites natifs gabonais ? Les lignes qui vont suivre vont tenter de répondre à cette question en s'appuyant sur les déclarations des acteurs de la presse gabonaise en ligne recueillies lors de nos entretiens.

IV.3.2. Du *blog* BDP à l'avènement des premiers médias natifs gabonais : une question d'occupation de l'espace numérique par des acteurs politiques.

L'actualité gabonaise sur internet a été, à ses débuts, le fait des agences de presse et il était assez difficile d'y retrouver un maximum d'information sur les nouvelles du Gabon. L'Agence française de presse et l'Agence gabonaise de presse, ainsi que la première agence privée gabonaise en ligne, *InfosPlusGabon*, fournissaient généralement des brèves ou des dépêches sur l'actualité nationale et les nouvelles internationales qui étaient privilégiées. Selon les propos d'un journaliste de l'AFP qui a souhaité garder l'anonymat, « *la plupart des informations que l'on pouvait retrouver dans les agences gabonaises d'information, surtout en ce qui concerne l'actualité internationale, était puisée à partir des dépêches de l'AFP* »⁴²². Ce qui, en réalité ne paraît pas surprenant pour diverses raisons. D'abord, pour produire des informations d'ordre international, il faut avoir un réseau conséquent de correspondants et de partenariats avec d'autres organes de presse à travers le monde pour être en mesure de couvrir et informer sur des événements se déroulant à travers le monde. Cela demande des moyens colossaux. Or, à ce niveau, les agences de presse gabonaise n'avaient pas la capacité d'une organisation aussi grande et complexe. D'où la nécessité pour elles de s'appuyer sur l'AFP qui semblait déjà mieux outillée pour répondre à de telles exigences. D'ailleurs, Louis Philippe Mbadinga, agent de l'AGP avoue à cet effet qu'une bonne partie de l'actualité internationale est puisée de l'AFP⁴²³. Aussi, les premières années du réseau internet au Gabon dès la fin des années 1990 et au début des années 2000, la connectivité n'est pas encore au beau fixe. Les utilisateurs du réseau sont une catégorie privilégiée et élitiste de la population dont la plupart sont des travailleurs de l'administration publique et privée et la

⁴²². Propos recueillis lors d'un entretien téléphonique avec un journaliste de l'AFP qui, pour des raisons d'éthique, a préféré garder l'anonymat. Selon lui, en tant que journaliste, il ne lui est pas confortable de critiquer le travail de ses confrères journalistes gabonais. Entretien réalisé le 25 novembre 2022.

⁴²³. Louis Philippe Mbadinga est journaliste et rédacteur en chef du site de l'AGP. Assertion recueillie de l'entretien organisé à Libreville, Gabon le 11 février 2020.

diaspora gabonaise. Dans cette période, les informations sur le Gabon n'avaient pas un fort écho sur internet et l'actualité nationale restait l'apanage de la presse traditionnelle du pays.

Lorsqu'apparait le site et *blog* précurseur de l'activisme gabonais en ligne, le BDP, l'innovation qu'il apporte au Gabon est telle qu'il se retrouve à occuper la scène médiatique de l'information nationale sur la toile. Les Gabonais installés au pays et surtout ceux de la diaspora qui recherchent en ligne des informations sur le Gabon sont en premier lieu automatiquement orientés vers le site du BDP du Professeur et activiste Daniel Mengara (Goma Yves L., D.G. de Gabonactu)⁴²⁴. Cela pouvait s'expliquer par la régularité des publications sur le *blog* qui, de facto, devenait le principal site inondant internet de façon prolifique sur le fait de parler constamment du Gabon. Le fait que le site soit créé et hébergé depuis les Etats-Unis et son promoteur côtoyant plus tôt les nouvelles technologies ont certainement joué à l'avantage du BDP pour comprendre les mécanismes des algorithmes du fonctionnement digital du réseau. D'où l'avance qu'avait pris le BDP sur la toile par rapport aux médias nationaux en termes de présence médiatique quant à l'actualité du Gabon.

Cette situation de monopole de la visibilité du BDP sur internet n'arrangeait guère les autorités politiques de l'époque dont le président Omar Bongo et son gouvernement. Le BDP comme son nom l'indique était, et le reste toujours, un outil de « propagande politique contre le pouvoir du système Bongo-PDG ». Plusieurs tentatives pour supprimer la diffusion du blog de Mengara au Gabon seront tentées par le gouvernement. La décision sera même prise officiellement lors d'un conseil de ministres de l'interdiction de diffusion du BDP dans le territoire gabonais, mais sans succès. La technologie internet était nouvelle et encore peu vulgarisée. Donc il était impossible d'arriver à supprimer le site d'autant plus qu'il était hébergé au New-Jersey. Comme pour montrer le niveau d'exaspération des autorités politiques contre ce *blog*, Daniel Mengara raconte des expériences qu'il a vécues avec les autorités gabonaises :

« A plusieurs reprises, Omar Bongo a envoyé des émissaires pour me rencontrer afin de me convaincre d'aller discuter avec lui. Seulement beaucoup d'entre eux ne sont parvenus à me voir et allaient rapporter des mensonges au président sur mon soi-disant refus à m'entretenir avec lui. L'intention de ces individus était de soudoyer le président pour qu'à chaque fois, il leur donne de l'argent pour venir me corrompre et profiter en plus des frais de mission sans même chercher à me contacter véritablement. Le seul qui y est parvenu à me rencontrer était Mike Jocktane (un des conseillers spéciaux du président gabonais). Avec lui, nous avons eu un échange assez virulent, car je m'étais montré impitoyable. Finalement, la mission de cet énième messenger fut un échec. Mais ils ne se sont pas arrêtés là. Après avoir tenté moult tentatives pour bloquer mon site sans y parvenir, le gouvernement gabonais m'a porté plainte au niveau de l'Etat du New jersey m'accusant de manigancer des activités terroristes contre l'Etat gabonais. C'est ainsi qu'un jour, je reçois la visite inopinée des forces de police chez moi et me font état de la plainte, ainsi que des chefs d'accusation y relatifs. Après avoir pris le temps de leurs expliquer ce qu'il en était véritablement de mon activisme politique de lutte pour défendre la démocratie dans mon pays, les agents sont repartis tout souriants réalisant que cette plainte

⁴²⁴. Propos recueillis de l'entretien avec Goma Yves Laurent, Promoteur et directeur de la publication de Gabonactu.com., réalisé à Libreville, Gabon le 13 février 2020.

n'allait point prospérer, surtout pas aux Etats-Unis, pays qui défend la démocratie. Ce fut un échec de plus pour le régime Bongo contre mon blog, sinon mon combat »⁴²⁵.

Ce témoignage anecdotique du responsable du mouvement *Bongo Doit Partir* dont le blog, *Bdpgabon.org* est le lieu d'expression par excellence, montre à quel point l'information sur internet n'était point anodin et annonçait déjà un certain bouleversement dans l'espace médiatico-politique en terre gabonaise. C'est en ayant échoué à plusieurs reprises sur l'incapacité d'interdire, voire de bloquer la diffusion du blog du BDP dans l'espace médiatique que des responsables politiques autour du président Omar Bongo vont initier l'idée de créer un site d'information en ligne : c'est la naissance de *Gabonews.com*. L'objectif officiel de la création de *Gabonews* par la secrétaire particulière du président, Laure Gondjout, est de construire un média en ligne d'information journalistique capable de fonctionner comme une agence de presse, c'est-à-dire, travailler avec une équipe professionnelle produisant des informations nationales et internationales afin d'hausser l'image du Gabon sur la toile en matière d'information et de communication. Mais l'objectif sous-jacent qui est dit par certains journalistes (François Ndjimbi, Yves L. Goma) est qu'il fallait créer un média pouvant réduire la visibilité du *blog-BDP* sur internet. Pour cela, la stratégie a été de mettre d'énormes moyens sur le site natif *Gabonews.com* et de produire des informations qui vont à l'encontre des discours critiques du BDP en mettant en exergue une réalité moins clivante et plus proche des réussites du pouvoir. Gabonews est ainsi mis en ligne en 2004 et se positionne comme une référence au Gabon en matière d'information en ligne. Yves Laurent Goma qui avait été sollicité par la promotrice de Gabonews pour assurer la direction du projet nous a révélé certaines réalités internes ayant conduit à la perte de vitesse dudit site natif :

« Dans un premier temps, Gabonews a pratiquement réussi ses deux objectifs : Constituer un site d'information privée avec une organisation professionnelle qui n'avait rien à envier aux autres organes d'information nationale ; supplanter le site BDP qui a commencé à relayer les dépêches de Gabonews sur ses colonnes ne réalisant pas que cela allait causer la chute de son influence sur internet. C'est ainsi qu'au fil du temps, les internautes ont rué vers Gabonews et le blog de Daniel Mengara a perdu son monopole de visibilité. Malheureusement, dès 2006, la promotrice de Gabonews a commencé à vouloir faire du site un outil de propagande du pouvoir. Les journalistes à la base de la réussite du projet ne partageant pas cette nouvelle donne ont fini par tous être renvoyés, moi y compris. L'équipe qui a suivi, c'était du cafouillage. Ils ont fait n'importe quoi. Et Gabonews a commencé à décliner »⁴²⁶.

Ces propos font montre de deux observations : d'une part, ils traduisent l'importance et les luttes d'idées politiques qu'internet commençait à abriter, et ce, par le biais des premiers sites traitant de l'actualité et des réalités sociopolitiques gabonaises. Et d'autre part, tout comme cela c'était passé avec l'avènement des médias traditionnels au Gabon de l'indépendance au mouvement démocratique des années 1990, les autorités politiques ont vu en la création des sites d'information en ligne, un moyen de communication politique

⁴²⁵. <https://www.bdpgabon.org/articles/2011/11/26/declaration-du-dr-daniel-mengara-sur-laffaire-jocktane-mike-jocktane-etait-lun-des-porteurs-de-mallettes-domar-bongo/>. Consulté 13 mars 2023.

⁴²⁶. Goma Yves Laurent, *Loc.cit.*

pour mieux vendre l'image des politiques publiques à l'international pour certains, pendant que d'autres s'en sont servis pour dénoncer les maux de la société orchestrés par le pouvoir. C'est pour cette raison que les premiers sites natifs gabonais à l'initiative des autorités politiques (*infosplusgabon.com*, *agpgabon.ga*, *gabonews.com*) vont principalement se focaliser sur l'information institutionnelle mettant en avant les activités de l'Etat. Or, le mouvement du *BDP* à travers son *blog*, *bdpgabon.org*, va ouvrir la voie vers l'activisme politique en ligne en ce qui concerne le Gabon. On peut ainsi déduire que la présence des premiers *pure players* (*blog* et sites natifs) en rapport avec l'actualité gabonaise a été le fait de visions politiques contradictoires. D'un côté, les acteurs du régime Omar Bongo qui, via leurs sites d'information, devait présenter une image positive du Gabon à l'international en montrant le fonctionnement républicain des institutions, car à cette période, l'information en ligne n'est pas encore très suivie par la population locale. De l'autre côté, le puissant mouvement *BDP* du professeur Daniel Mengara qui, depuis le *New-Jersey* aux Etats-Unis, héberge son site pour lutter contre le régime du président Bongo.

IV.3.4. Les médias natifs gabonais, victimes de leur succès face aux intérêts politiques

Le triomphe qu'a connu *Gabonews* à ses débuts va susciter l'émulation des acteurs médiatiques gabonais et une succession de sites natifs vont naître. Parmi ces sites d'information, *Gaboneco* fait son apparition en 2005 et est le résultat d'un groupe de journalistes venu pour la plupart de la presse écrite dont faisait partie, François Djimbi, l'actuel directeur de publication de *Gabonreview*. *Gaboneco.com* est à l'origine un site natif indépendant axé sur l'économie, mais qui est progressivement devenu un média généraliste abordant les thématiques de la politique, la société, le show-biz, la technologie, etc. Ce site va lui aussi connaître un triomphe fulgurant dans le système médiatique gabonais de par la pertinence des analyses économiques et l'objectivité qu'on lui accorde sur la description des réalités sociopolitiques qu'il publie. L'utilisation de la téléphonie mobile s'étant démocratisée et le réseau internet étant de plus en plus accessible grâce aux fournisseurs d'accès internet (FAI) et les entreprises de télécommunication qui s'installent à Libreville, le public gabonais commence à se familiariser avec les nouvelles technologies et favoriser la lecture des informations sur internet. D'où la visibilité dont va bénéficier le site *gaboneco.com* au point d'être classé en tête des sites nationaux et en troisième position des sites d'Afrique centrale selon un article du *Courrier international* publié le 2 avril 2010⁴²⁷. Seulement, c'est ce succès du média qui va être la raison de sa perte. François Djimbi nous confie ceci :

« Alors que nous étions devenus le média en ligne le plus suivi au Gabon, en 2011 les émergents ont effectué en coulisse une opération d'achat du site avec le webmaster. Il vend le site à 50 millions de fcfa (76,33€) et n'indemnise pas la plupart des collaborateurs. On finit donc par s'embrouiller et je finis par partir ainsi qu'un bon nombre de journalistes...Voulant surfer sur la notoriété que Gaboneco s'était construite, la nouvelle équipe avec comme nouveau promoteur Edgar Yonkeu, le manager musical de Patience Dabany la mère d'Ali Bongo, donc proche de la présidence, s'est illustrée dans la médiatisation partisane de l'information en faveur

⁴²⁷. Ondo Nzuey Griffin, *Loc.cit.*

des émergents. Ce qui a fait perdre au média sa crédibilité sur son objectivité et son audimat a fortement dégringolé. Aujourd'hui, Gaboneco s'est effacé parmi les nombreux sites gabonais qui existent sur internet »⁴²⁸.

Ce témoignage met en évidence un point commun sur la déchéance des sites de *Gabonews* et *Gaboneco*. Il s'agit de la politisation de la ligne éditoriale en faveur du régime en place. En effet, les deux sites natifs connaissent pratiquement la même évolution. A leurs débuts, ils sont animés par des journalistes professionnels venant de la presse traditionnelle et brillent par un certain succès au niveau de la visibilité sur le net. Puis, interviennent des intérêts politiques qui les contraignent à orienter leurs lignes éditoriales pour satisfaire la vision politique du régime au pouvoir. Ce qui, finalement, participe au déclin de leurs succès médiatiques du départ. Aussi, si l'on tient compte des deux autres sites d'information gouvernementaux, *infosplusgabon.com* et *agpgabon.ga*, qui n'ont guère connus un quelconque succès depuis leurs créations, on ne peut s'empêcher de faire le lien entre la politisation du contenu de ces sites natifs en faveur du pouvoir et la défaillance qui en découle au niveau de la visibilité sur internet. A partir de l'exemple des sites susmentionnés, il est logique de relever que les tous premiers sites médias natifs gabonais qui ont eu à faire la part belle à la politique du gouvernement n'ont point prospéré sur la toile. Cela semble donc se présenter comme un désavantage. Une déduction qui rejoint d'ailleurs les propos du journaliste et correspondant de *RFI* au Gabon lorsqu'il déclarait à la responsable de *Gabonews* que « *si vous voulez un média qui dure et rassemble tous les gabonais, n'en faisons pas un outil de propagande du pouvoir, sinon le jour où le pouvoir tombe, le média tombera avec lui* »⁴²⁹. Toutefois, l'échec de *Gabonews* et de *Gaboneco* a fait émerger d'autres sites natifs.

IV.3.5. La création de nouveaux médias natifs du web, une émanation partie de la frustration et du désir d'indépendance éditoriale par certains acteurs de l'information

La naissance de *Gabonactu* et de *Gabonreview* résulte du désarroi des journalistes partis de *Gabonews* et de *Gaboneco*. *Gabonactu* est le fruit d'Yves L. Goma parti de *Gabonews* après l'épisode de licenciement des journalistes n'ayant pas obéi aux injonctions d'orienter la ligne éditoriale au bénéfice du pouvoir en place. Quant à *Gabonreview*, il né de la volonté de François Djimbi et de Luc Lemaire, deux journalistes ayant mis en exergue leur clause de conscience après l'achat de *Gaboneco* par des proches de la présidence gabonaise.

⁴²⁸. Propos recueillis de l'entretien avec Djimbi François, Directeur de la publication de *Gabonreview*, réalisé à Libreville, Gabon le 4 février 2020.

⁴²⁹. Goma Yves Laurent, *Loc.cit.*

Selon Goma, journaliste et correspondant de *RFI* au Gabon, ces propos sortent de la discussion qu'il avait souvent avec Laure O. Ngondjout, la promotrice de *Gabonews*, par rapport à la ligne éditoriale du site d'information. Cette dernière attendait de l'équipe rédactionnelle dudit site natif de ne pas publier des informations critiques à l'endroit du pouvoir, mais au contraire d'en faire un média acquis aux intérêts de la présidence gabonaise. Ne cédant pas à cette exigence, l'équipe de journalistes formée autour de Goma et ayant été à la manœuvre des prémices du succès de *Gabonews* à sa création, va se voir licencier, lui-même avec. Elle sera remplacée par une nouvelle équipe qui, elle suivra les recommandations de la patronne. Mais comme on l'a signifié, ce sera le début de la perte de vitesse de *Gabonews*. Plus loin, nous parlerons de la situation actuelle du média.

Ces deux sites natifs font partis des médias gabonais en ligne qui, aujourd’hui, ont su tirer des leçons de la faillite des sites d’information d’où ils venaient pour mieux construire la ligne éditoriale de leurs médias. Selon les dires des deux promoteurs desdits sites natifs, ils vont s’atteler à faire preuve d’une certaine objectivité dans le traitement des informations. Le succès de *Gabonreview* et *Gabonactu* comme média d’information exclusivement en ligne va susciter de l’intérêt et entraîner la création de plus en plus fulgurant de sites natifs de tous ordres.

« En 2016, des organismes internationaux ont observé le paysage médiatique gabonais et ont classé *Gabonreview* et *Africa* n°1 parmi les médias les plus objectifs. La réussite de *Gabonreview*, devenu une référence en matière d’information au Gabon, a suscité la création de plusieurs sites par des jeunes professionnels et amateurs réalisant qu’il est plus facile de créer un site sur internet que de créer un média papier ou audiovisuel. On va malheureusement assister à la présence des sites en ligne sérieux et d’autres moins sérieux » (François Djimbi, *Loc.cit*).

Comme l’indique ces propos, l’évolution positive des certains sites natifs gabonais au niveau des audiences et au niveau de la reconnaissance de certains sites natifs par les pairs dans le domaine de la communication, aura comme conséquence la prolifération de plusieurs sites d’information en ligne traitant de l’actualité gabonaise. C’est ainsi qu’en 2016 naît *Gabonmediatime* par la volonté d’un passionné de la communication et juriste de formation, en la personne d’Harold Leckat Igassela. Le site natif indépendant et généraliste est très tôt en vu et prend progressivement de la place, sinon de la visibilité dans l’espace médiatique gabonais au point de concurrencer les sites plus anciens. La rapidité de ce succès peut s’expliquer par le dynamisme du média à se déployer plus promptement sur les réseaux sociaux dès ses débuts. Chose que les autres médias en ligne ont pris du temps à développer. De fait, s’installe une certaine concurrence de chiffre et de classement entre les sites natifs où chaque promoteur brandit son niveau de visibilité et s’autoproclame meilleur site d’information par rapport aux autres⁴³⁰. *Alexa internet*, une entreprise établissant le classement mondial de tous les sites *web* basée à San Francisco, a clarifié cette question en révélant les sites internet les plus utilisés par les gabonais en 2019. De ce classement, il en ressort que *Gabonreview* occupe la première place des sites d’information journalistiques et *Gabonmediatime* est le suivant, mais se positionne très loin à vingt places d’écart du premier site⁴³¹.

⁴³⁰. Lors de nos entretiens avec les différents responsables de sites natifs, celui de *Gabonmediatime* nous affirme qu’au dernier trimestre de 2019, ils ont fait près d’un million de vues et que sur cette base, il constitue le média en ligne le plus suivi au Gabon. Le responsable de *Gabonreview* nous déclare aussi qu’en moyenne le site fait près de quatre-vingts milles vues par jour et qu’en 2019, *Alexa* (organisme international de classement de sites) leur classe en première position des sites d’information journalistique au Gabon. Curieusement, pour la même année, *Gabonmediatime* et *Gabonreview* se déclarent être à la première place de l’information en ligne. Quant au promoteur de *Gabonactu*, lui aussi, prétend être le site le plus apprécié des gabonais du fait des retours qu’ils reçoivent sur la qualité de leurs informations. Bref, chaque site natif revendique la primauté de l’excellence en matière de visibilité.

⁴³¹. <https://www.gabonreview.com/habitudes-gabonaises-et-trafic-sur-le-web-gabonreview-au-dessus-de-la-melee/>. Consulté le 16 mars 2023.

A l'heure actuelle, on observe une multitude de sites natifs gabonais de tout genre. On y retrouve des sites spécialisés dans l'information politique et générale (la presque majorité) tels *Infos241.com*, *Gabon-infos*, *Pyramide média.com*, *Topinfosgabon.com* et bien La quasi-totalité de ces sites d'information ont un statut privé, car beaucoup relèvent d'initiatives personnelles et plusieurs manquent d'une véritable organisation avec une équipe, un siège et du matériel logistique adéquat pour se définir comme une entreprise d'information professionnelle. Doumbény, conseiller en communication de la HAC fait mention de cette réalité en parlant de la légèreté avec laquelle certains médias en ligne sont organisés :

« Il y a un grand manque de professionnalisme. Il faut avouer que la facilité avec laquelle on crée un média sur le web est de nature à favoriser les aventuriers du journalisme. Les médias classiques sont organisés, il y a une rédaction, des correcteurs...Or, la presse en ligne ce sont les rédactions qui se confondent au directeur de publication. Ça veut dire que le directeur de publication, il est à lui seul toute une rédaction. Il fait tout à partir de son téléphone sans une équipe de rédaction pour respecter les procédures du traitement de l'information journalistique. Beaucoup n'ont même pas de siège »⁴³².

La prolifération des sites natifs gabonais est en grande partie due à cette possibilité d'échapper aux difficultés de la création d'un journal papier ou audiovisuel contrairement à la mise en place d'une presse en ligne qui semble moins rigoureuse. Malgré la régulation qui dispose des normes de création d'un média en ligne, beaucoup de sites d'information n'obéissent pas à la réglementation, se créent de façon marginale en toute illégalité. Mais la HAC s'efforce de mettre de l'ordre dans cet espace numérique en veillant à ce que les médias en ligne qui ne sont pas reconnus par l'Institution soient supprimés. Pour cela, lorsqu'un média numérique hors la loi est détecté par le service de veille de la HAC, cette dernière saisit l'Autorité de Régulation des Communications Électroniques et des Postes (ARCEP) et l'Agence nationale des infrastructures numériques et des fréquences (ANINF) qui ont les capacités techniques pour bloquer ou supprimer un site en ligne. *« Seulement, lorsque nous procédons de la sorte, on nous taxe de tuer les entreprises, les jeunes gabonais se débrouillent et vous les mettez les bâtons dans les roues »*, rajoute le conseiller en communication de la HAC.

Ainsi, on est face à un secteur très dynamique au regard des médias d'information qui pullulent sur internet, mais tout en favorisant un certain pluralisme en termes de volume ou de quantité, le problème reste la qualité des médias qui se créent et des informations qui en découlent. Avec la popularité du téléphone mobile qui est devenu le moyen le plus utilisé pour accéder à internet, l'information en ligne n'est plus favorablement suivie que par la diaspora, car la population locale se rue massivement et adopte désormais des habitudes de consommation des nouvelles sur internet. C'est là un facteur ayant motivé la presse traditionnelle gabonaise à s'orienter davantage dans la conversion d'une version numérique de leurs publications. Plusieurs journaux et médias audiovisuels vont ainsi créer des sites en ligne pour ne pas se retrouver dépasser ou en marge des possibilités de visibilité qu'offrent

⁴³². Propos recueillis de l'entretien avec Doumbény, Conseiller en communication de la HAC, réalisé à Libreville, Gabon le 6 avril 2020.

internet. Sans véritable stratégie d'éditorialisation correspondant à la digitalisation du web, les avantages économiques n'ont pas été au rendez-vous et plusieurs sites éditeurs de presse en ligne vont fermer. Quelques rares journaux ont pu maintenir la version numérique de leur média, à l'instar du principal quotidien du Gabon, *L'Union* avec son site *union.sonapresse.com* ; Les hebdomadaires *Gabon Matin* avec *gabonmatin.com* et *Echos du Nord* avec *echosdunord.com*.

Comme on le disait plus haut, le déroulement de la presse gabonaise en ligne est différent du processus qui s'est fait dans plusieurs autres pays comme l'a montré Sokhna Fatou avec le cas de l'Afrique de l'Ouest. Au Gabon, ce sont les *pure players* à travers les agences de presse en ligne, les *blogs* et plus tard la mouvance des sites natifs qui ont incité les éditeurs de la presse traditionnelle à créer des versions électroniques de leurs médias. Ces derniers, ayant résisté à l'innovation technologique pendant longtemps, se sont rendus compte que l'espace numérique devenait de plus en plus attractif et que les médias en ligne publient de manière instantanée les nouvelles à travers le monde, retardant ainsi les publications de la presse écrite traditionnelle. Ils ont fini par trouver utile de s'installer sur internet. Ce sont donc toute cette diversité de médias d'information numériques (publics, privés, sites natifs, éditeurs de presse en ligne, sites professionnels et amateurs) qui composent aujourd'hui la presse gabonaise en ligne.

C'est dans cette pluralité des médias gabonais dans l'espace numérique que lors de différentes élections, les sources d'information proviennent dans tous les sens au point de perdre l'orientation des lecteurs gabonais et internationaux. Pendant l'élection présidentielle de 2016, on a assisté à un faisceau d'informations sur la situation du moment à partir de nombreux dysfonctionnement mettant en mal la médiatisation objective de la campagne électorale. Cela se traduit par la prise de positions politiques dont fait montre certains médias numériques, les *fakenews* véhiculés par d'autres sites d'information et la pratique de ce que le promoteur de Gabonactu, Yves L. Goma a appelé « *la plume tronquée contre de l'argent* », c'est-à-dire, travailler à la commande pour volontairement saper l'image d'un concurrent politique, une sorte de journalisme mercenaire. C'est ainsi qu'à l'aube de l'élection, on voit apparaître certains sites d'information dont le seul but est de profiter de l'argent qui circule pendant la campagne et disparaissent aussitôt que l'élection prend fin. Tout ce cafouillage informationnel en période d'élection sur internet semble être en défaveur d'un pluralisme de l'information qui ne répond pas au critère de médias professionnellement structurés et possédant une autonomie financière gage de leur pérennisation. D'où l'intérêt d'aller scruter la situation socioprofessionnelle et économique des sites natifs soumis à notre étude.

IV.4. La structuration socioprofessionnelle des médias natifs choisis

Dans la partie méthodologie de ce travail, nous avons justifié les raisons qui ont motivé le choix des médias en ligne sur qui vont porter notre analyse, notamment les cinq sites natifs et les deux éditeurs de presse en ligne (*L'Union* et *Echos du Nord*). Pour ce qui est des sites natifs que sont *Gabonews*, *Gabonreview*, *Gabonmediatime*, *Gabonactu* et

Gaboneco, rappelons juste que ce sont les sites d'information politique et générale les plus suivis au Gabon au moment où nous effectuons notre terrain (Reporter Sans frontière). A l'exception de *Gaboneco* qui avait perdu en vitesse et s'est retrouvé dans une période de cessation d'activité du fait d'une profonde crise financière. En termes d'organisation, Ces sites natifs représentent aussi les rares médias d'information sur internet remplissant les normes légales d'une organisation pour une entreprise de presse dite professionnelle avec une équipe de rédaction et un siège par exemple, nous confiait le conseiller juridique de la HAC, Ondo Ebiaghe. Ils constituent ainsi un échantillon dont l'analyse peut nous offrir une vision globale et près du réelle de la situation de la presse gabonaise en ligne par rapport au cadre socioprofessionnel et économique dans lequel ces médias se trouvent. A ce stade, l'analyse va se focaliser sur deux grands points : D'abord, l'organisation interne et externe des sites natifs en déterminant la structuration de ces organes d'information en tant qu'entreprise, le profil des acteurs qui les animent, les rapports avec les éléments extérieurs de l'espace médiatique et les conditions sociotechniques de production de l'information sur le web ; Ensuite, présenter la situation socioéconomique des sites natifs : il s'agira ici de faire état de leurs stratégies de financement afin d'observer si ces médias numériques sont autonomes et peuvent se targuer d'une véritable indépendance éditoriale.

IV.4.1. Des organisations internes et externes presque similaires entre les différents médias natifs du web

On entend par organisation interne et externe aux médias la manière dont les organes d'information s'organisent en tant qu'entreprise avec des objectifs à atteindre et les moyens humains, structurels et logistiques mis en place pour les atteindre. Dans le cadre d'une entreprise de presse, au-delà de produire et de diffuser de l'information, chaque média construit son produit médiatique en fonction de ce qu'il ambitionne comme intention sur son consommateur-destinataire et par rapport aux perspectives portées sur sa structure médiatique. La structuration interne et les rapports externes du média vont ainsi être déterminés à partir de ces logiques d'objectivation. C'est ressortir les mécanismes mis en place par les différents sites natifs à cet effet qui vont nous intéresser afin d'en présenter les caractéristiques socioprofessionnelles dans un premier temps. Pour y parvenir, les données issues de l'enquête de terrain vont être utiles. Par ce moyen, nous avons pu observer l'environnement physique dans lequel évolue ces médias et les entretiens ont permis de capitaliser les données sur les réalités professionnelles vécues en leurs seins.

IV.4.1.1. L'organisation interne des médias natifs : des conditions logistiques et humaines modestes

Comme on a pu le mentionner plus haut, les objectifs de la création des sites natifs varient selon le profil des promoteurs. Pour certains, la motivation est partie d'un intérêt politique comme ce fut le cas avec la création de *Gabonews* ; pour d'autres, ce fut le moyen d'apporter une originalité éditoriale dans la scène médiatique gabonaise en y publiant des informations basées sur des analyses économiques profondes tels que le souhaitaient les

concepteurs à l'origine de *Gaboneco*, mais qui a fini par devenir un site d'information à la merci de la présidence ; ou encore ceux qui, par expérience professionnelle et après plusieurs déceptions, ont décidé de créer leur propre média sur internet pour mettre en œuvre leur vision du journalisme, à l'instar des promoteurs de *Gabonreview* et *Gabonactu* ; aussi, il y a le cas de *Gabonmediatime* dont le fondateur est à la base un profane de l'information, mais qui par passion, a laissé son métier de juriste pour se consacrer au métier de journalisme. A partir de cette observation, les moyens mobilisés pour l'organisation de chaque site natif ne sont pas les mêmes.

IV.4.1.1.1. La mobilisation des moyens logistiques des sites natifs

Toutefois, avant de préciser les particularités propres à chaque site natif, soulignons au préalable qu'ils se rejoignent sur des dispositifs logistiques légaux et organisationnels. En effet, la création de ces sites natifs s'est faite dans un contexte où la législation ne reconnaissait pas encore leur statut en tant qu'activité professionnelle légale. Il a fallu attendre le réaménagement du Code de la communication en République gabonaise de la Loi n°19/2016 du 09 août 2016 partant des Articles 107 jusqu'à l'Article 117 qui confèrent toutes les dispositions relatives à la reconnaissance de la presse numérique au Gabon et ses modalités de création, d'obligations ainsi que de fonctionnement. Mais bien avant cette réforme, les sites natifs composant notre corpus remplissaient déjà quelques exigences de l'organisation d'une entreprise de presse. Parmi ces dispositions, le fait de disposer d'une équipe permanente de rédaction comprenant au moins un journaliste (professionnel)⁴³³ titulaire de la carte de presse (Article 112), et de posséder un siège social (Article 107). Des mesures qui, selon le conseiller juridique de la HAC, ne sont pas respectées par plusieurs sites d'information présents sur internet.

Pendant notre travail de terrain, nous avons effectivement pu identifier les sièges sociaux des cinq sites natifs. Contrairement en Europe dont la France où la géolocalisation à partir des adresses de rue est développée, à Libreville où ces médias natifs sont basés, on ne peut identifier la localisation des sièges qu'à partir des noms des quartiers, comme on peut le voir sur le tableau suivant :

Tableau 7 : L'identification des quartiers qui abritent les sièges sociaux des sites natifs.

⁴³³. Le journaliste professionnel est défini par la Loi n°19/2016 du 09 août 2016 du Code de la communication gabonaise en son Article 40 et stipule que « *Est journaliste, toute personne exerçant régulièrement au sein d'un organe de presse ou à titre indépendant des activités de collecte, de traitement et de diffusion de l'information* ». Les Articles 51 et 54 de la même Loi précisent le cas spécifique du professionnel de la communication numérique en affirmant qu'il rejoint le champ définitionnel du journaliste à la différence de l'outil de communication. Le professionnel de la communication numérique est soumis aux mêmes obligations que le journaliste de la presse écrite et audiovisuelle. L'impératif de la carte de presse n'est pas toujours strict, car beaucoup de journalistes gabonais considérés comme tels n'ont pas toujours de carte de presse. L'Article 66 décrit les autres critères qui permettent à un individu d'exercer le métier de journaliste, à l'exemple d'être titulaire d'un diplôme de journalisme, d'une expérience dans un média reconnu d'au moins cinq ans etc. La carte de presse est ainsi présentée comme un aboutissement.

Médias	Siège social, Libreville
Gabonreview	Ancien sobraga
Gabonews	Montagne Sainte
Gabonactu	Charbonnage
Gabonmediatime	Batavéa
Gaboneco	Akébé

Source : Angoué Minang Alfred.

Les bâtiments composants les sièges de ces médias sont pour la plupart modestes, mais confortables. Pour *Gabonreview*, *Gabonactu* et *Gabonmediatime*, il s'agit de location dont les coûts de loyer, à côté des charges des salariés et des impôts, font parties des charges mensuelles auxquelles ils s'astreignent. Bien que n'ayant pas obtenu les factures exactes de ces dépenses mensuelles, à écouter les différents responsables desdits médias numériques lors de nos entretiens, cela est un énorme poids qui entame une bonne partie de leurs rentrées financières. Mais pour eux, cet investissement est nécessaire, surtout en termes d'image. Les promoteurs de *Gabonactu*, Yves L. Goma et de *Gabonmediatime*, Harold Leekat, nous donne des explications assez compréhensibles sur l'importance d'investir considérablement sur le bâtiment et le personnel. En jumelant leurs deux pensées, on retient que c'est pour eux un moyen de se distinguer des autres organes de presse privées issus des médias traditionnels tout comme numériques. Car beaucoup de médias gabonais se définissent comme des entreprises de presse, mais n'ont ni siège et encore moins un personnel conséquent. La tendance s'est encore plus accentuée avec l'avènement des médias en ligne. Avoir un bon siège social et s'entourer d'un personnel compétent, comme s'en défendent les journalistes de *Gabonreview*, c'est aussi le moyen de faire montre de professionnalisme, d'autant plus que les sites natifs gabonais ont été considérés pendant plusieurs années comme des médias périphériques, aussi bien par les confrères de la presse traditionnelle que par les autorités politiques et des administrations publiques comme privées.

Quant à *Gabonews* et *Gaboneco*, ils bénéficient d'un investissement plus conséquent de par la taille des bâtiments qui abritent leurs sièges respectifs. Le siège social de *Gabonews* est le plus imposant comparativement à ceux des autres médias. Aussi, à ces débuts en 2004, il possédait un personnel équivalant à une vingtaine de personnes, mais qui s'est drastiquement réduit au fil des années pour ne posséder plus que moins d'une dizaine d'agents. Le fait que la propriétaire du média était un hiérarque du régime Bongo-PDG à sa création, *Gabonews* possède son propre immeuble de deux étages sans compter le rez-de-chaussée. Très peu d'entreprises de presse au Gabon peuvent se prévaloir d'un tel investissement. *Gaboneco* a, lui aussi, bénéficié d'une certaine largesse de la part de ses promoteurs qui jouissaient de la proximité avec le parti au pouvoir. Son siège se trouve d'ailleurs dans l'enceinte de l'immeuble du quartier général du PDG à Akébé.

Au-delà des bâtiments constituant les sièges des différents sites natifs, il apparait aussi d'autres moyens matériels qui permettent le fonctionnement de ces organes d'information. Il s'agit des ordinateurs, fixes comme personnels (*personnal computer*), que l'on retrouve en premier lieu dans toutes les salles abritant leurs lieux de travail. On peut remarquer que chaque agent possède au-moins un ordinateur. Certains sont la propriété de

l'entreprise, des modèles sophistiqués comme des Macs tels qu'on a pu le voir chez *Gabonreview* et *Gabonews*. Ce qui n'est point surprenant sachant que l'activité repose sur les nouvelles technologies. Le rédacteur en chef de *Gabonreview*, Jean R. Mbasani, explique qu'il est nécessaire d'effectuer de tels investissements, car de nos jours, l'ordinateur est devenu un outil indispensable dans tous les domaines d'activité professionnelle. Ceci est plus évident pour le domaine du journalisme et mieux encore le journalisme en ligne. Et pour cela, il faut des ordinateurs de dernières générations pour travailler dans de meilleures conditions dans cet espace numérique qui évolue très vite et est très compétitif⁴³⁴. La même logique est partagée dans toutes les autres rédactions, mais *Gabonews* est le média qui semble avoir beaucoup plus investi à ce niveau. Cela s'explique par le fait que très tôt, après avoir créé son site avec le *fil info*, il s'est lancé dans *la télévision web* et plus tard la *web radio*. Ce qui a demandé de lourds investissements en termes de matériels techniques. Les autres médias que sont *Gabonmediatime* et *Gabonactu* ont un matériel bureaucratique assez intéressant, mais plus modeste par rapport aux deux premiers.

Deux autres outils se révèlent indispensables dans le matériel des entreprises de sites natifs gabonais : internet et le téléphone mobile. On peut affirmer sans risque de se tromper que ces deux éléments sont à la base du succès de la presse en ligne. Le premier, internet, parce qu'il est le propulseur du développement de la presse en ligne à travers le monde. Et le second, le téléphone mobile (*smartphone*), a permis la vulgarisation de la consommation de l'information en ligne auprès des populations. Internet le *smartphone (téléphone intelligent)* sont aux mains de tous les journalistes *web* que nous avons rencontrés lors de notre travail de terrain. Pour eux, internet est le principal outil de travail. Lorsque le réseau est perturbé ou complètement coupé comme ce fut le cas lors de la crise post-électorale de la présidentielle de 2016, « *c'est notre travail qui prend un coup et on ne peut absolument rien faire* », nous confie Goma Yves L. de *Gabonactu*⁴³⁵. Quant au téléphone mobile, Le journaliste contemporain ne peut se priver de cet objet. C'est pratiquement le principal outil avec l'internet qui permet aux acteurs de la presse numérique, surtout ceux des sites natifs, de travailler. C'est l'objet avec lequel ils vont sur le terrain, filment et enregistrent les événements. Le téléphone mobile leur facilite la mobilité et la couverture d'évènement spontané. Certains journalistes s'en servent même pour rédiger des brèves et publier automatiquement sur leur site afin de donner le *scoop*. C'est une pratique que fait la quasi-totalité des journalistes exerçant sur les sites natifs constituant notre corpus. C'est l'émergence du « journalisme mobile », c'est-à-dire, le journaliste qui se sert de son *smartphone* pour écrire et publier en permanence, prendre des photos et vidéos pour les transmettre soit à sa rédaction ou directement au public via le site natif pour lequel il travaille (Mark Briggs, 2014)⁴³⁶. En parlant justement des acteurs travaillant dans ces sites natifs que sont les journalistes ou journalistes *web*, comment sont-ils organisés et à quels profils répondent-ils en général ?

⁴³⁴. Assertion recueillie de l'entretien avec Jean R. Mbasani, Rédacteur en chef de *Gabonreview*, réalisé à Libreville, Gabon le 6 février 2020.

⁴³⁵. Assertion recueillie de l'entretien avec Yves Laurent Goma, *Loc. cit.*

⁴³⁶. Mark Briggs, *Manuel de journalisme web. Blogs, réseaux sociaux, multimédia, info mobile*, Op.cit. p. 107.

IV.4.1.1.2. La capitalisation des moyens humains dans le fonctionnement des sites natifs

Toute entreprise de presse digne de ce nom répond à une organisation interne dont le personnel est au centre des activités. Le fonctionnement d'un média nécessite la présence de différentes tâches à effectuer par les agents qui la composent. Les journalistes constitués de reporters, de rédacteurs, des caméraman et techniciens sont la pièce maîtresse de l'organe d'information, car c'est sur eux que reposent la production du produit informationnel. Mais autour d'eux, il y a habituellement toute une équipe qui participe à l'organisation de l'entreprise et influe sur le bon fonctionnement de la structure. Il s'agit là des postes partant du Directeur Général (DG ou PDG) de l'organe de presse, en passant par les services de Directeur des Ressources Humaines (DRH) et Directeur des Affaires Financières (DAF) jusqu'aux Secrétariat et technicien de surface. C'est tout l'intérêt d'établir l'organigramme dans une entreprise pour savoir les différentes tâches qui y existent et les personnes qui en occupent les responsabilités. Curieusement, ayant demandé à obtenir les organigrammes des différents médias auprès des responsables lors des entretiens, tous ont promis m'en obtenir, mais sans pouvoir me le fournir. Pour avoir personnellement travaillé dans un média en ligne, *Gabonews* en l'occurrence, l'organigramme n'est pas souvent la chose à laquelle les responsables de l'entreprise pensent produire. Les tâches et responsabilités de chacun sont connues de façon tacite au sein de l'entreprise. Et lorsqu'un stagiaire demande à avoir un organigramme, c'est à lui-même de se débrouiller à le réaliser en fonction des informations qu'il obtient sur la structuration de l'entreprise. Ce fut le cas lors de mon stage à *Gabonews* en 2014 avant d'y être recruté comme prestataire. N'ayant donc pas pu obtenir d'organigramme, l'hypothèse sur le désintéressement des responsables de médias à le faire paraît plausible. Toutefois, en fonction des conversations des entretiens avec les acteurs et de l'observation réalisée sur place au sein des différents sièges, il apparaît une certaine structuration des tâches en fonction du personnel employé.

Ce qui est commun à l'organisation interne des agents dans ces sites natifs, c'est le fait de retrouver une équipe rédactionnelle composée d'un directeur de rédaction, des journalistes, d'un *webmaster*⁴³⁷, et parfois des stagiaires. *A contrario*, en fonction du nombre et des moyens financiers, on retrouve des postes dans certains médias que l'on ne retrouve pas chez d'autres. Le poste de DAF par exemple, on ne le retrouve qu'à *Gabonews*, quoique l'agent responsable de ce service n'étant plus très actif au moment où nous effectuons notre enquête, car les entrées de l'entreprise devenant difficiles. A *Gabonmediatime*, le directeur de publication, Harold Leckat, dit travailler avec un cabinet de comptabilité pour s'occuper des finances du média. Entre les journalistes, les assistants, les deux techniciens de surface et le correcteur, la structure travaille avec onze personnes. Aussi, il apparaît qu'un agent occupe plusieurs postes à la fois pour réduire les charges. C'est le cas avec *Gabonactu* où le promoteur et directeur de la publication joue plusieurs rôles, à l'instar de celui de

⁴³⁷. Le *webmaster* est celui qui conçoit et entretient un site internet. Il ou elle s'occupe de mettre en forme les contenus, met à jour la plateforme technique et s'emploie à réaliser le référencement. Il arrive qu'il soit en collaboration avec les web designers et les développeurs, tout comme il peut l'être lui-même. C'est donc l'élément qui s'occupe de la partie technique du site natif lorsque les journalistes s'occupent de la production des contenus à émettre sur le site.

gestionnaire financier. Ce qui paraît compréhensible pour deux raisons : le nombre du personnel assez réduit et la situation financière qui n'est pas exponentielle (la situation financière que nous développons plus loin). Il a en son sein six personnes composées de trois journalistes, un *webmaster*, un stagiaire et une assistante. Le directeur de la publication, Yves. L. Goma, est encore le rédacteur en chef, et tout comme avec les autres journalistes, il est commercial et correcteur. La secrétaire qui, elle est son épouse, s'occupe de quelques affaires administratives et parfois remplace la technicienne de surface à des périodes de disette. Gabonreview est le seul média sans stagiaire, donc ne travaille qu'avec un personnel permanent. Ils sont moins d'une dizaine au sein de la rédaction et le directeur de la publication, ainsi que le rédacteur en chef coordonnent plusieurs autres tâches telles que la relecture et correction des articles, la gestion financière et les ressources humaines. Tout ce foisonnement structurel est à l'image d'un secteur d'activité en construction. Bien que les tâches soient réparties entre les agents, ce qui démontre une hiérarchisation des responsabilités, il n'en demeure pas moins que la pratique de cumul des postes de certains supérieurs hiérarchiques soit nécessaire au regard de la taille des entreprises en termes humains.

En se focalisant spécifiquement sur les journalistes, s'arrêter sur leurs profils professionnels nous paraît intéressant pour identifier le type d'individu exerçant dans ces sites d'information en ligne. Les entretiens avec les journalistes des sites natifs *Gabonreview*, *Gabonews*, *Gabonactu* et *Gabonmediatime* ont permis d'obtenir un certain nombre de réponses sur ces journalistes *web* que nous avons synthétisé dans le tableau suivant.

Tableau 8 : Statut des journalistes des médias natifs du web

Médias	Enquêtés	Diplômés en journalisme	Formés sur le tas	Permanents	Stagiaires Pigistes	Moyenne d'âge
Gabonreview	5	4	1	5	0	39
Gabonews	6	4	2	3	3	35
Gabonactu	3	3	0	3	0	41
Gabonmediatime	4	2	2	4	1	33
Total	18	13	5	15	4	/
Pourcentage %	100	72,22	27,77	83,33	22,22	37

Source : Angoué Minang Alfred.

En général, il est dit que le secteur de la communication au Gabon dans le domaine du journalisme est composé d'un taux important de personnes non diplômées dans la discipline. Beaucoup viennent de formations autres que le journalisme et atterrissent dans le journalisme par opportunisme et apprennent le métier dans le tas. Une étude réalisée en 2012 par l'UNESCO et le PNUD basée sur *le Rapport d'évaluation de développement des médias au Gabon* révélait déjà que 62% de journalistes exerçant au Gabon sont formés dans le tas contre 38% qui se prévalaient avoir reçu une formation initiale dans le domaine. « *Le vertige est immense. Il appelle à la réflexion* », notait déjà le Professeur Georice Madébé sur

ce constat⁴³⁸. Sur ce tableau, on observe que la majorité des acteurs qui travaillent dans les sites natifs sont diplômés en journalisme (72,22%) contre une minorité formée sur le tas (27,77%). Cette donnée peut s'expliquer de diverses manières. D'abord, de 2013 à 2020 (la dernière année étant celle où nous réalisons notre enquête) des changements au niveau de la formation des journalistes à Libreville ont progressivement évolué. Un département des Sciences de l'information et de la communication a vu le jour à l'Université Omar Bongo de Libreville en 2012. Depuis, cet établissement public a formé plusieurs journalistes lancés dans le marché du travail. Ajouter à cela, certains établissements privés dans la capitale, certes pas très prestigieux en matière de formation en journalisme, proposent des enseignements dans ladite discipline, à l'instar de l'Ecole de formation professionnelle, EMIG (Ecole moderne d'informatique) ou l'Institut Philippe Maury de l'audiovisuel et du cinéma (IPMAC) du groupe EM-Gabon-Université. Tous ces établissements de la place, sans compter ceux qui forment des gabonais depuis l'étranger peuvent avoir contribué à la réduction du nombre de journalistes non diplômés. Cependant, nous n'allons pas faire de nos données une référence générale en ce qui concerne le profil des journalistes de la presse gabonaise en ligne, car nous avons bien spécifié notre échantillon à des médias numériques dont le caractère professionnel est reconnu par les institutions. Ce qui explique à nouveau l'exigence du profil professionnel des journalistes qui travaillent dans ces sites natifs. Les formés sur le tas viennent des disciplines telles l'économie, la littérature, le droit (juristes) et l'informatique. Il faut toutefois nuancer ce résultat avec le profil des nombreux sites d'information en ligne qui se créent de façon anarchique et plombent l'image de la presse gabonaise en ligne en particulier. Quasiment tous les journalistes *web* avec qui nous sommes entretenus ont mis un accent sur ce phénomène et ont regretté le fait que la HAC ne soit pas suffisamment efficace pour faire le ménage sur ce que nomme Demba Wo-Bangagnet « *les médias fantômes* » qui véhiculent beaucoup de *fakenews*⁴³⁹.

En outre, on retient de ce tableau que les sites natifs utilisent très peu des stagiaires et les pigistes, du-moins la plupart. *Gabonews* fait figure d'exception sur ce point, car contrairement aux autres, le média possède en réalité quatre stagiaires et seuls trois ont pu se porter disponible pour nos entretiens. Ce qui est bien supérieur aux trois autres médias où seul *Gabonmediatime* détient un stagiaire ; *Gabonreview* n'a aucun stagiaire tout comme *Gabonactu*, mais avec la particularité pour ce dernier d'avoir un pigiste qui n'a pu se prêter à l'exercice de l'entretien du fait de son indisponibilité. C'est la raison pour laquelle il ne figure pas sur le tableau. Cette propension à travailler avec plus de permanents que de stagiaires et pigistes trouvent sa principale raison dans le fait que les médias en ligne ne sont pas encore perçus pour beaucoup comme une activité où l'on peut se construire une carrière professionnelle pérenne. Du coup, la plupart des permanents sont ceux qui partagent la vision du concepteur du média et souvent sont des compagnons de longues dates. Ils entretiennent des rapports de proximité basés sur l'espoir de réussir à développer un projet commun et ainsi parvenir à travailler ensemble le plus longtemps possible. Mais cela n'exclut

⁴³⁸. Georice Madébé, *Les enjeux de la communication*, Libreville, Presses Universitaires du Gabon, 2013, p.14.

⁴³⁹. Assertion recueillie de l'entretien avec Demba Wo-Bangagnet, Rédacteur en chef de *Gabonmediatime*, réalisé à Libreville, Gabon le 2 mars 2020.

pas l'idée pour certains de ces permanents de saisir de meilleures opportunités si l'occasion se présentait, surtout dans les médias publics pour garantir leur sécurité salariale difficilement trouvée dans la presse privée en ligne. Une tendance qui rejoint les observations réalisées par Florence Le Cam et Fabio H. Pereira sur une étude comparative sur la presse en ligne au Brésil, en France et en Belgique. Etudiant les pratiques des professionnels exerçant dans les médias numériques de ces pays, ils découvrent que certains journalistes « (...) même s'ils participent à l'aventure innovante d'un nouveau média, le journalisme en ligne reste avant tout une porte d'entrée vers les médias traditionnels auxquels ils aspirent »⁴⁴⁰. De l'autre côté, les stagiaires semblent moins sollicités les entreprises de presse en ligne parce qu'elles semblent moins prestigieuses que la presse traditionnelle et le fait pour beaucoup de ne pouvoir rémunérer des stages, et encore moins être en mesure d'embaucher.

Lorsqu'on se réfère à la moyenne d'âge des journalistes de ces sites natifs, nous sommes à près de trente-sept ans. Ce qui se justifie par le fait que les personnes qui se lancent professionnellement dans l'activité d'auto-éditeur en ligne viennent très souvent d'une expérience dans la presse traditionnelle. On a pu se rendre compte de cet état de fait lors de la description de l'avènement et de l'évolution des sites natifs gabonais. La plupart des initiateurs sont partis de la presse papier avant de créer les principaux sites d'information que nous connaissons. Les journalistes de *Gabonmediatime* semblent tout-de-même se distinguer. La moyenne d'âge de ses agents équivaut à trente-trois ans. C'est le site natif parmi les quatre autres (ou cinq en y comptant *Gaboneco*) dont l'initiateur n'est pas directement issu d'un ancien professionnel d'information ayant fait ses classes dans un journal classique. Ce promoteur s'est entouré de jeunes de sa génération pour l'accompagner dans ce projet. Lui-même ayant trente-quatre ans au moment de notre entretien. C'est donc l'équipe rédactionnel la plus jeune. On verra par la suite que cette jeunesse a un impact sur la qualité du travail, notamment sur les aspects techniques de l'utilisation du numérique dont les réseaux sociaux.

Toujours dans l'optique de déterminer le profil des acteurs des sites natifs de notre étude, nous avons demandé à savoir quelles étaient les motivations pour ces derniers à avoir choisi de travailler pour un site d'information en ligne. Voici récapitulées les réponses qui nous ont été données via le tableau ci-dessous.

Tableau 9 : Les motivations des journalistes à travailler pour un site natif.

Médias	Enquêtés	Pour des raisons avant-gardistes du futur de la presse	Par conviction de l'importance de l'info. en ligne	Par opportu-nisme	Pour acquérir de l'expérience dans le métier
Gabonreview	5	2	2	1	0
Gabonews	6	1	1	2	2
Gabonactu	3	1	1	1	0
Gabonmediatime	4	1	1	1	1

⁴⁴⁰. Florence Le Cam, Fabio H. Pereira, *Un journalisme en ligne mondialisé. Socio-histoire comparative*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes (PUR), 2022, p.100.

Total	18	5	5	5	3
Pourcentage %	100	27,77	27,77	27,77	16,66

Source : Angoué Minang Alfred.

Les affirmations qui ont été formulées pour répondre à cette question se regroupent dans ces quatre ensembles de réponses. On peut voir que de manière équilibrée, les journalistes émettent trois avis réguliers sur les raisons les ayant conduits à travailler sur un site natif. La raison liée à l'aspect avant-gardiste des sites natifs comme futur de la presse en ligne est donnée par les journalistes et promoteurs des médias, ainsi que les journalistes rédacteurs en chef comme ceux de *Gabonews*, *Gabonmediatime* et *Gabonactu*. Les réponses liées à la conviction de l'importance de l'information en ligne et l'opportunisme sont données par les journalistes permanents et un stagiaire dont l'objectif était avant tout d'obtenir un stage dans une rédaction quelque-soit le type de média. Enfin, la raison liée au fait d'acquérir de l'expérience dans le métier est uniquement revenue sur les dires des stagiaires. On peut en déduire que les états de motivation qui habitent les acteurs des sites natifs gabonais sont, d'une part, déterminés par la volonté de participer à l'essor du journalisme en ligne au Gabon et s'installe au fil du temps une véritable passion pour le journalisme sur internet ; d'autre part, l'état d'esprit de certains est de profiter de l'expérience acquise dans ces organes de presse numériques pour se former davantage et saisir de meilleures opportunités qui pourraient se présenter.

En tenant compte de ce qui précède, le profil du journaliste travaillant sur les sites natifs gabonais peut se résumer à partir des caractéristiques suivantes : beaucoup sont détenteurs d'un diplôme en journalisme, ont un statut professionnel permanent, leur moyenne d'âge équivaut à une trentaine d'années, ils sont motivés par l'ambition de contribuer à l'essor d'un secteur d'activité en construction tout en espérant saisir des opportunités de carrière professionnelle plus stable.

Après avoir décrit l'organisation matérielle et humaine des sites natifs, d'autres éléments essentiels méritent aussi d'être analysés. Il s'agit des moyens financiers et des rapports avec des acteurs extérieurs qui influent dans les conditions de production des informations. Nous sommes là dans une approche de l'économie politique des médias natifs gabonais. Le but ici c'est d'évaluer le niveau d'autonomie des journalistes issus des médias natifs aussi bien sur le plan socio-économique que sur le plan socioprofessionnel.

IV.5. Les différentes stratégies de financement des médias natifs et leurs rapports avec les influences extérieures : Une approche de l'économie politique de la communication.

IV.5.1. Le modèle socio-économique des sites natifs gabonais : un modèle qui peine à se stabiliser.

Selon Marie-Soleil Frère, procéder à l'analyse socio-économique d'un organe d'information permet de mieux comprendre les contraintes dans lesquelles il évolue,

partant, les difficultés de sa contribution à la consolidation de la démocratie⁴⁴¹. C'est dire que s'arrêter sur les stratégies de rémunération et la situation financière des sites natifs en considérant leur produit informationnel comme un bien de consommation ou un produit marchand, nous permet d'avoir une idée sur le niveau d'autonomisation ou d'indépendance économique dont sont sensés jouir ces médias. Sachant qu'une presse indépendante qui se considère comme une entreprise privée doit pouvoir assurer la pérennisation de son fonctionnement à partir d'un modèle économique rentable ou stable. Avec la presse traditionnelle, les modèles habituels sont *le modèle éditorial* et *le modèle de flot* (Bernard Miège, 2014)⁴⁴². La presse en ligne, en revanche, fonctionne dans un espace assez particulier où interviennent de nouveaux acteurs que sont les internautes et les infomédiaires. Ces nouveaux acteurs impactent dans la filière de l'information en ligne au point d'engendrer un autre modèle socio-économique appelé *le modèle du courtage* de l'information (Rebillard F.,2011)⁴⁴³. La compréhension de ces notions a été suffisamment étayée dans le premier chapitre axé sur l'explication des principaux concepts. Rappelons juste que lorsqu'on parle du modèle éditorial, il s'agit de la rémunération directe de produit médiatique (l'information) par le consommateur ; le modèle de *flot*, quant à lui, est la vente indirecte du contenu informationnel à travers la publicité ; enfin, le modèle du courtage s'entend comme la promotion en ligne des contenus initialement éditorialisés par les infomédiaires (moteurs de recherche et plateformes de réseaux sociaux numériques).

Pour ce qui est des sites natifs gabonais, il convient de déterminer le ou les types de modèle(es) socio-économiques qui y sont appliqués et voir si les stratégies mises en place dans ce sens permettent d'assurer ou pas l'équilibre ou une marge de financement. Pour se faire, nous avons au préalable interrogé les principaux responsables sur les capacités financières de leurs entreprises et les différents moyens dont ils disposent pour engranger des revenus. Au niveau de la santé financière, à partir des réponses obtenues, voici présenté le tableau qui résume les différentes situations.

Tableau 10 : Les capacités financières des sites natifs.

Médias	Capital du média	Financements à la création du projet	Ressources financières.	Situation financière
Gabonreview	2000000fcfa (3053€)	Fonds propres et aides	Pub/publireportage subvention	Instable
Gabonews	1000000fcfa (1526€)	PDG de l'entreprise	Pub/publireportage	Instable
Gabonactu	1000000fcfa (1526€)	Fonds propres	Pub/publireportage/ subvention	A l'équilibre
Gabonmediatime	1000000fcfa (1526€)	Fonds Propres	Pub/publireportage subvention	A l'équilibre

Source : Angoué Minang Alfred.

⁴⁴¹. Frère Marie-Soleil, *Journalismes d'Afrique, Op cit.*, p.260.

⁴⁴². Miège Bernard. « Les industries culturelles et médiatiques : une approche socio-économique », *Loc.cit.*

⁴⁴³. Rebillard Franck, « Modèles socioéconomiques du journalisme en ligne et possibilités d'une information diversifiée », *Loc.cit.*

Les renseignements contenus dans ce tableau nous livrent d'intéressantes informations sur ce que présente la situation financière et le modèle économique de chaque site natif qui est quasiment la même, à quelques différences près. A la base, nos interlocuteurs prétendent avoir tous un capital à hauteur d'un million (1526€) pour *Gabonews*, *Gabonactu* et *Gabonmediatime*. *Gabonreview* se distingue avec un capital de trois millions (3053€). Des chiffres qui paraissent ne présenter qu'une formalité pour respecter des normes administratives sans pour autant que ces montants aient une quelconque incidence sur le fonctionnement général de ces entreprises d'information en ligne. Les financements propres pour le lancement des sites dont se prévalent la majorité des promoteurs, hormis *Gabonews*, paraissent plausibles. L'une des raisons qui suscitent la prolifération des sites d'information en ligne étant justement la réduction des coûts d'investissement de la création d'un site d'information numérique contrairement aux coûts d'investissement pour la création d'un journal papier ou d'une chaîne de radio et de télévision. A l'époque où les promoteurs de *Gabonreview* et *Gabonmediatime* disent avoir mis sur pied leurs médias, le prix de la création d'un site allait dans les trois millions environ (soit 4600€). Pas sûr qu'à l'heure actuelle, créer un site puisse encore coûter une telle somme. Pour *Gabonews*, les problèmes de financement que le média connaît aujourd'hui ne se posait pas à sa création en 2004. Quoiqu'étant un média de droit privé, les financements venaient des facilités que sa promotrice possédait au niveau de la présidence de la république. Quant à *Gabonactu*, l'initiateur s'est associé avec un *webmaster* pour monter ensemble le projet. Donc, la création de son site s'est faite gratuitement. Il a juste fallu payer l'hébergement auprès de *Gabon Télécom*.

Quant aux différentes ressources financières qui établissent le modèle socio-économique de chaque site natif, on se rend compte qu'ils adoptent tous les mêmes stratégies. Ils se focalisent uniquement sur la publicité, le publireportage et la subvention de l'Etat. Entre autres, ces sites natifs ont tous misé sur le modèle de flot, c'est-à-dire, proposer la gratuité de leurs publications en ligne pour ne vendre que les espaces de publicité auprès des annonceurs. Cela rappelle l'observation faite par Sokhna Fatou sur les sites natifs ouest-africains qui n'envisagent pas la possibilité de mettre en évidence un modèle « *mure payant* »⁴⁴⁴. C'est dire que les sites natifs de l'Afrique francophone subsaharienne en général, et particulièrement ceux du Gabon, préfèrent ne pas oser parier sur le modèle éditorial qui consisterait à faire payer aux internautes leurs publications en ligne par le principe de l'abonnement. Il peut s'avérer que ce choix soit certainement motivé par des réalités sociologiques. Evidemment, le niveau de vie sociale du citoyen gabonais est assez modeste ; aussi, il est peu enclin à suivre les médias nationaux au profit des médias internationaux ; et habitué à recevoir gratuitement la masse d'information qui prolifère sur internet, ce serait risqué pour un site natif gabonais, malgré la pertinence de ses informations, de miser sur le paiement de ses articles en ligne par abonnement. Comme le dit Chris Anderson, « *Les internautes considèrent que l'actualité sur le web, est gratuite. Peu d'entre eux sont prêts à déboursier de l'argent pour lire une information sur internet* »⁴⁴⁵.

⁴⁴⁴. Sokhna Fatou, *Opcit.*, p.91.

⁴⁴⁵. Anderson Chris, *Free ! - Entrez dans l'économie du gratuit*, Pearson Village mondial, 2009, p.211.

Ajouter à la publicité, les sites natifs se contentent des publiereportages et des subventions de l'Etat. Le publiereportage est un style de rédaction passant dans une presse écrite, un média audiovisuel ou sur un média en ligne prônant de façon indirecte la promotion d'une marque, d'un produit ou d'un évènement par un individu, un organisme - le client – qui finance cette information. Le publiereportage n'est pas une information. C'est de la publicité payante qui se présente parfois sous la forme d'un article ou reportage réalisé sous le contrôle de la personne ou l'entreprise qui le commande. En règle générale, pour respecter la déontologie du journalisme, le média doit explicitement mentionner que le contenu publié est à caractère publicitaire en précisant l'inscription *publiereportage*, *publi-communiqué* ou simplement *communiqué*. Mais ce principe n'est pas toujours respecté, car il y a une pratique qui consiste à faire passer le publiereportage comme une information. C'est surtout plus fréquent avec des acteurs politiques qui souhaitent communiquer de façon subtile. En période électorale notamment, le stratagème est récurrent et se normalise dans la sphère médiatique gabonaise. « *Lorsque l'information est d'utilité publique, nous y allons nous-mêmes. Mais si c'est la personnalité publique ou politique qui nous appelle, nous considérons cela comme du publiereportage* »⁴⁴⁶, nous confie Patrick Charferry, un journaliste de *Gabonews*. La même logique est partagée par l'ensemble des autres rédactions, car il faut souligner que cette manière des hommes et femmes politiques d'utiliser les médias nationaux pour communiquer est une niche importante pour lesdits médias à réaliser des entrées d'argent. En outre, les subventions de l'Etat qui, pour les acteurs des sites natifs, est presque insignifiantes au regard des sommes versées une seule fois par année. Tout-de-même, dans les premières années lorsqu'ont été intégrés les sites d'information dans la subvention de l'Etat⁴⁴⁷, les sommes allouées étaient assez conséquentes. Le rédacteur en chef de *Gabonreview*, Jean R. Mbasani qui revenait aussi de *Gaboneco*, affirme que la première subvention obtenue lorsqu'il était dans ce dernier média était de 15 millions. Puis 10 millions l'année suivante, et 5 millions la troisième année. La somme de la subvention va

⁴⁴⁶. Propos recueillis de l'entretien avec Patrick Charferry, journaliste et responsable du service *web-radio* de *Gabonews*, réalisé à Libreville, Gabon le 15 mars 2020.

⁴⁴⁷. *La subvention d'aide à la presse* est créée en 2003 par le président Omar Bongo. Cette subvention au départ ne concerne que la presse écrite. Plus tard, elle s'élargit à la presse en ligne dès 2005 grâce à l'intervention de Laure Olga Gondjout qui, à l'époque ministre de la Communication, avait déjà son média *Gabonews* dont elle souhaitait faire bénéficier de la subvention. Ne pouvant uniquement inclure son site natif, c'est ainsi que tous les autres médias en ligne existant ont pu être intégrés dans l'obtention de cette subvention. En 2015, la Loi est modifiée et la subvention d'aide à la presse devient le *Fonds national pour le développement de la presse*. L'enveloppe de la subvention passe de 500 millions à 2 milliards de fcfa (soit de 763 358€ à 3,053 millions €) et s'élargit à la presse audiovisuelle et les agences de presse. Le critère principal d'admission de la subvention sera la régularité de parution. En d'autres termes, l'attribution de l'aide sera fonction de la régularité de publication d'un média. Au fil des années, la somme de la subvention va graduellement baisser au point où en 2021, il passe à 125 millions pour près de 74 médias dont 29 journaux et 45 sites internet. <https://www.agenceecofin.com/gestion-publique/2505-29219-gabon-l-aide-a-la-presse-passe-de-500-millions-a-2-milliards-de-f-cfa>. Consulte le 18 mars 2023.

baisser au fil des années selon que le nombre de médias augmente et le paiement devenant irrégulier⁴⁴⁸.

Au demeurant, la situation financière de tous ces sites natifs n'est grandement reluisante. Les promoteurs disent tous être sur *le fil du rasoir*, c'est-à-dire qu'il n'y a pas beaucoup de marge lorsque les salaires et les charges fixes mensuels sont régularisés par rapport aux entrées réalisées. *Gabonmediatime* et *Gabonactu* sont les médias où les responsables déclarent pouvoir convenablement payer les charges, la masse salariale étant encore supportable. Néanmoins, les salaires sont faibles. Au regard du profil des journalistes dont plusieurs sont détenteurs d'un Master, comme c'est le cas chez *Gabonmediatime*, et d'autres qui jouissent d'une longue expérience en journalisme, comme ceux de *Gabonactu*, le niveau des salaires, selon les promoteurs des deux médias, est à peine au-dessus du SMIG qui est de 150 milles fcfa (230€). Morel M. Mouega, journaliste à *Gabonmediatime* sera plus précis en donnant le montant de son salaire qui est de 250 milles fcfa (382 €)⁴⁴⁹.

La situation du personnel de *Gabonews* est plus critique. Après l'élection de la présidentielle de 2016, la fondatrice du média n'étant plus au gouvernement, donc ayant perdu ses privilèges avec le régime en place, son média ouvrit désormais plus d'espace à l'opposition. Seulement cette nouvelle ligne éditoriale va lui coûter les représailles du pouvoir et le média va pratiquement perdre tous ses contrats publicitaires. C'est ce genre de situation que décrit Minkala-Ntadi lorsqu'il parle de la confrontation entre les champs politiques, économiques et médiatiques en Afrique francophone, spécifiquement dans la presse congolaise. Il découvre que les organes de presse hostile au pouvoir politique du Congo Brazzaville se voit soustraire des annonceurs, car ces acteurs économiques reçoivent des pressions, voire des consignes leur interdisant d'accorder des contrats publicitaires aux médias trop critiques envers les actions du gouvernement ou ceux se réclamant ouvertement proches de l'opposition, (P. Minkala-Ntadi, 2016)⁴⁵⁰.

Gabonreview va quasiment subir une situation semblable mettant en mal ses revenus publicitaires. En effet, le site natif a subi une suspension de trois mois en 2019 de la part de la HAC pour un article à charge sur le fonctionnement même de l'Institution de régulation et sur son président⁴⁵¹. Après les trois mois de suspension, la HAC a maintenu la sanction reprochant au média en ligne d'avoir continué à publier. En se fiant aux propos du rédacteur en chef dudit site natif, J. R. Mbasani, les publications n'étaient orientées que pour leur lectorat de la diaspora, le site étant bloqué au niveau du Gabon. Cette situation leur a fait

⁴⁴⁸. <https://gabonmediatime.com/gabon-seulement-125-millions-pour-la-subvention-a-la-presse/?amp>. Consulté le 18 mars 2023.

⁴⁴⁹. Affirmation recueillie de l'entretien avec Morel Mondjo Mouega, journaliste à *Gabonmediatime*, réalisé à Libreville, Gabon le 2 mars 2020.

⁴⁵⁰. Minkala-Ntadi Pierre, *La tutelle politique dans la production de l'information de presse en Afrique francophone. Le cas du Congo Brazzaville*, Paris, L'Harmattan, 2016. p. 131.

⁴⁵¹. <https://www.gabonreview.com/medias-abus-de-la-hac-contre-gabonreview-et-libertes-de-linstitution-avec-les-lois/>. Consulté le 19 mars 2022.

perdre la majeure partie de leur contrat publicitaire. Il affirme que le président de la HAC « a écrit aux annonceurs pour leurs dire qu'ils n'ont pas le droit de continuer à afficher leurs publicités chez Gabonreview, car le site est suspendu ». La sanction ayant trainé pendant plus d'une demi-année, le média a connu une profonde chute financière et depuis, il a du mal à s'en relever.

Tout ceci montre bien la fragilité du modèle socio-économique des sites natifs gabonais qui, se basant sur la publicité, a du mal à solidifier ses finances. Le modèle de courtage qui est développée sur la filière de l'information en ligne aurait pu avantager les sites natifs gabonais dans ce sens, mais ce n'est qu'en partie qu'ils en bénéficient. Les contenus produits par ces sites natifs se retrouvent exploités par des infomédiaires dont *Google Actualités* est sans conteste le *leader* (Baba Wamé, *opcit.*)⁴⁵², suivi des plateformes numériques comme *Facebook et Youtube*. Ces géants du *net* sont devenus indispensables aux médias gabonais qui profitent de leur fonction d'intermédiaire de l'information pour faire figurer leurs contenus informationnels dans l'agenda médiatique qu'impose les infomédiaires sur le *web*. Il se passe alors que les producteurs de contenu des sites natifs se contentent de bénéficier de la visibilité que leur permet les moteurs de recherches et les plateformes socio-numériques qui prennent leurs articles, vidéos et images pour leurs sites et au moyen d'hyperliens peuvent renvoyer les lecteurs vers le site producteur de contenu. Ce qui, comme le reconnaissent tous les journalistes des sites d'information en ligne, permet de capter un lectorat-internaute en plus et ainsi augmenter le taux d'audimat : principal moyen pour vendre les pages publicitaires auprès des annonceurs.

Illustration 5 : Exemple d'infomédiation d'un hyperlien sur *Google* vers le site de *Gabonreview*



Source : Captures d'écran sur les sites *google.com* et *gabonreview.com*.

Ces deux images sont une simple illustration du lien d'infomédiation qui s'opère entre le moteur de recherche Google et la plupart des sites natifs gabonais, en l'occurrence *Gabonreview*. C'est par ce type de rapport que les sites natifs gabonais tirent profit des

⁴⁵². Baba Wamé, *OpCit.*, p.92.

logiques sociotechniques de l'internet en capitalisant leur visibilité sur le réseau via les infomédiaires. Ils auraient pu aller plus loin pour profiter du modèle socioéconomique de la filière de l'information en ligne que l'on a appelé le *courtage informationnel*. Car, c'est aussi par les productions journalistiques et autres fournisseurs de contenus (les amateurs) dont se servent les infomédiaires pour générer des revenus. Cependant, des revenus qu'ils perçoivent des annonceurs, les infomédiaires rechignent à en reverser aux éditeurs des sites d'information journalistique malgré le fait qu'ils exploitent une bonne partie de leurs contenus. Malick Ndiaye explique à cet effet que les médias africains sont soumis à la dépendance et domination des plateformes numériques d'infomédiation et ne peuvent s'inscrire dans un rapport de force ou de négociation avec la puissance des GAFAM, (Malick Ndiaye, 2022)⁴⁵³.

Finalement, le modèle financier des sites natifs gabonais paraît très limité et très fragile. Il est encore bien plus instable que celui de la presse traditionnelle qui utilise les deux anciens modèles socio-économiques à la fois, c'est-à-dire, le modèle éditorial et le modèle de flot. Dans un contexte où le pouvoir politique contrôle fortement le secteur économique et utilise son influence au gré de ses intérêts aussi bien sur les grands acteurs économiques du pays et les administrations publiques, compter uniquement sur de la publicité comme stratégie financière est un sérieux handicap pour les rédactions des sites natifs. D'autant plus que comme le souligne M.S Frère, dans la plupart des pays d'Afrique francophone, le marché de la publicité n'est pas favorable à tous les médias. Les médias d'Etat sont privilégiés et occupent la plus grande part des contrats publicitaires. Ceci, parce que les annonceurs vont majoritairement dans les médias conciliant avec le gouvernement afin d'éviter d'écorcher leur image auprès des autorités politiques de ces pays⁴⁵⁴. Et c'est cette observation qui revient régulièrement dans les propos des journalistes et responsables de sites natifs lors de nos entretiens. Ils fustigent la dérèglementation du marché publicitaire qui profite largement aux médias publics tels *Gabontélévision*, *Gabon 24* et le principal quotidien privé pro-gouvernemental, *L'Union*. Quant aux médias privés, surtout ceux reconnus comme très critiques au pouvoir, se retrouvent pour certains dans la disette et pour d'autres les revenus publicitaires permettent à peine de garder l'équilibre.

Face à cette situation de précarité financière, M. Ntoutoume Ndong sonne l'alerte sur l'état du journalisme au Gabon. Dans un essai nouvellement publié et basé sur une approche empirique, partant de sa propre expérience en tant que journaliste gabonais et celle de plusieurs autres de ses confrères, l'auteur dresse un sombre tableau du niveau socioprofessionnel des acteurs de l'information au Gabon. Que ce soit dans la presse publique ou privée et quel que soit le type de média (physique ou en ligne), le traitement salarial auquel est soumis le professionnel de l'information au Gabon frise l'aliénation. « *Du secteur privé au secteur public, quatre journalistes sur cinq disent que leur rémunération est très en dessous du SMIC. Au privé, par rapport au coût élevé du niveau de vie, on peut*

⁴⁵³. Malick Ndiaye El Hadj, *Ce que les GAFAM font aux médias africains. Enjeux socioéconomiques, éditoriaux et politique de l'information*, Paris, L'Harmattan, 2022.

⁴⁵⁴. Marie-Soleil Frère, *Ocipt.*, p.284.

soutenir que ces journalistes touchent un salaire complètement dérisoire et assujettissant » (Ntoutoume Ndong, 2023)⁴⁵⁵. C'est ce qui explique la normalisation d'attitude qui éloigne le journaliste gabonais de la compétence, de l'éthique et de la déontologie telle la pratique du « gombo »⁴⁵⁶. C'est une pratique qui s'est vulgarisée dans le milieu du journalisme en Afrique et se présente comme indispensable pour aider ou motiver le journaliste à travailler sur la médiatisation de l'évènement de celui qui lui a remis de l'argent pour son déplacement. De facto, le journaliste est perçu comme un mendiant⁴⁵⁷.

Au vu de tout ce qui précède sur l'analyse de l'organisation interne des sites natifs gabonais, différents niveaux d'appréciation se révèlent. Au niveau de la logistique, les sites natifs ont investi des moyens assez conséquents pour travailler dans des conditions dignes d'entreprise de presse professionnelle. Bien que les structures soient modestes pour la plupart, d'autres ont pu bénéficier d'investissements matériels plus colossaux parce que bénéficiant au départ d'une certaine proximité avec le régime au pouvoir. Sur le plan de l'investissement du personnel, les profils sont des journalistes qui exercent dans ces sites natifs ne souffrent pas de grandes ambiguïtés en termes de qualité sur le plan de la formation et de l'expériences pour certains. Les motivations quant au choix de travailler dans les médias en ligne sont variées. Pour certains, c'est un tremplin pour mieux se former et espérer plus tard saisir de meilleures opportunités pour assurer un plan de carrière stable. Pour d'autres, c'est le désir de participer à la construction d'un secteur d'activité qui, pour eux, se présente inévitablement comme l'avenir de la presse au Gabon, et par extension dans le monde.

Pourtant, le modèle socio-économique n'est pas rassurant, car après près de deux décennies que l'avènement de la presse gabonaise en ligne a eu lieu, les sites natifs ont encore du mal à trouver une stabilité économique. Le seul modèle socio-économique dont le modèle de flot qui est jusqu'alors expérimenté par ces médias d'information exclusifs du web semble ne pas répondre efficacement à la sécurité financière de ces sites natifs. Ceux qui sont en équilibre (*Gabonmediatime* et *Gabonactu*) avouent ne pas avoir de la marge de manœuvre après avoir effectué les dépenses fixes essentiels au bon fonctionnement de l'entreprise. Les autres sont dans une situation financière très critique pour certain (*Gabonews*) et difficilement stable pour d'autre (*Gabonreview*), pire encore, il y en a qui fait faillite et disparaît complètement (*Gaboneco*). L'autonomisation économique de ces sites natifs est encore à rechercher. Mais est-ce pour autant que ces nouveaux médias se trouvent vulnérables dans leurs rapports avec les influences extérieurs qui sont liées, d'une certaine manière, aux conditions de production des informations publiées par ces sites natifs gabonais ?

⁴⁵⁵. Ntoutoume Ndong Maixent G., *Alerte sur le journalisme au Gabon*, Paris, Edilivre, 2023, p. 52.

⁴⁵⁶. La pratique du gombo est le fait pour un individu de donner de l'argent à un journaliste, le plus souvent à l'insu de sa hiérarchie, pour s'assurer de la couverture et de la médiatisation de son évènement. On le désigne sous plusieurs appellations que sont *le per diem*, *les frais de taxi*, ou le *carburant*.

⁴⁵⁷. Ntoutoume Ndong Maixent G., *Opcit.*, p. 123.

Pour cela nous allons nous intéresser à l'organisation extérieure des mêmes sites natifs gabonais afin d'examiner les relations qu'ils entretiennent avec les influences extérieures, mais incontournables dans le système médiatique gabonais.

IV.5.2. L'organisation externe des médias natifs gabonais: les rapports d'influence avec les éléments extérieurs

Comme cela s'entend, l'organisation externe des sites natifs consiste ici, à déterminer les relations qui existent entre les professionnels desdits sites et les différents acteurs de la sphère médiatique gabonaise. Cela nous permettra de voir les niveaux d'influence qui s'opèrent entre les acteurs de l'information et de la communication au Gabon, notamment comment les nouveaux médias que constituent les sites natifs s'adaptent à ce milieu déjà structuré par les journalistes issus des anciens médias et les acteurs institutionnels. Il s'agit donc d'évaluer les rapports entre les sites natifs et les institutions administratives telles la HAC et les acteurs politiques, ainsi que les sites natifs et les autres médias. Tout comme avec le point précédent, la méthode va consister à se servir des données issues des entretiens avec les professionnels de l'information et les responsables administratifs de la HAC.

IV.5.2.1. Les rapports entre les journalistes des sites natifs et les institutions administratives et politiques : des relations à la fois conflictuelles et d'interdépendance

Dans les sociétés contemporaines qui se définissent (ou prétendent) comme des démocraties, il existe un lien fondamental entre les autorités de régulation, les acteurs politiques et les médias. Renaud de la Brosse montre bien cette relation lorsqu'il affirme qu'une régulation efficace des médias et de l'information favorise indéniablement le bon fonctionnement d'un régime démocratique. Et que les pays sortis des régimes autoritaires ont compris qu'une société politique et un système médiatique libres doivent nécessairement cohabiter (R. de la Brosse, 2013)⁴⁵⁸. Cette assertion montre les relations d'influence positive qui doivent exister entre la régulation qui encadre les médias et les médias qui sont sensés veiller à la bonne marche de l'action politique. C'est tout l'intérêt d'avoir créé la Haute Autorité de la Communication en tant qu'entité administrative indépendante pour réguler au mieux les médias nationaux. Une nécessité encore plus évidente à partir du moment où il a toujours été reproché à la presse nationale un certain nombre de dérives lié aux rapports de proximité entre elle et le monde politique. Aux médias publics gabonais ou médias d'Etat, muselés par les autorités politiques au pouvoir, ils n'ont servi et continuent de servir de porte-voix des aspirations et discours du régime en place au détriment des autres acteurs politiques et des populations qui nourrissent un désamour vis-à-vis de cette presse. D'aucun parle d'une presse des Etats de l'Afrique francophone correspondant au profil d'une presse de propagande politique ; du journalisme de griot

⁴⁵⁸. Renaud de la Brosse, *Médias et démocratie en Afrique : l'enjeu de la régulation*, Bruxelles, De Boeck, Ed. Bruyant, 2013, p. 11.

(Minkala Ntadi, *Opcit.*)⁴⁵⁹. Aux médias privés, bien qu'apportant un discours alternatif à celui des médias publics, de nombreux dérapages n'ont cessé d'être enregistrés du fait d'une corporation habitée par beaucoup de journalistes dont le manque de formation avérée est dénoncé par des professionnels mêmes du métier. L'effervescence de la presse numérique venant aussi avec son lot de maux et incorporée dans le Code de la Communication dès 2016, la création de la HAC en 2018, fruit de la concertation entre les partis politiques et la société civile lors du *dialogue d'Angondjé*, avait suscité de vifs espoirs pour l'amélioration du secteur de la communication.

Mais au regard des témoignages des journalistes des sites natifs consultés dans le cadre de notre travail, presque unanimement, ils ont tous émis la critique sur le caractère autoritaire de la HAC, comme « gendarme » ou « bras séculier » du gouvernement. La plupart des sites natifs ont déjà eu à subir au-moins une sanction de l'institution de régulation. Nous avons noté plus haut le cas de Gabonreview. Il y aussi le cas de Gabonactu dont le directeur de publication, Yves L. Goma, avait été suspendu pour deux mois en 2019. La HAC lui a reproché un article tendancieux portant atteinte à l'intégrité physique du chef de l'Etat. Gabonmediatime, lui aussi, a enduré une sanction d'un mois en 2020 pour avoir précipitamment publié une information sur le prétendu décès d'une jeune patiente gabonaise qui avait été chassée d'un centre hospitalier de cancérologie inauguré par la première dame. Le journaliste de Gabonmediatime avait été induit en erreur par la mère de la jeune malade qui en réalité était vivante. L'image de la première dame ayant été engagée dans cette affaire, la HAC s'est vue le devoir de réagir. Les professionnels des sites natifs regrettent le fait que l'Autorité de régulation soit prompte à sanctionner sans jamais passer l'étape du préavis ou de l'avertissement. Selon Harold Leckat qui, par ailleurs est président adjoint et le chargé des questions juridiques de l'OPAM (Organisation patronale des médias), cette propension à suspendre régulièrement les médias a pour conséquence de causer la faillite de plusieurs médias.

Pour se défendre contre toutes ces accusations, les agents de la HAC dont le conseiller juridique et le chargé de la communication avec qui nous avons pu nous entretenir, remettent en cause plusieurs défaillances dans le fonctionnement et la floraison des sites d'information en ligne. Parmi ces faiblesses, les dérives dues à la rapidité de la diffusion des informations (la recherche du scoop), la création anarchique des sites d'information en ligne, le manque de structure pour beaucoup qui sont à eux seuls toute une équipe rédactionnelle, le manque de formation en journalisme : « lorsqu'on leur parle de formation, beaucoup vous crient dessus en répondant qu'en journalisme on n'a pas forcément besoin de se former », (Doumbeneny Steeve). C'est pour toutes ces raisons que la presse gabonaise en ligne est plus ou moins embrigadée. Elle est plus contrôlée par rapport à la presse classique à cause de sa dangerosité et la difficulté de la contrôler. Malgré donc son caractère volatile, la presse gabonaise numérique n'est pas totalement libre (Ondo Ebiaghe).

Ces deux fonctionnaires de la HAC déclarent aussi que la plupart crée des médias en ligne pour des raisons strictement financières et non pour la dimension professionnelle. Plus un site va régulièrement faire des publications et plus il va susciter des annonceurs sans pour

⁴⁵⁹. Minkala Ntadi Pierre, *Opcit.*, p. 17.

autant respecter les normes de création d'un média. Il y a de l'argent derrière et c'est devenu un *business*. « Certains journaux en ligne se retrouvent avec d'énormes contrats avoisinant les 150 millions et 80 millions. Mais ils n'en parlent pas. Sauf que nous on le sait ». D'où la prolifération de ces médias sur la toile. Ils déclarent que la quasi-totalité des décisions prises par la HAC à l'endroit des journalistes et de leurs organes de presse ne repose que sur les dispositions contenues dans le Code de la communication. Ils reconnaissent toutefois n'avoir pas organisé des formations pour mettre à jour les aptitudes professionnelles des journalistes gabonais. Tout ceci rend favorable les dysfonctionnements au sein du système médiatique gabonais et accentue les tensions dans les rapports entre l'autorité de régulation, les acteurs politiques et sociétés civiles, ainsi les médias en général et les sites d'information numériques en particulier.

En ce qui concerne justement les relations entre les professionnels des sites natifs et les influences politiques, on note une volonté des premiers à marquer leur distance avec les seconds pour faire savoir leur indépendance vis-à-vis du politique. Seulement, sur un tableau que nous avons réalisé mentionnant les relations des principaux responsables de ces médias en ligne avec des éléments extérieurs, on peut se rendre compte que les deux mondes (politique et journaliste) ne sont pas si éloignés.

Tableau 11 : Les directeurs de publication des sites natifs et potentiels liens politiques

Médias	Directeur de publication	Activité(s) antérieure(s)	Activité alternative	Accointance politique
Gabonreview	François Djimbi	Journaliste à <i>L'Union</i> et <i>Gaboneco</i>	Membre d' <i>Appel à agir</i> (société civile)	Figure contestataire contre le régime du PDG
Gabonews	Talyane C. Gondjout	Agent administratif dans une agence publique de T.P	Président du <i>Sportingclub football</i>	Fils et beau fils de barons politiques
Gabonactu	Yves. L. Ngoma	Journaliste à Gabonews	Correspondant Rfi à Libreville	
Gabonmediatime	Harold L. Igassela	Juriste dans un cabinet d'avocat	Porte parole de l'OPAM	
Gaboneco	Edgard Yonkeu		Producteur d'artiste	Proche de la famille présidentielle

Source : Angoué Minang Alfred.

Ce tableau nous renseigne sur le profil des différents directeurs de publication des sites natifs. En premier lieu, on constate que les responsables de ces entreprises ou organes de presse en ligne ne viennent pas nécessairement du milieu du journalisme. François Djimbi de *Gabonreview* et Yves L. Goma de *Gabonactu* sont les deux patrons qui sont à la base des journalistes. Quant aux autres responsables de médias numériques, Talyane C. Gondjout de *Gabonews*, Harold L. Igassela de *Gabonmediatime* et Edgard Yonkeu de *Gaboneco* ne sont pas au départ du milieu du journalisme. Aussi, certains sont engagés dans des associations de défense de causes (*Appel à agir* et membre de l'*Opam*) pendant que les autres restent figés sur des activités professionnelles alternatives (correspondant RFI et producteur

d'artistes) lorsque Talyane Gondjout lui, se concentre sur sa propre équipe *de football*. Quant aux liens avec le monde politique, on constate trois individus qui ne s'en éloignent pas. Le promoteur de *Gabonreview* a un combat politique contre le système politique clairement assumé. Le PDG de Gabonews est le fils de la fondatrice du média, ancienne directrice de Cabinet du président Omar Bongo et ancienne ministre de la Communication. Et Edgar Yonkeu qui a un rapport privilégié avec la famille présidentielle et le PDG (parti démocratique gabonais). Existe-t-il un rapport entre ces liens politiques et les acteurs médiatiques sur les conditions de production de leurs contenus ?

A écouter uniquement les dires des directeurs de publications des sites natifs, aucun ne reconnaît subir une quelconque influence de la part des politiques malgré les relations de famille, d'amitié ou de lutte qu'ils entretiennent avec ce milieu. Mais à y regarder de plus près, on se rend compte que Gabonactu et Gabonmediatime où nous n'avons pas décelé des rapports directs avec des acteurs ou des activités politiques, ils semblent moins frappés par la déchéance économique qui accable les autres sites natifs. Un rapport semble se créer entre un média en ligne et le fait qu'il ait une certaine correspondance avec une activité ou un personnage politique à travers ses responsables. Gabonreview a commencé à décliner dès que la promotrice du média est partie de la présidence. Et même si elle n'a jamais fait état de façon officielle du divorce avec le régime en place, son effacement progressif de la vie politique gabonaise n'a trompé personne. Il s'est par contre produit un fait paradoxal avec *Gaboneco* qui a complètement disparu. Alors que le média était abrité dans les locaux du PDG, le parti au pouvoir, il est quand-même tombé en récession financière. Ceci peut s'expliquer par le fait qu'ayant perdu son audimat *d'antan* du fait du changement de sa ligne éditoriale, les autorités du PDG ou la famille présidentielle ne voyaient plus l'intérêt de continuer à y investir. N'étant plus attractif, même pour les annonceurs, le site natif ne pouvait que tomber. Le cas de *Gabonreview* reste différent. Bien que son promoteur et directeur de publication ait des positions tranchées politiquement parlant, *Gabonreview* a été la référence des sites natifs gabonais jusqu'à ce qu'il subisse la longue sanction qui a fragilisé considérablement le média. On peut donc penser que la propagande politique pour un site natif gabonais n'est pas profitable, car si la publicité reste la principale source de rémunération, il serait plus prudent de miser l'une information la plus objective possible. Cela passe par le fait de s'efforcer à équilibrer les informations politiques contradictoires afin que le plus grand nombre se retrouve.

En règle générale, le rapport entre les acteurs politiques et les journalistes est inévitable. De même le politique a besoin du journaliste que ce dernier, lui, a besoin d'avoir un carnet d'adresse comportant des contacts importants de tout genre, surtout ceux des personnalités politiques. Yves L. Goma de *Gabonactu* dira que ce qui fait la particularité d'un bon journaliste, c'est son carnet d'adresse. Et comme pour revenir sur le problème des imposteurs qui gangrènent le secteur journalistique au Gabon, il rajoute une couche en affirmant que « *je connais beaucoup ici qui se disent journalistes, mais qui n'ont même pas un carnet d'adresse* ». Le carnet d'adresse est par conséquent très utile au journaliste en général, mais encore plus au journaliste d'un site d'information en ligne. Il arrive parfois que le journaliste web, dont la rapidité de publication (*le scoop*) est un indicateur de compétence, ait besoin de confirmer une nouvelle ou une rumeur auprès d'une personnalité mieux placée

pour confirmer l'information. Dans ce cas de figure, son carnet d'adresse lui permet de tout faire sans même devoir se déplacer. Lorsqu'il s'agit d'une actualité de type institutionnelle, en ce moment les contacts avec des autorités politiques s'avèrent très utiles. A plusieurs reprises, Harold Leckat de *Gabonmediatime* raconte avoir pu obtenir de la matière informative depuis son bureau en appelant directement une haute personnalité pour obtenir des précisions sur des sujets sensibles. « *J'en suis arrivé au niveau où si j'ai besoin du numéro du chef de l'Etat, je peux l'obtenir* », dira-t-il. Les autorités politiques représentent donc une source d'information très importante et pratique pour le journaliste des sites natifs.

Toutefois, il faut savoir garder de la distance avec les politiques, les hautes personnalités de l'administration publique et même les acteurs de la société civile. Ceux qui animent la vie politique et l'espace public de la société ont très souvent besoin des professionnels de l'information pour couvrir et médiatiser leurs actions. Et dans ce type de situation lorsque la proximité avec la source est trop étroite au point d'en créer des liens personnels ou une grande complicité, le journaliste a de forte chance de perdre sa lucidité et son objectivité quand vient le moment de traiter une actualité concernant sa connaissance. Arnaud Mercier qualifie ce genre de rapport en parlant de « *la connivence politico-médiatique* »⁴⁶⁰, raison pour laquelle, il est reproché à cette profession d'être le plus souvent sujette à des pressions politiques, de maintenir avec les puissants des rapports de dépendance, de complicité, de déformer assez fréquemment les faits en faveur des relations de proximité avec les hauts dignitaires, (Arnaud Mercier, 2009)⁴⁶¹. Harold Leckat de *Gabonmediatime*, explique avoir plusieurs contacts, partant des hommes politiques, des hommes d'affaire aux personnalités publiques connues pour leurs engagements dans les combats de la société civile. Mais il s'efforce de garder uniquement des rapports courtois avec la plupart. Cette résolution du journaliste *web* est partie d'une expérience personnelle. « *Ces hommes d'influence, surtout les personnalités politiques, ont tendance à prendre les gens de haut lorsque vous devenez un peu proches (...)* »⁴⁶². Ce qui ressort de ce propos c'est surtout l'image méprisante que certains hommes de pouvoir ont envers les journalistes gabonais en général. Le fait qu'il y ait dans le métier des journalistes qui, pour des raisons pécuniaires, étalent régulièrement leur condition précaire auprès des autorités ou des promoteurs d'évènement en courant derrière le *gombo*, parfois après avoir patienté pendant des heures pour des sommes insignifiantes, comme cinq mille francs (8€) et quelquefois pour moins que ça, cela n'arrange guère l'image du journaliste gabonais dans la société. Et certains comme le journaliste Griffin Ondo n'apprécie visiblement pas d'être perçu ainsi. D'où sa décision d'entretenir des rapports axés beaucoup plus sur des intérêts professionnels que tout autre, que ce soient avec les politiques ou avec de potentielles personnes sources d'informations institutionnelles.

⁴⁶⁰. Mercier Arnaud, *Le journalisme*, Paris, CNRS Editions, Les Essentiels d'Hermès, 2009, p.14.

⁴⁶¹. *Idem*, p. 11.

⁴⁶². Propos recueillis de l'entretien avec Leckat Harold, *Loc.cit.*

En conséquence, on assiste à des rapports d'influence complexe entre les différents acteurs du système médiatique gabonais que sont les autorités de régulation, les acteurs politiques, les personnalités publiques et les professionnels des sites natifs. Ces rapports sont basés sur des conflits d'intérêts socioprofessionnels, la différence de perceptions du rôle des sites natifs dans la médiatisation de l'actualité politique et générale, ainsi que dans la recherche de l'équilibre à adopter par rapport aux relations entre les politiques, les personnalités publiques et les journalistes *web*. Les sites natifs semblent ne pas être en marge des difficultés qui apparaissaient déjà entre la HAC et les organes de presse traditionnelle, ainsi que les obstacles pour les acteurs médiatiques à influencer les actions du monde politico-administratif. Dès lors, quels sont donc les relations qui se jouent entre les journalistes des nouveaux médias numériques et ceux des médias traditionnels dans l'espace médiatique gabonais ?

IV.5.2.2. Les rapports des médias natifs gabonais avec ses pairs : De la construction d'une identité professionnelle commune à l'intégration dans l'OPAM

Le journalisme est le plus souvent présenté comme une activité collective (Ringoot, Utard, 2005)⁴⁶³. Ce sens collectif se matérialise à partir de la collaboration d'un certain nombre d'acteurs qui interagissent avec les professionnels de l'information dans la production quotidienne des informations. Dans un pays comme le Gabon où l'information en ligne a été pendant plusieurs années marginalisée du fait de son caractère nouveau et de son outil (internet) considéré comme peu sérieux, le journalisme en ligne a dû s'adapter à des codes préétablis dans le métier et exercés depuis toujours par les journalistes de la presse traditionnelle. Encore aujourd'hui, lorsqu'on se réfère aux propos tenus par certains journalistes lors de nos entretiens, le fait de considérer leur expérience dans un média numérique comme une formation passagère en attendant une meilleure opportunité vers un média public de préférence, cela indique que pour une catégorie de professionnel de l'information, l'activité journalistique sur internet paraît toujours moins prestigieuse que le journalisme dans les médias classiques. Les acteurs des sites natifs gabonais, bien que leur activité soit déjà reconnue comme légale, il n'en demeure pas moins qu'ils aient le sentiment de devoir toujours justifier la similarité de leurs méthodes de traitement de l'information avec les méthodes classiques qu'utilisent leurs collègues de la presse traditionnelle. Ainsi, les journalistes de la presse en ligne légitiment leur identité et leurs pratiques avec leurs pairs (collègues de la même rédaction et collègues de média concurrent).

Concevoir le journalisme comme une activité collective, c'est penser l'activité des sites natifs comme le fruit d'un ensemble de collaboration entre les acteurs de la profession pour la production de l'information. Le journaliste en ligne n'évolue pas *ex nihilo*, au contraire, il a besoin de ses pairs pour marquer son appartenance à ce que Becker appelle, *la*

⁴⁶³. Ringoot Roselyne, Utard Jean-Michel, « Genre journalistique et dispersion du journalisme », *in*, Ringoot R, Utard J. M. (dir), *Le journalisme en invention. Nouvelles pratiques, nouveaux acteurs*, Rennes, PUR, 2005, p. 21-47.

culture professionnelle (Becker, 1999)⁴⁶⁴. Elle se traduit par des situations conventionnelles de coopération et des pratiques qui définissent une identité professionnelle. De façon concrète, dans les rédactions des sites natifs que nous avons approchés, les mécanismes de travail sont pratiquement tous semblables. Les rédactions sont tous composés d'un rédacteur en chef, des journalistes et d'un *webmaster* qui, quotidiennement travaillent de manière collégiale pour mettre à jour les sites d'information. On pourrait même y ajouter le directeur de publication, car dans la plupart des sites natifs (*Gabonactu*, *Gabonmediatime* et *Gabonreview*), ils exercent en tant que journaliste et ont parfois le dernier mot (*droit de véto*) dans les décisions à prendre lors des conférences de rédaction. Harold Leekat, directeur de la publication de *Gabonmediatime* dit clairement orienter l'angle des sujets de ses journalistes afin que cela corresponde à l'identité du média.

Toutefois, il faut noter que le journaliste *web* possède une certaine autonomie qu'il met en évidence dans sa pratique au quotidien. Souvent, en fonction de la confiance que le rédacteur en chef a sur un de ses journalistes en matière d'écriture journalistique, il peut laisser ce dernier publier directement son article sur le site sans même avoir vérifié le contenu. Et cela arrive assez régulièrement, surtout lorsqu'il faut rapidement publier une nouvelle importante pour en avoir la primeur sur le *net*. J. R. Mbasani, rédacteur en chef à *Gabonreview*, justifie cette pratique en déclarant ce qui suit :

« Il est toujours mieux de travailler avec des gens bien formés et intelligents. Ça évite trop de tracasseries au niveau des corrections. Parfois, ils publient et je regarde l'article lorsqu'il est déjà en ligne. S'il y a des choses à revoir, je corrige directement. C'est aussi ça l'avantage de publier en ligne. On peut toujours modifier l'article à n'importe quel moment ».

A Gabonews, l'autonomie des journalistes est encore plus marquante. Chaque journaliste permanent est en droit de publier son article sans forcément passer par le rédacteur en chef. Ce dernier peut néanmoins réagir après publication et supprimer ou modifier un article si cela s'avère nécessaire. La conférence de rédaction est rarement tenue et les sujets traités dépendent de la sensibilité de chacun. Seuls les stagiaires ont l'obligation de passer par le rédacteur en chef pour penser les sujets d'article à travailler et publier. Cette situation, presque désordonnée du média qui a pourtant bénéficié du plus grand investissement de tous les sites natifs gabonais, résulte des difficultés financières que connaît l'entreprise depuis plusieurs années. Ne pouvant plus payer régulièrement ses journalistes, chacun se fait se crée une rémunération en allant chercher soi-même ses propres marchés ou *gombo*.

La construction de l'identité professionnelle des journalistes des sites natifs passe aussi par les relations de solidarité avec les journalistes issus d'autres médias et parfois des médias concurrents. En effet, comme nous l'avons indiqué dans le développement de l'organisation interne des sites natifs, le personnel employé, notamment les journalistes, est très réduit. Ce qui fait que pendant des périodes intenses de fortes actualités, à l'instar des périodes électorales, les équipes de rédaction des sites natifs gabonais se trouvent fort bien limitées à pouvoir couvrir le maximum d'évènements. Pour cela, une solidarité avec les

⁴⁶⁴. Becker Howaerd, *Propos sur l'Art*, Paris, L'Harmattan, 1999.

collègues issus d'autres sites d'information ou de médias traditionnels se développent. Souvent, ça va plus loin, certains sites natifs vont directement consulter les publications d'autres sites d'information (sites natifs ou sites d'éditeurs d'information en ligne), et lorsque c'est nécessaire, consulter les colonnes des confrères de la presse papiers. Le travail des confrères devient ainsi des sources d'information qui sont reprises dans les sites natifs pour ne pas rester en marge de l'actualité. On parle alors de relations avec les sources tout à la fois d'opposition et d'interdépendance (Carlson, 2009)⁴⁶⁵.

De manière pratique, Camille Boussougou, journaliste à Gabonactu, nous donne un exemple de l'état de solidarité qui s'opère habituellement entre journalistes. Il relate que lors des législatives de 2018, ne pouvant aller couvrir la campagne politique à l'intérieur du pays pour des raisons de personnel insuffisant, la rédaction de Gabonactu a sollicité les services de confrères journalistes qui avaient effectué le déplacement. A partir du réseau social *Whatsapp*, les confrères pouvaient envoyer photos, vidéos et des enregistrements audios de ce qui se passaient. C'est par ce type de procédé que les journalistes gabonais s'entraident. Cependant, cette solidarité qui fait montre de l'identité de la corporation n'exclue pas la concurrence entre ces acteurs de l'information. Une compétition qui se rapproche bien des trois formes de relations de concurrences que notent Le Cam et Pereira : « *La première concerne l'accès aux sources. La seconde la pression de publier avant son concurrent (...) La troisième consiste à surveiller constamment la production des autres* »⁴⁶⁶.

Les interactions entre les journalistes en ligne et ses pairs ont davantage consolidé la construction d'une identité corporative faisant des sites natifs gabonais des médias à part entière dont le caractère professionnel ne fait plus l'ombre d'un doute. Voyons voir comment se présente alors ces natifs de l'information sur internet et les sites éditeurs de presse en ligne. Une présentation brève sur ce qui fait l'identité visuelle et les spécificités techniques de chaque site seraient intéressantes.

IV.5.2.3. La présentation visuelle des sites d'information gabonais : la recherche d'une identité originale et l'application des signes distinctifs relatifs à un média numérique

L'appropriation du journalisme numérique ou du journalisme web par les professionnels de l'information gabonais s'est faite de manière progressive. Comme on l'a signifié plus haut, sur le plan journalistique, ce sont les agences d'information qui ont été les devanciers de l'information journalistique en ligne au Gabon. Le format d'écriture n'était pas différent des publications des journaux papiers, c'est-à-dire, qu'il s'agissait de page avec des inscriptions (images et écritures) inanimées ne comportant pas des systèmes multimédias et d'hyperliens. Le changement a commencé à s'opérer avec les médias natifs, notamment *Gabonews* qui, assez tôt, lance la *webtv* et va-t-en être le précurseur au Gabon tout en publiant des articles. Il apparaît alors les prémices de l'écriture multimédia sur internet par

⁴⁶⁵. Carlson Matt, « Dueling, Dancing, or Dominating ? Journalists and Their Sources July 2009 », *Sociology Compass*, n°4, vol 3, p.526 – 542.

⁴⁶⁶. Florence Le Cam, Fabio H. Pereira, *Opcit*, p. 108.

un média natif gabonais, surtout que le média, par la suite, va rajouter une *webradio*, *radionews.com*. Les autres médias natifs qui se succèdent (*Gaboneco*, *Gabonreview*, *Gaboneco*) n'intègrent pas tout de suite l'écriture multimédia et encore moins l'hyperlien. A l'origine, le format desdits médias est limité à l'écriture et à l'image (photo) tout comme avec les agences d'information en ligne. Au fil du temps, l'écriture multimédia, le design graphique et les hyperliens vont commencer à être appliqués sur les différents sites et les pages d'accueil vont se formaliser au modèle de la plupart des médias natifs en ligne. Cela passe par la figuration des bannières, les titres et les sous-titres défilants ou les bandes passantes, les photos et les vidéos, ainsi que la présence des hyperliens sur un certain nombre de caractères permettant de naviguer d'un sujet à l'autre ou d'une source à une autre.

Gabonews : Le pari du multimédia

Gabonews est créé en 2004 par Laure Olga Gondjout, à l'époque ministre de la Communication et se définissait comme une agence de presse gabonaise. Mais en réalité, ses pratiques journalistiques ont toujours été plus proches d'un quotidien d'information que d'une véritable agence de presse. Bien qu'ayant le statut d'entreprise de droit privé, le projet a bénéficié de l'appui des autorités de l'Etat, car l'objectif était d'occuper l'espace numérique de l'information sur internet en ce qui concerne l'actualité nationale. Ceci afin d'atténuer, voire de complètement noyer la primauté que possédait le blog-BDP du professeur et homme politique hostile au pouvoir Daniel Mengara. Gabonews a la particularité de proposer trois services d'information : le fil info (articles en ligne), *la web tv* et *la web radio*. Composé à la base d'une vingtaine de personnes pour animer le fonctionnement de l'entreprise, le personnel s'est drastiquement réduit pour des raisons financières et cela a naturellement eu un impact sur le style d'information, pour ne pas dire la qualité de l'information dont les ambitions ont été revues. On est passé d'un style fortement institutionnel à une éditorialisation basée beaucoup plus sur de l'information sociale. Le média n'ayant plus toutes les accréditations qui permettaient à ces journalistes d'être proches des autorités politiques et administratifs afin d'enrichir leur site de l'actualité institutionnelle. Au moment où nous faisons notre enquête, il n'y avait plus que quatre journalistes permanents, le *webmaster* et quatre stagiaires. C'est cette équipe qui est chargée de mettre à jour le site *ganbonews.com* telle que présenté ci-dessous :

Illustration 6 : La page d'accueil du site *gabonews.com*



Source : capture d'écran *gabonews.com*.

La configuration graphique de la page d'accueil de Gabonews paraît assez riche et visuellement captivante. On est tout de suite frappé par la plus grande bande au milieu du site qui présente, d'un côté le cadre invitant vers les productions de la webtv (*gabonews en direct*) et de l'autre côté, un cadre sur la web radio (*fm 93.5*). Au dessus de cette bannière, tout haut, apparaît le flash d'infos, suivi de la bannière présentant le logo de l'entreprise, puis les différents services que l'on peut retrouver sur le site (*Accueil, Actualités, télévision, Radio...Contact*). Et juste en dessous de la principale bannière, apparaissent les sujets du fil info selon les rubriques. Plus on navigue vers le bas du site, on y trouve les actualités proposées des plus nouvelles aux plus anciennes. En posant le curseur sur différents éléments de cette page d'accueil comme les parties d'écriture formulées en gras et en cliquant dessus, on est tout de suite envoyé vers la page qui convient : il s'agit des *interlignes*. On est donc en présence d'un site qui remplit les modalités de l'écriture multimédia, entre-autres, un média numérique avec ses spécificités de l'écriture électronique.

Cependant, on constate qu'il n'y a pas de bande publicitaire ou absence de publicité sur le site. Ce qui correspond au constat évoqué sur la situation financière de l'entreprise.

Par ailleurs, pour ce qui est de l'identité visuelle du média natif du web, deux éléments le caractérisent : son logo et ses couleurs.

- Image 1 : Le logo de *Gabonews*



Contraction de Gabon et news (actualités, ou nouvelles), Gabonews a comme slogan : « pour l'information juste ! ». Selon le rédacteur en Chef, c'est pour signifier le caractère objectif et neutre du média. L'image du masque qui apparaît est une référence au masque *miéné*, une tribu du Gabon dont est issue la promotrice du média. Toutefois, pour les concepteurs du logo, ce masque symbolise surtout l'appartenance à une identité africaine en générale, et gabonaise en particulier.

- Les couleurs :

Le bleu et le blanc sont les couleurs distinctives du média. Elles sont le fruit d'un choix qui repose uniquement sur le *design*. Il n'y a vraiment pas d'interprétation sémiotique à faire dessus.

Gabonreview : L'accent sur la qualité du contenu beaucoup plus que sur la forme

Gabonreview est créé en 2012 par deux journalistes ayant fait valoir leur clause de conscience de Gaboneco, dont Luc le Maire et François Djimbi. Il est aujourd'hui parmi les médias nationaux les plus suivis et qui a su se donner une crédibilité dans la manière de traiter et diffuser les informations dans l'espace public gabonais. Composé d'une équipe à la fois de journalistes bénéficiant d'une longue expérience (le directeur de publication, le rédacteur en chef) et de jeunes journalistes tous diplômés d'un niveau master et venant de disciplines différentes (communication, droit, économie), le personnel avoisine moins d'une dizaine personnes. Le site est régulièrement alimenté et d'après les propos de J. R. Mbasani, chaque journaliste peut publier en moyenne trois à cinq articles par jour. Ce qui en fait l'un des rares médias natifs gabonais sur internet les plus prolifiques en matière de publications quotidiennes, soit environ plus d'une dizaine d'articles par jour. De fait, voici comment se présente le site de Gabonreview.

Illustration 7 : La page d'accueil de gabonreview.com

The screenshot shows the homepage of GabonReview.com. At the top, there is a navigation menu with categories: POLITIQUE, ÉCONOMIE, SOCIÉTÉ, SPORT, ENVIRONNEMENT, CULTURE, FAITS DIVERS, AFRIQUE, and SOS CONSO. A search bar is on the right. The main headline is "Transition. Avec 40 députés et 16 sénateurs, le PDG est la principale force du parlement". Below this, there are several article teasers categorized by "ÉCONOMIE", "POLITIQUE", and "SOCIÉTÉ". The page also includes various advertisements for Beaufort beer, Canson paper, Momo mobile service, bet24.net, and Foberd Gabon recruitment.

Source : Capture d'écran gabonews.com.

La présentation de la page d'accueil de *Gabonreview* est assez simple. Elle correspond à la plupart des configurations des sites d'information en ligne. La principale bande annonce les grands titres à la page avec une illustration photo qui les accompagne. Et ces grands titres défilent tour à tour sur la bande. Au-dessus de cette bande apparaissent le logo du média, suivi des différentes rubriques que proposent le site. En deçà des titres à la page, on retrouve une bannière de publicité. Et plus bas, les différents articles classés selon la plus proche des publications à la plus ancienne. La colonne d'article à consulter est très vaste, car plus on

descend le curseur et plus les anciennes publications apparaissent. Ce qui donne l'impression optique d'un site très riche en matière d'informations.

Les interlignes pour partir d'une page à une autre sont applicables. Pour cela, il suffit de cliquer sur les grands titres, les photos et les inscriptions en rouge comme sur les rubriques (économie, politique, société...). Le média répond ainsi à la matérialisation du système de l'écriture numérique, à la seule différence qu'il n'y a pas de vidéo sur le site.

Contrairement à *Gabonews*, la page d'accueil de *Gabonreview* possède plusieurs espaces de publicité. La majorité de ces annonces est située à la droite de la page d'accueil et en scrollant vers le bas de la page, on s'aperçoit que les annonces ne font qu'apparaître. Signe que le média est très apprécié et en conséquence attire pas mal d'annonceurs. Ce qui, à la longue devrait leur permettre de retrouver la santé financière qui a été fortement ébranlée à cause de la longue période de sanction par la HAC (de fin 2019 à début 2020).

Quant à l'identité visuelle de *Gabonreview*, elle aussi repose principalement sur son logo et ses couleurs de référence :

- Image 2 : Le logo de *Gabonreview*



Pour *Gabonreview*, ce logo représente plusieurs choses à la fois. D'une part, c'est la représentation d'hommes et femmes de l'entreprise qui se mettent au service de la société pour travailler à leur éveil de conscience afin d'être des citoyens éclairés et responsables, car bien informés. D'autre part, c'est aussi la représentation de l'humanité, aussi bien du monde que de la société gabonaise avec qui le média se connecte pour créer une communauté commune autour de l'information, sinon la bonne information. Se cache donc derrière les idées tournant autour de l'unité et de la paix sociale. Pour le rédacteur en chef de *Gabonreview*, l'information peut être au centre de la manifestation de ces idéaux que sont la compétence et l'harmonie pour le développement des sociétés humaines, à l'instar du Gabon.

Son slogan : « L'information quotidienne sur la vie au Gabon » reflète cet intérêt à mettre l'information au centre de la vie en société.

- Les couleurs :

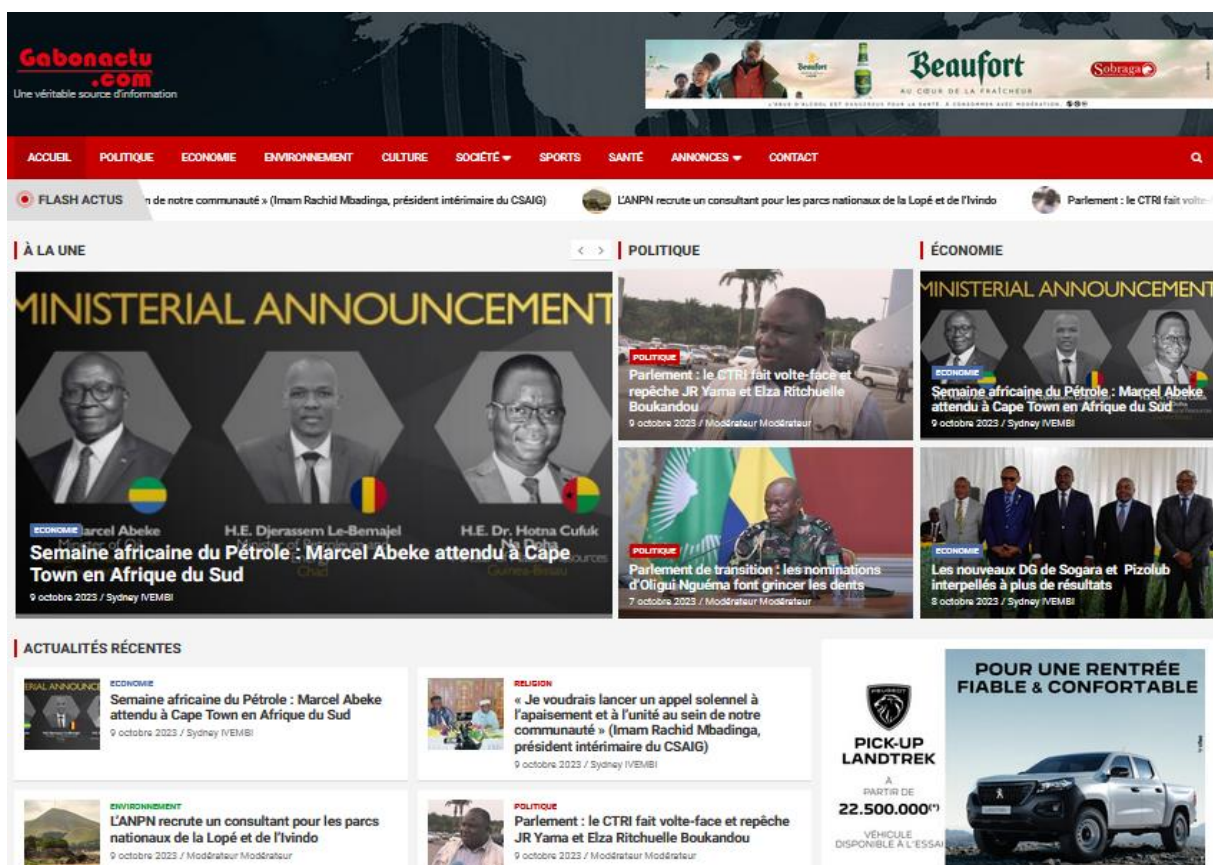
Les couleurs rouge et noir sont la marque visuelle que se sont choisies les responsables du média. Cette fois aussi pour des raisons purement esthétiques. Pour le directeur de

publication, c'est venu d'une inspiration du média français *Mediapart* dont il est lui-même un grand lecteur.

Gabonactu : De l'écriture à la vidéo, une publication hybride de l'actualité

Gabonactu est créé en 2009 par Yves Laurent Goma, journaliste et correspondant de RFI au Gabon. Après avoir été dans plusieurs médias dont *Panapresse*, *Gabonews* et *GabonPage*, la collaboration avec les deux derniers médias s'étant mal passée, *Gabonactu* est le fruit de la frustration du journaliste Goma qui par son expérience professionnelle décide de mettre ses compétences au profit de son propre projet. Il travaille seul à ses débuts, puis fait appelle à certains de ses amis et confrères pour développer davantage le site et en faire une véritable entreprise d'information en ligne. C'est ainsi qu'au moment de notre rencontre pendant mon travail de terrain, l'équipe de *Gabonactu* regroupe un personnel de six personnes. Et c'est sur la base des acteurs principaux, notamment les trois journalistes permanents, le stagiaire et le *webmaster* que le site est quotidiennement alimenté.

Illustration 8 : la page d'accueil de *Gabonactu*



Source : capture d'écran gabonactu.com

On peut voir que la configuration de la page d'accueil de la page d'accueil de Gabonactu est similaire à celle de Gabonreview. Au centre, on retrouve les grands titres à la

Une, à la différence que les photos et les écritures sont incluses dans le même cadre alors qu'à Gabonreview la photo est excentrée du titre du sujet. Au-dessus des titres à la Une, tout en haut, le logo du média inclus dans la bannière d'une annonce publicitaire. Ceci est suivi des rubriques, du « flash actus » dont les titres défilent. En dessous des sujets à la Une, les « Actualités récentes ». A droite de la page, se présentent les bandes publicitaires. Les interlignes sont mises en exergue. Ajouter à tout cela, le site propose depuis peu des vidéos rapportant des comptes rendus de conférences de presse, des faits divers ou des interviews qui sont très souvent publiées sur *Youtube* et *Facebook*.

Pour ce qui est de l'identité visuelle de l'entreprise, son logo est le principal élément qui marque son originalité. La question des couleurs n'a pas eu un intérêt particulier pour les acteurs de *Gabonactu*. On estimera que le rouge, le noir et le blanc que l'on retrouve sur son logo et à certains endroits de sa page sans paraître dominants ne sont qu'un effet de choix graphiques.

Image 3 : Le logo de *Gabonactu*



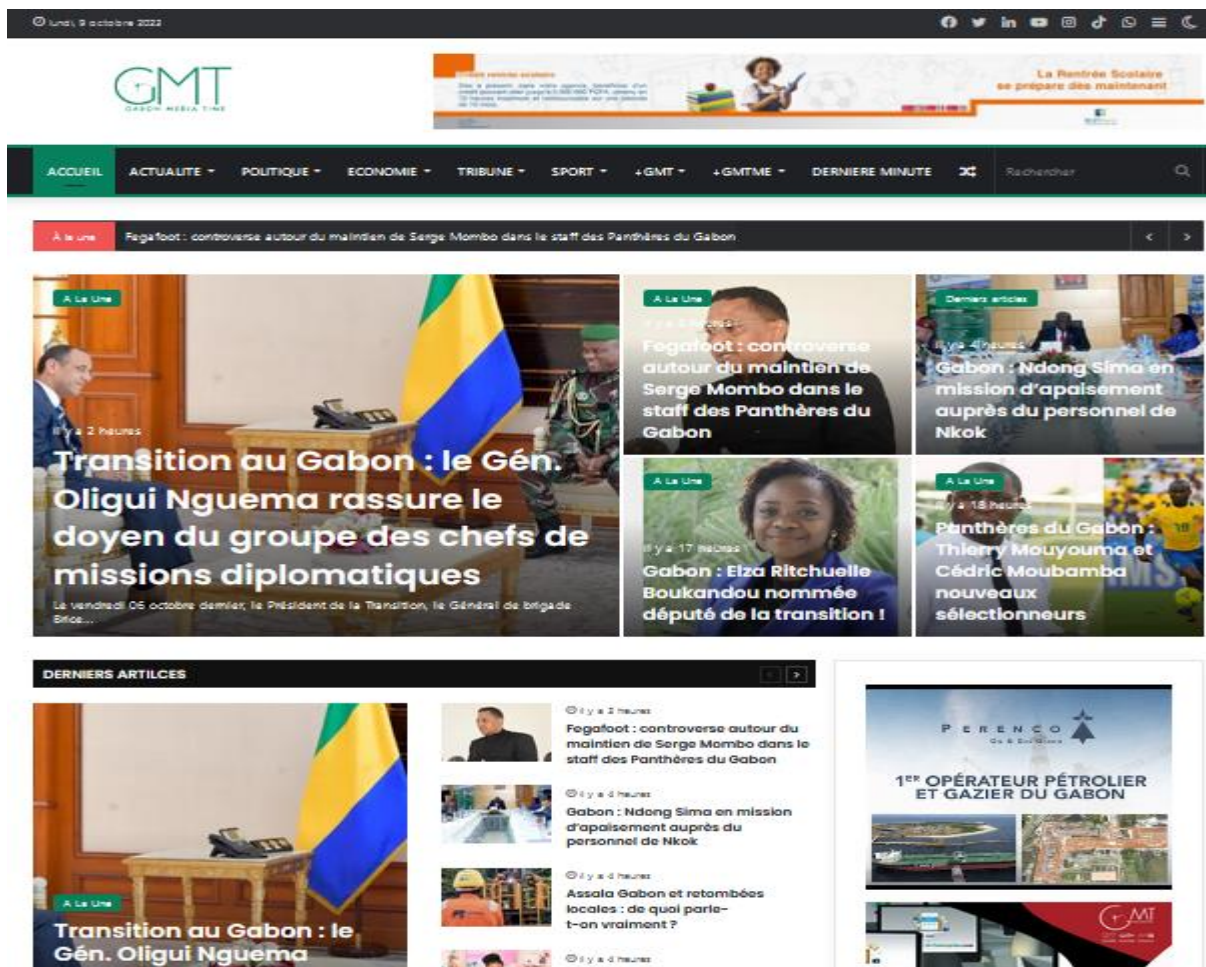
Quoiqu'il n'apparaisse pas, ce logo porte le slogan de l'entreprise : « Une véritable source d'information ». Une déclaration qui semble se joindre à la concurrence que se livrent les médias natifs gabonais. Lors de nos entretiens, nous avons effectivement remarqué que les différents acteurs des médias natifs du web revendiquent le statut d'avoir le média le plus crédible, le plus apprécié des populations, donc le plus objectif possible par rapport aux autres. Le fait que Gabonactu ait pour slogan « une véritable source d'information », c'est à la fois une façon d'indiquer l'importance que le média accorde à la rigueur de l'information, mais qu'il mettrait en doute chez d'autres médias.

***Gabonmediatime* : Un site d'information très dynamique**

Créé en 2016, *Gabonmediatime* résulte de la passion pour le métier du journalisme du juriste et désormais journaliste Harold Leckat Igassela. Tout part de son licenciement dans un cabinet d'avocat de Libreville lui reprochant ses publications dans des journaux et son blog (Que dit la Loi) où il analysait l'actualité juridique et politique du pays. Delà, il obtient un contrat d'un organe de presse écrit et y exerce et se forme pendant deux ans. De cette

expérience et déjà familier à l'écriture sur internet via son blog, il décide de créer *Gabonmediatime* avec trois de ses connaissances dont l'un était journaliste. Au fil des années, surtout pendant et après l'élection présidentielle de 2016, le média gagne en notoriété et l'équipe grandit avec plus d'une dizaine de personnes. Comparativement aux autres médias avec lesquels nous avons travaillé, *Gabonmediatime* est celui qui a en son sein un peu plus de jeunes. Et ce profil d'acteurs semble être plus à l'aise avec les nouvelles technologies. D'où la dynamique qui se dégage de leur site d'information.

Illustration 9 : Page d'accueil de *Gabonmediatime*



Source : Capture d'écran gabonmediatime.com.

Quotidiennement, le promoteur de *Gabonmediatime* prétend produire sur son site près d'une vingtaine de publications par jour lorsque l'actualité est abondante. Sa jeune équipe très au fait sur la technologie numérique s'emploie régulièrement à la mise à jour du site et participe activement à sa vulgarisation à travers les réseaux sociaux. Au niveau de sa page d'accueil, la configuration est pratiquement la même avec *Gaboneco*. Les sujets à la Une au centre de la page. Au-dessus, le logo du média au même niveau que la première bannière publicitaire. Puis les différentes rubriques. Pour finir, en bas les articles des plus nouvelles

aux dernières en descendant le curseur. Et tout à gauche, les bandes réservées à la publicité dont on peut, d'ailleurs, constater plusieurs annonces. Les interlignes, les images animées et les vidéos y sont présents. C'est l'application complète de l'écriture multimédia.

Les identités visuelles sont :

- Image 4 : Le logo de *Gabonmediatime*



« A l'heure de l'information » est le slogan du média natif et qui explique aussi la signification du logo. Le média se veut être au fait de tout type d'information quel que soit son caractère sensible. C'est le pari d'aller là où les autres s'abstiennent par l'autocensure. Les professionnels de Gabonmediatime se présentent comme des passionnés prompts à faire preuve d'audace.

- La couleur :

Elle se résume au vert pour simplement marquer une originalité avec les couleurs vulgarisées des médias que sont le bleu-blanc-rouge-noir.

***Gaboneco* : Du succès à la déchéance du site d'information**

Gaboneco est créé en 2005 par un groupe de journalistes ayant décidé de profiter de l'aubaine que présentait internet pour le développement d'une presse numérique. Spécialisé dans la description et l'analyse de l'actualité économique, le média s'est davantage ouvert à l'information politique et générale. Son succès faisant de lui le média gabonais en ligne le plus suivi (une moyenne de 17000 connexions quotidiennes) à cette époque, le site est racheté par des promoteurs proches de la présidence, sinon du PDG. Selon les chiffres officiels, la transaction serait de 50 millions (76 335€) de fcfa. Mais officieusement, d'après les propos du rédacteur en chef de *Gabonreview*, J. R. Mbasani qui faisait aussi parti d'anciens journalistes de *Gaboneco*, le coût d'achat serait de 200 millions de fcfa (305 343€). Devenu un média proche du palais, sa chute sera progressive jusqu'à fermer complètement l'entreprise et le site en 2020, période de notre travail sur le terrain à Libreville.

N'ayant pas pu échanger avec les acteurs de ce média qui, pour des raisons internes et de disponibilités liées à leur situation du moment, nous n'avions pu obtenir des explications sur

des éléments relatifs à la construction du site. Nous nous contenterons de présenter un modèle de la visualisation du site et de son logo.

Illustration 10 : Modèle de présentation visuelle de *Gaboneco* à l'ouverture d'un article



Source : capture d'écran *gaboneco.com*

A partir de cette page ouverte sur un article du site (n'ayant pu obtenir la page d'accueil du fait de sa fermeture sur internet), on peut avoir une idée sur la façon dont il était constitué. C'est pratiquement la même configuration que les autres médias natifs que sont *Gabonreview*, *Gabonactu* et *Gabonmediatime*. On pourrait penser que c'est à partir du site de *Gaboneco* que les autres médias natifs gabonais, apparus plus tard, se sont inspirés comme modèle de présentation graphique de leurs sites.

Comme identité visuelle, le noir et le rouge apparaissent aussi, notamment au niveau du logo, de la bande présentant les rubriques et celle sur le flash info déroulant.

image 5 : Le logo de *Gaboneco*



Comme on peut le voir sur le logo, Gaboneco pouvait donner l'impression d'un média en ligne spécialisé uniquement en économie. Mais le slogan « Le quotidien d'information en ligne » vient préciser le caractère généraliste du média.

La présentation des versions numériques de *L'Union* et *Echos du Nord*.

En outre, intéressons-nous aux deux éditeurs de presse en ligne qui composent notre corpus : *L'Union* et *Echos du Nord*. Rappelons que si nous avons spécialement choisi ces deux médias traditionnels pour permettre une certaine comparaison éditoriale avec les médias natifs à analyser dans ce travail, c'est parce qu'ils sont les deux organes de presse papier ayant le plus de notoriété dans l'espace médiatique gabonais, ils ont des lignes éditoriales complètement opposées, et ils possèdent une version en ligne de leur média (les rares sites en ligne de médias existants assez souvent mises à jour). Il s'agit ici, de montrer comment se présentent les versions en ligne de ces deux journaux.

***L'Union* : De la simple transposition numérique du journal papier à la construction d'une version numérique plus autonome**

L'Union est le principal quotidien gabonais fondé en 1973 entre le gouvernement gabonais et la société France-Editions et Publications du groupe Hachette. Le journal se positionne comme un organe du pouvoir depuis toujours. Malgré le fait que le statut du média soit exclusivement privé de nos jours, il a toujours du mal à se libérer du joug de l'Etat et est encore présenté comme un média pro-gouvernemental. *L'Union* lance son site internet après 2010. Mais au début, le site n'est qu'une copie de la version papier. Il n'a d'utilité que de montrer un résumé des sujets publiés dans la version physique. Le site est donc utilisé pour renvoyer les internautes vers l'achat du journal papier. Puis, pensant à la diaspora, le modèle d'abonnement va être institué pour ceux qui voudront obtenir la version numérique du journal papier. Puis progressivement, vers 2017, une équipe rédactionnelle du service numérique va être constituée au sein du média pour perfectionner le site de *L'Union*. Tout en travaillant en parfaite collaboration entre les journalistes pour définir les sujets lors des conférences de rédaction, le site de *L'Union* va s'enrichir de production audiovisuelle où l'on présente les grands titres du Journal. Aussi, comme nouveauté, le site produit désormais des articles dont le contenu n'est plus simplement la copie résumée de la version papier, mais

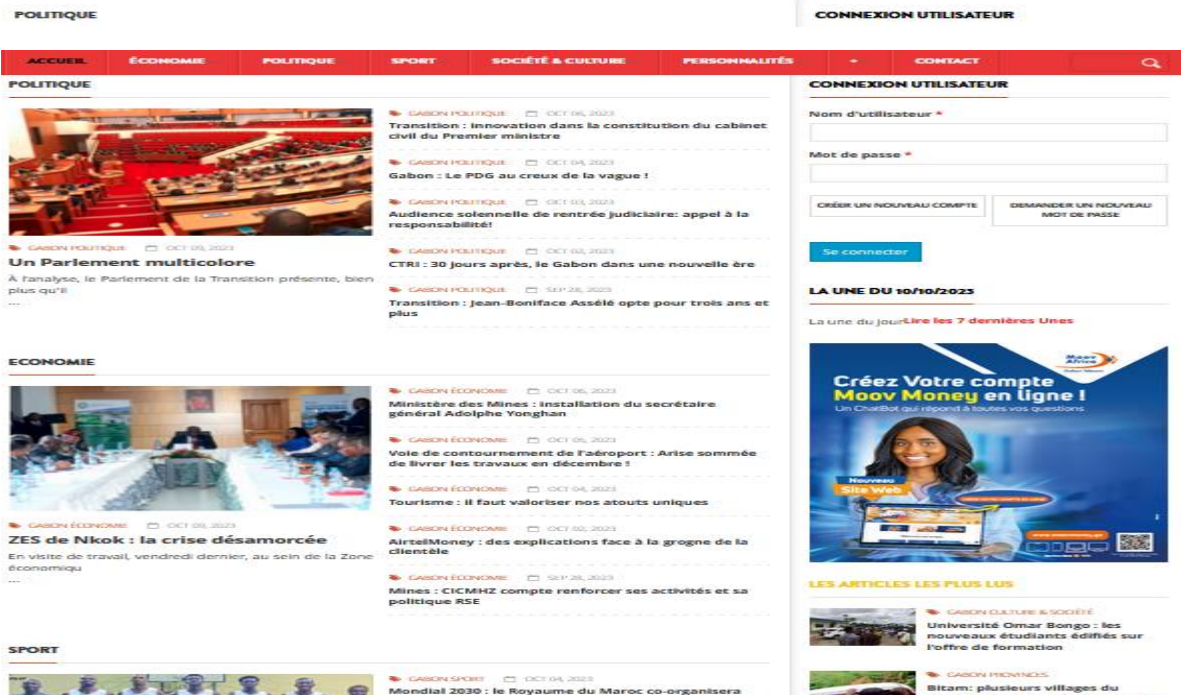
plutôt un contenu propre de la version numérique, à la différence que dans la version papier les sujets sont développés de manière plus profonde.

Ainsi, voici comment se présente le site en ligne de *L'Union*.

Illustration 11 : La page d'accueil de *L'Union*



Gabon news : l'actualité gabonaise



Source : Captures d'écran sur union.sonapresse.com

A travers ces deux images, on peut voir la configuration du site de L'Union qui ressemble pratiquement à celle des médias natifs. Le site possède toutes les composantes d'un site d'information numérique telles l'animation des écritures, les photos et vidéos, les interlignes, les bannières de publicité etc. C'est un modèle graphique très différent du modèle du site à sa création. La nouvelle version est mise à jour régulièrement et peut concurrencer les médias natifs en termes de dynamique des publications quotidiennes.

***Echos du Nord* : Un site en ligne servant de vitrine au journal papier**

Echos du nord est un hebdomadaire créé en 2000 dont le principal promoteur est le journaliste gabonais et actuel président de la section Gabon de l'Union internationale de la presse francophone (UPF), Désiré Ename. Le journal est réputé hostile au régime au pouvoir au point d'être qualifié d'un journal d'opposition. Qualificatif que refuse un journaliste du journal, D. A. Moubelet , et préfère parler de média indépendant⁴⁶⁷.

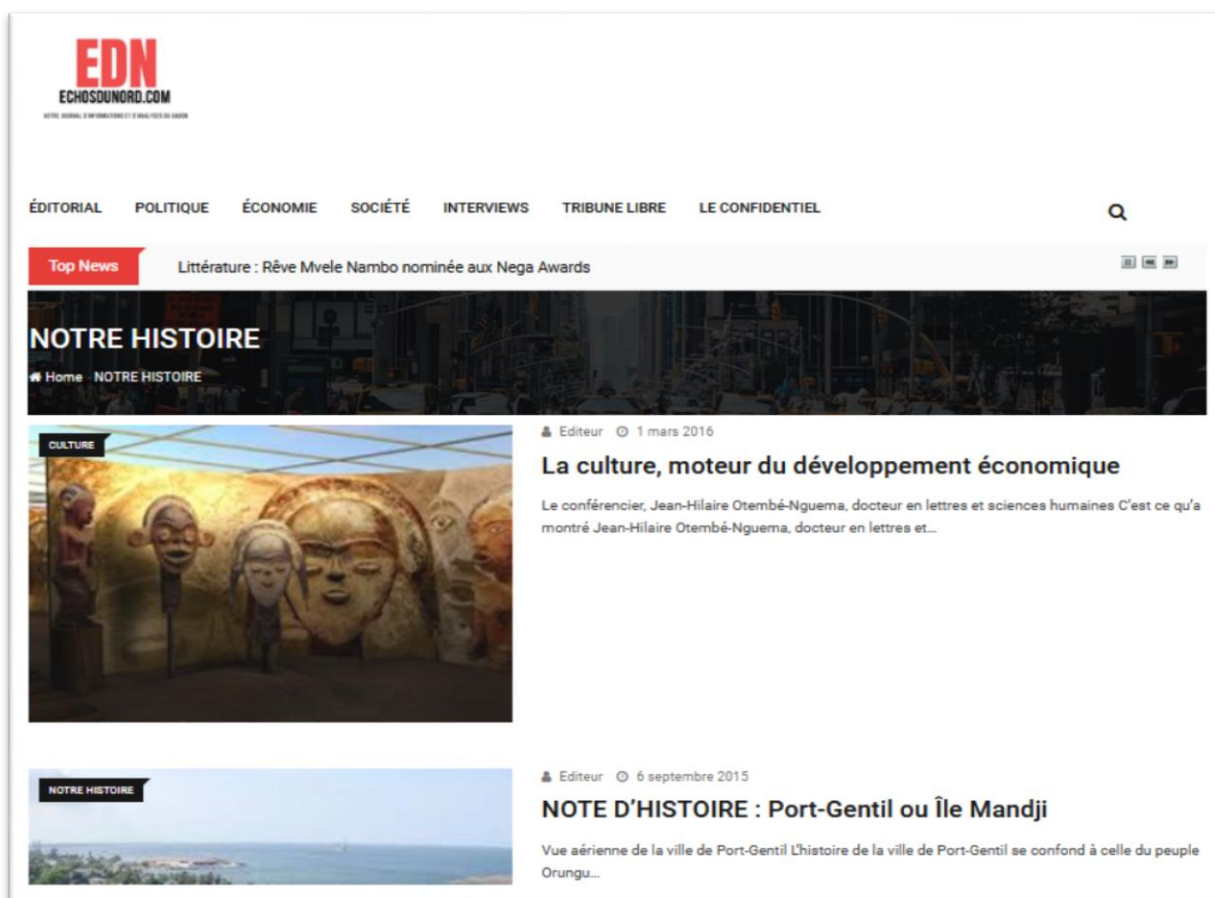
Le site internet d'*Echos du Nord* (*echosdunord.com*) est mis en place en 2015. Tout comme avec le site de *L'Union* au départ, celui d'*Echos du Nord* n'a pour fonction que d'orienter les lecteurs sur les articles contenus dans le journal papier. Le site ne présente que les titres des sujets et souvent un petit accroche pour motiver à l'achat du journal. Cela est surtout dû au modèle économique du média qui ne repose que sur l'achat de ses publications, donc du modèle éditorial.

Au fil des années et à l'heure actuelle, il y a eu des améliorations au niveau du format. On y retrouve désormais la mise en place de quelques rubriques (éditorial, politique...le confidentiel) et un contenu propre sur certains sujets. Toutefois, la mise à jour n'est pas régulière et le nombre de publications sur le site reste très limité. D'après D.A. Moubelet, une véritable stratégie éditoriale pour le site internet n'est pas encore à l'heure dans la rédaction du journal. Pour le moment, la version numérique d'*Echos du Nord* n'a d'intérêt que de montrer la présence du média sur le réseau afin de ne pas se tenir totalement en marge des évolutions technologiques en ce qui concerne la presse.

Le site d'information d'*Echos du Nord* se présente alors comme suit :

⁴⁶⁷. Assertion recueillie de l'entretien avec Moubelet Davy Alban, journaliste à *Echos du Nord*, réalisé à Libreville, le 12 mars 2020.

Illustration 12 : Page d'accueil du site d'*Echos du Nord*



Source : Capture d'écran *echosdunord.com*.

En observant cette page d'accueil, on se rend bien compte de la différence qu'il y a avec les autres sites d'information. Très peu d'éléments y figurent. Le graphisme est simple. A peine huit titres de sujet apparaissent sur la page d'accueil. Quoi qu'en cliquant sur les différentes rubriques, on peut retrouver un peu plus de publications, mais ça reste des articles qui datent de 2021 pour les plus récents. Preuve que le site ne rentre pas encore dans les priorités des journalistes et responsables du média.

Voici donc présentés ici, les sites composant notre corpus et constituant, dans l'espace médiatique gabonais et plus précisément dans le numérique, les médias natifs dont le caractère professionnel est considéré. Mais tout comme dans la presse traditionnelle, le domaine de la presse gabonaise en ligne est aussi envahi par des aventuriers de l'information qui parasitent le secteur avec beaucoup d'amateurisme et qui, peuvent se confondre aux sites d'information structurées professionnellement. Fustigeant l'irrégularité dans laquelle se trouve la multitude de sites numériques gabonais, le conseiller juridique de la HAC cite à peine trois sites natifs dont il juge le caractère sérieux : *Gabonactu*, *Gabonmediatime* et *Gabonreview*. On peut ainsi considérer le journalisme en ligne au Gabon comme une activité majeure avec laquelle la société va devoir compter. Qu'en-est-il donc de son contenu et de la plus-value qu'elle apporterait par rapport à des médias déjà bien connus sur le plan national

tels que *L'Union* et *Echos du Nord* ? C'est tout l'intérêt du développement qui va suivre dans la partie analyse de contenu des productions médiatiques des médias natifs du web et des éditeurs de presse en ligne.

Conclusion partielle.

Depuis le renouveau démocratique, le pluralisme dans la presse gabonaise s'est présenté comme une évidence au regard des nombreux organes de presse qui sont apparus. Mais cette vague de média était limitée au fait que la majorité fut soit la propriété de partis politiques ou très proche des tendances politiques. Ce pluralisme médiatique s'assimilait donc à la dépendance de la presse perçue comme des instruments de propagande politique. Face à cette situation, le premier Code de la Communication sorti en 2001 va contenir des mesures visant à libérer les médias de l'influence des politiques. C'est ainsi que va être adopté des dispositions interdisant aux autorités politiques, aux personnalités d'administratives, des membres d'institution constitutionnelle, des agents de force de défense et bien d'autres, à être propriétaires d'un média. Une mesure qui va être confirmée en 2016 par le nouveau Code de la Communication dont l'une des particularités sera d'intégrer les médias numériques qui, jusque-là n'avait pas de statut officiel.

Cependant, malgré cette disposition et les autres qui ont pour but d'assurer l'indépendance des entreprises de presse et la liberté du journaliste à exercer convenablement son métier, des pesanteurs sociopolitiques et socioéconomiques mettent à mal ces lois. Bien que l'on observe des avancées dans le cadre de la création et une certaine liberté de ton dont bénéficient les médias au Gabon, beaucoup d'obstacles viennent limiter cette effervescence. Plusieurs médias restent encore sous l'influence des politiques. Les médias publics en sont la meilleure illustration pour justifier cet état de fait. Le parti au pouvoir continue de considérer les médias d'Etat comme la chasse gardée du pouvoir exécutif et le gouvernement. Les agents qui y travaillent n'ont d'autres choix que de se plier à la volonté du pouvoir en place au détriment des dispositions légales qui confèrent aux médias publics le devoir de servir tous les citoyens et de n'être redevable qu'envers les populations. Cet embrigadement des médias publics par les autorités à la tête de l'Etat est manifestement visible lors des échéances électorales comme celles des présidentielles de 2009 et 2016 ou les législatives de 2013. Les partis de la majorité occupent la majeure partie du temps d'antenne et les opposants sont souvent bien obligés de se rabattre vers des chaînes et journaux privés.

En parlant justement de la presse privée, elle non plus n'est pas en laisse sur cette situation de dépendance envers les hommes politiques. Bien que la tendance soit très souvent de taxer d'opposant tout média qui ose émettre des critiques acerbes contre le pouvoir, il existe tout de même des organes d'information privées appartenant directement ou indirectement à des acteurs politiques aussi bien de l'opposition, de la majorité et même de la famille présidentielle. D'ailleurs les principales chaînes de télévision privée (*TV+*, *RTN*, *Télé Africa* et bien d'autres) sont des médias appartenant à des responsables politiques bien identifiés sur le plan national. Pas donc étonnant qu'à chaque élection, la plupart des médias

nationaux finissent par confondre journalisme et communication. Cette sorte d'ascendance du politique sur les acteurs médiatiques peut s'expliquer par plusieurs raisons dont deux principales : le niveau de formation des journalistes très souvent remis en cause par plusieurs acteurs du monde de la communication et la précarité économique du secteur de la presse qui dure depuis plusieurs années.

En effet, très peu de médias au Gabon peuvent prétendre dépendre uniquement des ressources issues de leur activité et obtenir une bonne santé financière ou être véritablement rentable. Plusieurs d'entre eux subsistent grâce aux financements opaques qu'ils reçoivent des politiques ou de leurs propriétaires ayant des attaches avec ce milieu. D'ailleurs, beaucoup de journaux, par exemple, ne vivent que de noms, car paraissent irrégulièrement lorsque d'autres disparaissent totalement. Les médias traditionnels qui arrivent à mettre du temps sont ceux identifiés comme proches des arcanes du pouvoir comme la radio *Urban Fm* ou *NourTv*, connus pour avoir des privilèges avec les hommes du palais. Ou encore, le principal quotidien *L'Union* qui, bien que privé, continue de bénéficier d'un traitement de faveur auprès des autorités en affectant plusieurs des agents qui y travaillent comme fonctionnaires. Mais tout ceci n'empêche que la grande majorité des médias et des journalistes gabonais sont dans un état de précarité sociale, car le secteur de la presse reste très marginal en termes d'industrie. On a pu relever que même les agents travaillant dans les médias publics comme Gabon Télévision, Gabon 24 et Radio Gabon connaissent des impayés de salaire. Tout ceci fragilise davantage les professionnels de l'information et les rend vulnérables face à ceux ayant le pouvoir de décision et le pouvoir de la monnaie.

Dans cet environnement sociopolitique et médiatique, les médias natifs ne sont point en marge. Bien au contraire, les professionnels de l'information en ligne ressentent ces mêmes difficultés. Les médias natifs semblent bénéficier d'une certaine indépendance politique (du-moins pour certains médias en ligne) du fait que la plupart est l'œuvre de journalistes passionnés n'ayant pas nécessairement des intérêts communs avec des acteurs politiques. Et ils le manifestent dans la manière dont ils prétendent faire preuve d'objectivité lorsqu'ils travaillent sur des événements en rapport avec le monde politique. D'aucuns vont jusqu'à faire preuve d'audace en abordant des sujets sensibles et publier des informations qui peuvent parfois les porter préjudices. Mais cette façon de faire n'est pas sans conséquence dans un pays où la liberté de la presse a tendance à se limiter face aux intérêts du pouvoir en place. C'est ainsi que les sanctions n'ont pas hésité à frapper, au moins une fois, les médias natifs soumis à notre étude. C'est là, la bataille avec la HAC, l'autorité de régulation qui est perçue par plusieurs professionnels et responsables d'organe d'information comme une institution au service de la présidence et du gouvernement. On parle de « père fouettard de la presse ». En réponse, la HAC se défend de ses nombreuses sanctions contre la presse et accuse particulièrement les nouveaux médias numériques de faire preuve de manque de professionnalisme en violant régulièrement la déontologie parce que cherchant à tout prix le *scoop*. On est là dans un système médiatique qui possède de textes juridiques pour protéger les nouveaux médias, malgré quelques imprécisions, mais sur le plan pratique laisse prospérer les violations de l'indépendance politique des médias.

A ce problème de censure amenant à l'autocensure, les médias natifs se retrouvent aussi confrontés à la situation économique peu reluisante du marché journalistique gabonais. Déjà, ils ont tous le même modèle économique : c'est la publicité, le publi-reportage et la subvention de l'Etat qui ne représente pas grand-chose. Les médias natifs gabonais ne profitent donc pas des nouveaux moyens de rémunération développés sur internet par le modèle du courtage de l'information, ni même du modèle éditorial par les principes de l'abonnement ou de l'information payante. Les raisons sont bien évidemment évoquées dans le chapitre IV : la faiblesse face aux géants du *Net* tels *Google* ou *Youtube* et le risque de parier sur un hypothétique paiement des lecteurs des informations en ligne, pas très évident. Ils se focalisent donc sur le modèle de flot, mais se retrouve financièrement instable. Ils diront à l'équilibre parce que pouvant payer les charges fixes tant qu'il y a des annonceurs, mais se trouveront en déroute dès qu'il y a une suspension du travail en peu de mois. Les salaires n'étant pas non plus valorisants, les médias natifs gabonais essuient donc les mêmes difficultés socioéconomiques que les médias traditionnels. On ne peut donc parler d'une véritable autonomisation économique des médias natifs.

Toutefois, au regard de la passion et de la volonté qui animent ces *cyberjournalistes*, les conditions difficiles dans lesquelles ils évoluent, empiètent-elles dans le contenu des informations qu'ils produisent, surtout en matière de pluralisme en période électorale ? La troisième partie de ce travail va nous permettre de répondre à cette interrogation.

TROISIÈME PARTIE :
**ANALYSE DE CONTENU DES PUBLICATIONS DE LA PRESSE
GABONAISE EN LIGNE ET APPROCHE SOCIO-DISCURSIVE**

Chapitre V : La catégorisation des médias à partir de leurs spécificités éditoriales

Ce chapitre constitue l'étape de la réflexion qui va directement se focaliser sur le contenu des médias soumis à notre étude. Rappelons qu'en termes de volume, nous comptons précisément 514 articles sur lesquels nous allons fonder notre analyse de contenu. Pour exploiter une telle quantité de textes, une analyse quantitative est souhaitable, au préalable. Dans un premier temps, le but recherché est d'arriver à caractériser et catégoriser les sites d'information à partir du discours qu'ils produisent. Ceci passe par des analyses relevant de la statistique textuelle, implémentées dans le logiciel *Iramuteq*, dont le calcul des spécificités lexicales, l'Analyse factorielle des correspondances (AFC) et la « méthode Reinert » de Classification hiérarchique descendante (CHD). Par ces fonctionnalités statistiques, nous allons pouvoir catégoriser les sites d'information selon les récurrences lexicales qui les distinguent, d'une part. Et d'autre part, grâce à ces outils d'analyse, nous serons en mesure d'identifier les différentes classes lexicales qui composent le corpus, appréhendées comme des cadrages plus ou moins privilégiés par certains médias. Il sera plus précisément possible de déterminer les liens existants entre les différents sites d'information et les cadrages issus de l'interprétation des classes.

Mais avant d'arriver à ce premier niveau d'analyse de contenu, il sera souhaitable de revenir sur la situation sociopolitique dans laquelle se déroule la période d'étude. Il s'agit ici de faire ressortir des éléments extérieurs au fonctionnement des médias qui sont l'objet du traitement de l'information des organes de presse. C'est là une façon de situer le contenu médiatique à analyser dans son contexte de production afin de mieux saisir les enjeux qui prévalent dans cette période d'étude et comprendre de manière significative le rapport entre les informations produites et les réalités sociétales qu'elles tentent de décrire.

Ce chapitre est donc articulé autour de trois axes : la description des enjeux liés à la période politique des législatives 2018, la caractérisation des sites d'information en fonction de leurs spécificités lexicales et l'identification des cadres en lien avec les sites d'information qui les portent.

V.1. Contexte des élections législatives de 2018 : Une période politique sous-tension

V.1.1. La crise post-électorale de la présidentielle de 2016, à la base des tensions sociales

La période des législatives 2018 au Gabon est comprise du 25 septembre au 27 octobre 2018. Ces législatives ont pour but d'élire 143 députés à l'Assemblée nationale. La tenue de ce scrutin n'a pas été facile à organiser du fait de plusieurs événements qui ont émaillé depuis l'année 2016. En effet, la cause la plus immédiate ayant entraîné le report de ces élections à maintes reprises est la crise post-électorale de l'élection présidentielle de 2016. Cette élection a vu la réélection pour un second mandat du président Ali Bongo Ondimba

après son premier mandat en 2009. Des résultats assez invraisemblables⁴⁶⁸ confirmés par la Cour constitutionnelle en faveur du président sortant contre son principal challenger, Jean Ping, candidat d'une coalition de l'opposition. Cependant, ces résultats ont du mal à convaincre une bonne partie de la population. Les opposants aspirant à l'alternance et refusant de reconnaître la décision de la Cour Constitutionnelle, de violentes émeutes éclatent dans plusieurs grandes villes du pays dont la plus médiatisée va être celles se déroulant à Libreville, la capitale. Plusieurs morts et blessés en découleront et le gouvernement restreint l'accès aux réseaux sociaux.

Après la présidentielle, les législatives qui devaient être organisées quelques mois plus tard n'ont pu avoir lieu du fait de l'instabilité qui pesait dans le climat social. Pour apaiser la tension politique et sociale, en 2017 un dialogue national inclusif appelé Dialogue national d'Angondjé fut organisé entre le gouvernement et une partie de l'opposition, mais sans l'acteur majeur de cette opposition, Jean Ping. Parmi les dispositions prises à ces assises, l'augmentation du nombre de députés qui passe de 120 à 143 et la baisse du nombre de sénateurs de 102 à 70, ainsi que le report des législatives à 2018. À la suite de l'incapacité du gouvernement à organiser le scrutin après plusieurs dates de report, alors même que les députés avaient atteint la fin légale de leur mandat, le Premier ministre se voit contraint de démissionner face à l'ordre de la Cour constitutionnelle qui, en même temps, dissout le Parlement et confie le pouvoir législatif au Sénat jusqu'à l'organisation des législatives. Cette décision de la Cour constitutionnelle contre le Premier ministre surprend les Gabonais, d'autant que cette institution est reconnue pour être favorable au gouvernement d'Ali Bongo, sachant que la présidente de la Cour, Marie Madeleine Mboroantsuo, se trouve être la belle-mère du président de la République.

Pendant le déroulement de ces législatives, un fait majeur se produit et va pendant un temps éclipser l'actualité sur les élections. Il s'agit de l'accident vasculaire cérébral (AVC) du président Ali Bongo survenu lors d'un déplacement diplomatique à Ryad en Arabie Saoudite. L'affaire est inédite, mais pendant plusieurs jours le gouvernement gabonais tente de cacher l'évènement par crainte que cela ne suscite des velléités à demander l'activation du processus de la vacance du pouvoir de la part des populations et de la classe politique de l'opposition. Du coup, l'annonce officielle venant de la présidence parlera de « fatigue sévère » pour minimiser ou essayer de voiler l'état de gravité de la santé du président. Ce sont les journaux de la presse internationale qui vont avancer la raison véritable de la maladie dont a été victime le président gabonais. Les semaines qui vont suivre vont voir émerger le débat dans les médias nationaux sur la question de la transition à mettre en œuvre en cas d'incapacité du chef de l'Etat. Plusieurs *fakenews* sur le décès d'Ali Bongo se

⁴⁶⁸. Dans la province du Haut-Ogooué, région natale de la famille Bongo à la tête du pays depuis 1967, Ali Bongo aurait reçu 95,46 % des voix avec une participation de 99,93 %. Un record stalinien dont le résultat est sorti après plusieurs jours d'attente alors que le reste des votes issu des huit autres provinces du pays et celui de la diaspora était déjà connu à travers les sondages circulant dans les réseaux sociaux, mais non officialisé. Ces sondages ou rumeurs (c'est selon) semblaient donner le candidat unique de l'opposition vainqueur de l'élection jusqu'à ce qu'apparaissent les résultats du Haut-Ogooué venant complètement renverser la tendance.

Libération, « Dans le Haut-Ogooué, le score de Bongo trop gros pour être vrai », www.liberation.fr, publication du 1^{er} septembre 2016.

répandent sur les réseaux. L'opposant Jean Ping revient à la charge via une conférence où il lance un appel à la Nation en demandant de reconnaître sa légitimité à la présidence. Une opération de communication mal perçue par les partisans du pouvoir PDG qui voient en cela une volonté manifeste de destituer le président Ali Bongo. Cette situation défavorable sur la santé du chef de l'Etat ne pose toutefois aucun incident sur le processus et la finalité des résultats des élections législatives.

V.1.2. Les enjeux de ces législatives pour les deux bords politiques

Ces élections, comme on l'a décrit plus haut, se passent dans un contexte non apaisé. Une partie de l'opposition entraînée par le leader Jean Ping demande à boycotter ces législatives. Pour lui, ce serait reconnaître la légitimité du régime en place et feindre d'oublier le « passage en force » du PDG, ainsi que les victimes « assassinées » par l'armée aux ordres du pouvoir lors des émeutes. Mais pour une autre catégorie d'opposants, menée par le président du parti Rassemblement héritage et modernité (RHM), Barro Chambrier, il n'est surtout pas question de mener « la politique de la chaise vide », car ce serait permettre au PDG et ses alliés de « tripatouiller la constitution » à souhait selon leur volonté. En contradiction avec son ancien allié dans la coalition de l'opposition à la présidentielle de 2016, Chambrier invite à la mobilisation des électeurs de l'opposition à aller massivement aux urnes afin de faire échouer les partis du pouvoir en place. Pour lui :

*« S'abstenir serait assister impuissant à la descente aux enfers des collectivités locales dont la situation n'a cessé de se dégrader, malgré l'adoption en grande pompe, il y a plusieurs années, de la loi sur la décentralisation et l'annonce démagogique de la mise en place d'un Fonds d'initiative locale dont on cherche, en vain, le moindre commencement ».*⁴⁶⁹

Cette citation résume la pensée de son auteur et de ses partisans, et éclaire leurs motivations à participer à ces législatives. Il montre là l'importance capitale pour l'opposition de ne pas rester en marge, sous peine de confier le Parlement aux pdgistes.

En face de l'opposition, le parti au pouvoir et ses partis alliés qui, sans surprise ont pour objectif de conserver la majorité à l'Assemblée nationale. La nouvelle constitution met en jeu 143 sièges et c'est le président Ali Bongo qui a personnellement investi les candidats du PDG, comme pour montrer l'intérêt primordial qu'il accorde à ces élections. Son directeur de Cabinet de l'époque, Brice Laccruche Alihanga (qui sera plus tard emprisonné par le même régime, officiellement, pour détournement de fonds publics) a mobilisé sa plateforme AJEV qui réunissait une population en masse, composée majoritairement de jeunes, pour soutenir les candidats du parti au pouvoir et ses alliés.

V.1.3. Les critiques sur les dispositions légales des législatives et synthèse des résultats

⁴⁶⁹. Le Point « Gabon : un double scrutin pour dire stop ou encore », www.lepoint.fr/afrique/gabon-un-double-scrutin-pour-dire-stop-ou-encore-06-10-2018-2260791_3826.php. Consulté le 13 avril 2023.

La principale critique formulée sur l'organisation des législatives de 2018 est relative au découpage électoral. Il apparaît des incohérences qui se traduisent particulièrement par un déséquilibre du nombre d'électeurs par circonscriptions. Comme exemple, Libreville la capitale possède 26 sièges pour 261 841 électeurs. Pendant que le Haut Ogooué qui se trouve être la province natale du président Ali Bongo possède 23 sièges pour à peine 71 123 électeurs. Il se présente là un découpage qui ne répond à aucune logique, car la seule ville de Libreville fait pratiquement quatre fois le nombre d'électeurs de toute la province du Haut-Ogooué, mais ils n'ont de différence que de trois sièges. De même, l'Ogooué Maritime où se trouve la ville de Port-Gentil la capitale économique du Gabon, ne s'est vu accorder que 13 sièges pour 62 133 électeurs. Ce qui comparé à nouveau au Haut-Ogooué est fortement déséquilibré, car étant donné le nombre d'inscrits à l'Ogooué Maritime, elle devrait bénéficier d'au-moins 20 sièges, or n'a qu'approximativement la moitié des sièges de la province du président Ali Bongo. Et des exemples de découpages irrationnels comme ceux-ci, il y en a presque dans toutes les provinces. Selon l'analyste Mays Mouissi, ce découpage est « arbitraire » et n'a pour vocation que d'avantager le pouvoir en place⁴⁷⁰. Un découpage basé sur une répartition égale des sièges en fonction du nombre d'électeurs mettrait en difficulté le PDG, car les régions et localités où l'opposition est plus favorable à chaque élection sont celles où il y a le plus d'électeurs, à l'instar de l'Estuaire et de l'Ogooué Maritime.

L'autre critique fondamentale dans les dispositions légales de ces législatives est marquée par la décision de la Cour constitutionnelle de faire désormais payer les procédures du contentieux électoral. Par sa décision n°040 bis/CC du 29 juin 2018, la Cour constitutionnelle du Gabon a inséré le principe de monétisation dans le processus de contentieux électoral à partir de l'article 25 de la loi organique sur la Cour constitutionnelle modifiée par l'ordonnance n°00005/PR/2018 du 26 janvier 2018. Contre cette mesure, des acteurs de la société civile gabonaise se sont réunis en comité (intellectuels et leaders d'opinion) pour interpeler la cour constitutionnelle elle-même, les pouvoirs publics sur « l'inconstitutionnalité » de ladite loi. Pour eux, cette mesure va à l'encontre du principe de la gratuité du recours à la justice. Elle est exclusive, car elle favorise une catégorie de personne ou entité, notamment celle ayant des assises financières qui, dorénavant auront la latitude de recourir à l'arbitrage de la gardienne des lois. Les sommes pour faire appel à la justice pour un contentieux électoral sont de 5 000 000 de fcfa (soit 7000€) pour la présidentielle et 500 000 fcfa (soit 770€) pour les législatives, les sénatoriales et les référendums. Quand on sait que le salaire minimum mensuel au Gabon est de 150 000 fcfa (soit 230€) et le revenu mensuel moyen par habitant est de 340 000 fcfa (523€) en 2016, les montants susmentionnés sont disproportionnés. Les enjeux d'une élection sont trop importants pour exclure du contentieux pré et post électoral, des candidats, parti politiques et citoyens dont les recours seraient légitimes, faute de moyens financiers⁴⁷¹.

⁴⁷⁰. Mays Mouissi, « Une répartition provinciale des députés atypique », www.mays-mouissi.com/wp-content/uploads/2018/08/Gabon-Decoupage-électoral-2018.pdf. Consulté le 15 avril 2023.

⁴⁷¹. www.gabonreview.com, publication du 25 septembre 2018.

Au-delà de ces critiques, les législatives sont arrivées à leur terme et cela a produit les résultats mentionnés dans le tableau suivant :

Tableau 12 : Composition définitive de l'Assemblée nationale à la suite des partielles de 2019.

Parti Politique	Sièges
Parti Démocratique Gabonais (PDG)	96
Les Démocrates (LD)	10
Rassemblement Héritage et Modernité (RHM)	7
Restauration des Valeurs Républicaines (RV)	7
Sociaux-Démocrates du Gabon (SDG)	7
Parti Social Démocrate (PSD)	3
Union Nationale (UN)	1
Union pour la Nouvelle République (UNPR)	1
Union pour la démocratie et l'intégration sociale (UDIS)	1
Centre des libéraux réformateurs (CLR)	1
Démocratie Nouvelle (DN)	1
Front d'égalité républicaine (FER)	1
Liste Commune RV-PDG	1
Autres Partis	0
Indépendant	6
Total	143

V. 1.4. L'organisation de la couverture médiatique des législatives par la Haute autorité de la communication (HAC)

La loi n°019/2016 du 09 août 2016 portant Code de la communication en République Gabonaise, en son Article 28 stipule que : « Le Conseil national de la communication répartit le temps d'antenne de manière égale entre les différents partis politiques ou les candidats selon les modalités qu'il fixe en temps utile, conformément aux dispositions des textes en vigueur ». Dans cette optique, la HAC s'est mise à l'œuvre pour jouer son rôle de régulateur des médias, encore plus en période électorale, afin de respecter l'esprit du texte de loi cité en début de paragraphe qui lui dicte les missions qui sont les siennes en cette période. Pour prévenir des dérapages et dérives souvent réalisés par les organes de presse lors des élections précédentes, le régulateur, comme à chaque élection, a mis en place une commission d'accès équitable aux médias publics et privés en période électorale. Les membres de cette commission sont pluriels et diversifiés : certains sont issus du personnel du directoire de la HAC, d'autres viennent des partis et organisations politiques, ainsi qu'un nombre modeste de journalistes provenant de différents médias. Ils ont pour rôle de veiller

à ce que la couverture médiatique lors des scrutins soit équitable, du moins ne soit pas trop déséquilibrée d'un candidat à un autre, ou des partis politiques en présence, majorité comme opposition, précise le conseiller juridique de la HAC, Ondo Ebiaghe.

Dans cet élan, certains médias nationaux seront choisis par la HAC comme médias référents pour participer au programme de la commission d'accès équitable aux médias. C'est-à-dire que le régulateur a choisi plusieurs médias (chaînes de télévision, radio, journaux, sites natifs) selon ses propres modalités, sur lesquels il compte observer l'équilibre de l'information dans la représentativité des acteurs et partis politiques. Et pour la première fois, la presse en ligne a été sollicitée dans le cadre de ce travail. Parmi les médias constituant notre corpus, trois d'entre eux ont été retenus : Gabonmediatime, Gabonreview et Gabonactu. Pour le chargé de communication de la HaC, Doumbeneny, ce choix a été motivé par le fait que ce sont les rares médias gabonais en ligne qui remplissent les normes professionnelles (rédaction composée de plusieurs journalistes et siège social) et une qualité de rédaction sans équivoque journalistiquement parlant. « Ce sont les meilleurs ! », a-t-il affirmé⁴⁷².

Voici ainsi présenté le contexte sur quelques faits marquant la particularité et l'intérêt de cette période électorale. Faits qui, probablement, ont influencé d'une manière ou d'une autre les contenus qu'on pourrait retrouver dans le traitement et la publication de plusieurs médias. L'analyse de contenu qui va débiter dans les points suivants nous révélera les thématiques abordées par les sites d'information soumis à notre étude et les liens avec les événements décrits dans cette période des législatives de 2018.

V.2. La caractérisation des sites d'information en fonction de leurs spécificités lexicales

La première démarche analytique consiste à déterminer les grandes tendances lexicales des médias. Il s'agit tout d'abord de repérer les sites d'information qui se rapprochent et ceux qui se distinguent, par leur utilisation d'un lexique spécifique. L'identification des spécificités lexicales permet de situer le positionnement des médias les uns par rapport aux autres. Pour cela, la fonction « spécificités et AFC » du logiciel Iramuteq produit une analyse factorielle des correspondances sur un tableau de contingence qui croise formes actives et variables. La paternité de la méthode revient à Jean-Paul Benzécri (1997)⁴⁷³. Selon Denis Salle

« L'analyse factorielle des correspondances simples (AFC) est une méthode descriptive d'analyse proposée par Benzécri (Bellier, Benier, Benzécri, Benzécri, Blaise, 1973 ; Benzécri, Benzécri, 1980) permettant d'étudier un tableau de contingence conduisant à une représentation graphique. Elle est un outil permettant de réduire la dimension des données en conservant le plus d'information possible (Pagès, Escoffier, 1998). Elle

⁴⁷². Déclaration obtenue pendant l'entretien avec Doumbeneny, *Loc.cit.*

⁴⁷³. Benzécri Jean-Paul, Histoire et préhistoire de l'analyse des données. Partie V L'analyse des correspondances. *Cahiers de l'analyse des données*, 2(1), 1977, pp. 9-40.

explore les liaisons et les ressemblances-dissemblances entre individus, en fonction de leurs distances sur les plans factoriels »⁴⁷⁴.

Pour expliquer simplement son application à la lexicométrie, on peut citer André Salem (1982) : « *Partant du décompte des occurrences de chacune des formes dans chacune des sous-parties du corpus analysé, l'AFC fournit une typologie des sous-parties du corpus, qui vise à rapprocher entre elles celles qui emploient les mêmes mots dans les mêmes proportions.* » (A. Salem, 1982)⁴⁷⁵.

Pour le calcul des spécificités, Le procédé a été mis au point par Pierre Lafon avec son « modèle hypergéométrique » (1984)⁴⁷⁶. Pour l'expliquer, on peut se baser sur les explications de Damon Mayaffre (2019) :

« Le calcul des spécificités (Lafon 1980) permet de repérer les mots (ou traits linguistiques) anormalement fréquents dans une partie du corpus au regard de leur fréquence dans le corpus entier. Lancé sur l'ensemble des mots, il signale des caractéristiques de diverses natures, que le linguiste aura à démêler en revenant aux contextes d'emploi »⁴⁷⁷.

V.2.1. Trois groupes de sites d'information visibles sur l'AFC des médias

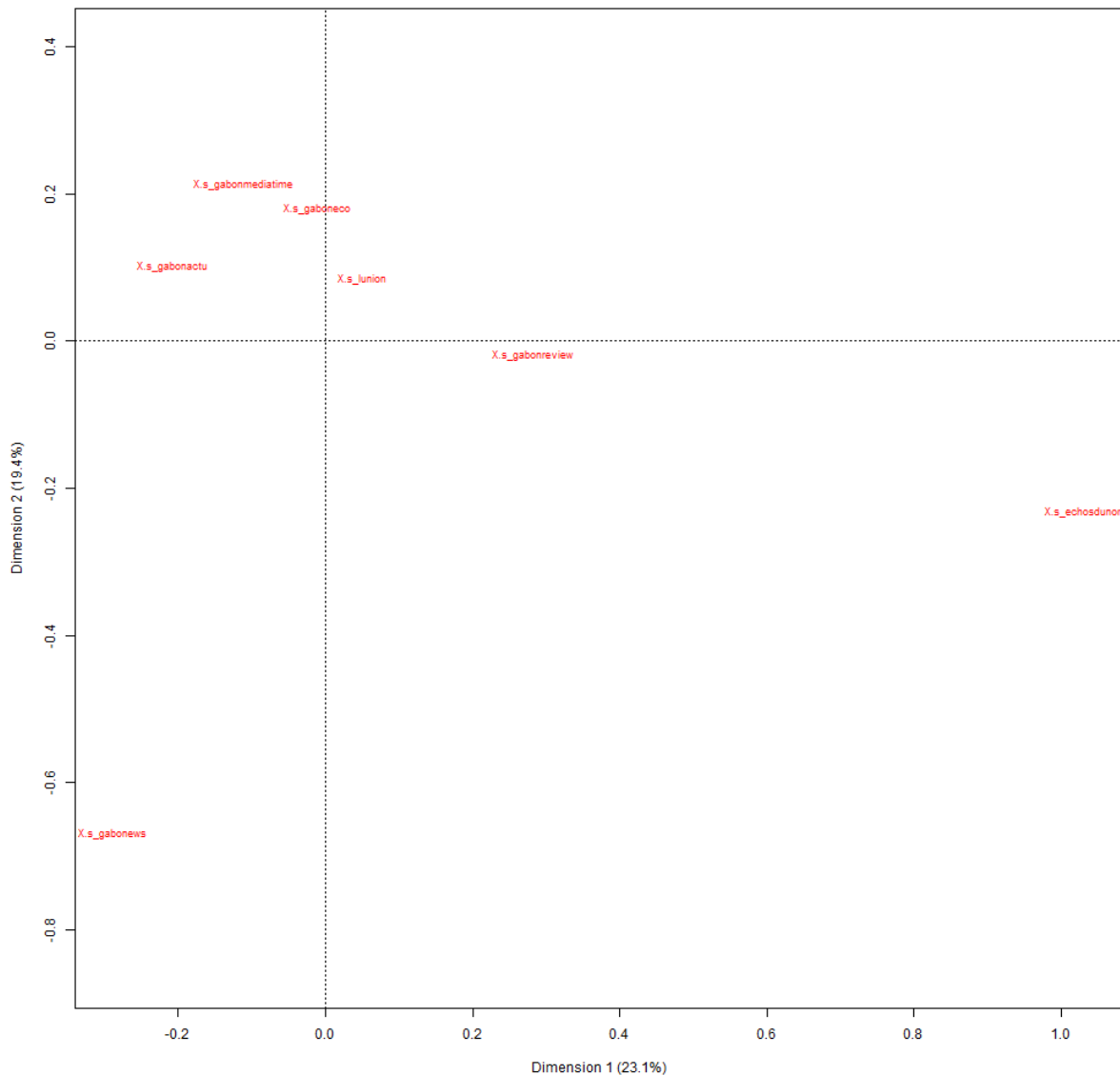
⁴⁷⁴. Salles Denis (2009), « Chapitre II. L'analyse factorielle des correspondances simples », in, Didier Busca éd., *Analyse factorielle simple en sociologie : Méthodes d'interprétation et études de cas* (pp. 129-239), Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur. <https://doi.org/10.3917/dbu.busca.2009.01.0129>.

⁴⁷⁵. Salem André. « Analyse factorielle et lexicométrie : synthèse de quelques expériences », In, *Mots. Les langages du politique*, n°4, mars 1982, Abus de mots dans le discours. Désabusement dans l'analyse du discours, pp. 147-168. DOI : <https://doi.org/10.3406/mots.1982.1055>.

⁴⁷⁶. Lafon Pierre, *Dépouillements et statistiques en lexicométrie*, Paris, Slatkine Champion, 1984.

⁴⁷⁷. Damon Mayaffre, Bénédicte Pincemin, Céline Poudat, Explorer, mesurer, contextualiser. Quelques apports de la textométrie à l'analyse des discours, *Langue française*, Les outils informatiques au service des linguistes, , 2019, pp. 203.101-115. 10.3917/lf.203.0101. hal-02419199.

Figure 2: L'AFC des spécificités lexicales des médias



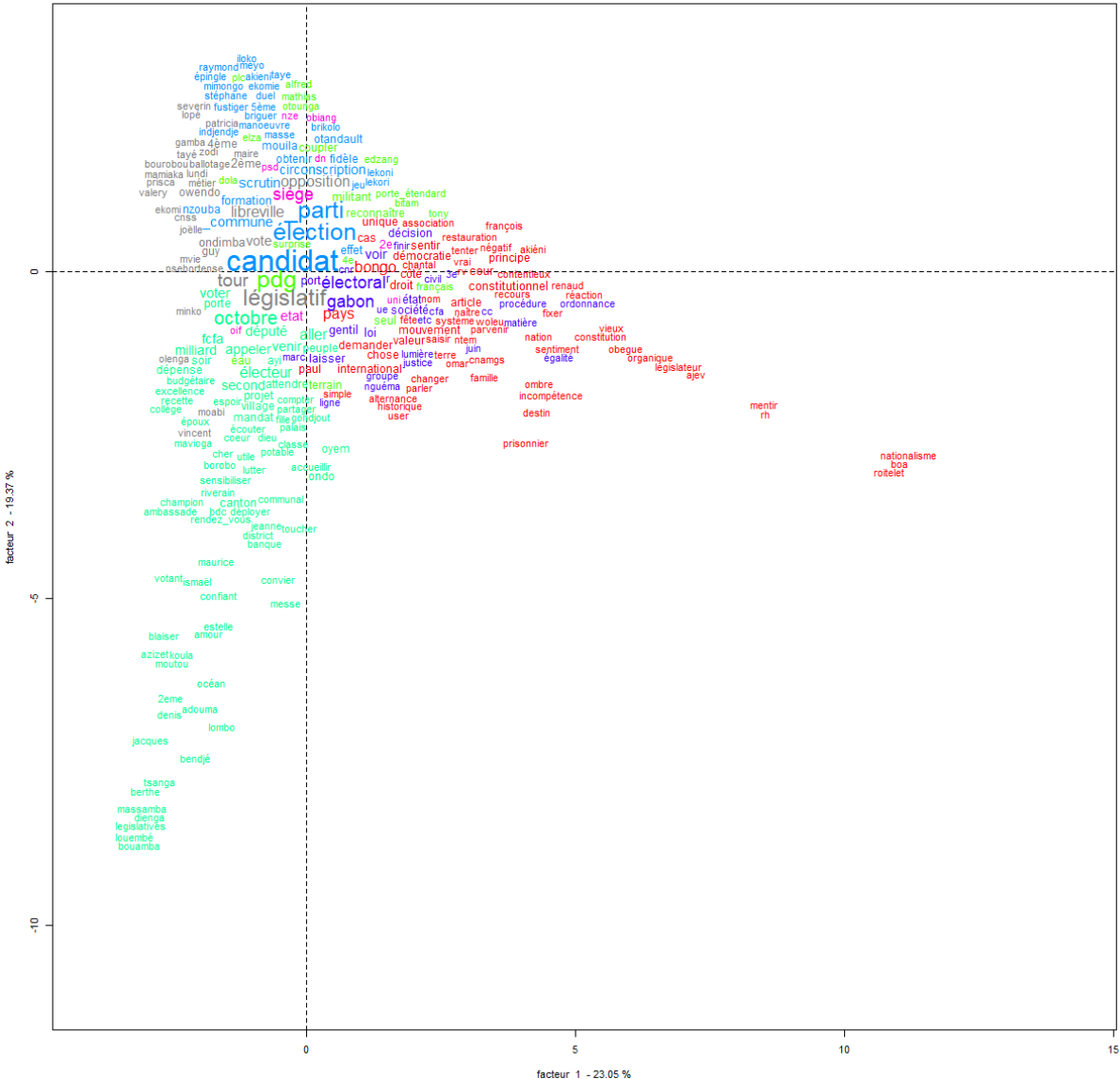
Dans cette AFC des médias, trois groupes se dégagent : Un premier groupe rassemble des médias dont les spécificités ne semblent pas très fortes, occupant le cadran haut-gauche dans une relation de proximité lexicale. Il s'agit de Gabonactu, Gaboneco et Gabonmediatime, qui apparaissent relativement proche du lexique employé par *L'Union*.

Un deuxième groupe est constitué d'Echos du nord, média à la spécificité lexicale forte qui structure l'axe horizontal de l'AFC, et de Gabonreview, qui semble entretenir des similitudes avec le premier, bien que sa spécificité soit moins prononcée.

Enfin, le site Gabonews semble occuper une position tout à fait particulière puisqu'il apparaît seul dans le cadran bas-gauche de l'AFC, indiquant une spécificité faible sur l'axe horizontal (le rapprochant de Gabonactu, Gaboneco et Gabonmediatime), mais forte sur l'axe vertical qu'il contribue largement à structurer.

Afin de comprendre quel lexique structure ces positions de proximité ou de distance entre médias, il est à présent nécessaire de mobiliser l’AFC des formes lexicales, permettant de caractériser précisément le lexique par lequel les médias occupent les positions précédemment identifiées.

Figure 3 : L’AFC des formes lexicales



Sur ce tableau, les formes lexicales sont de différentes couleurs, qui correspondent à chaque média en fonction de leurs positions dans la figure 1. De visu, on observe déjà que les formes lexicales de Gabonews (les mots en couleur marine) et celles d’Echos du nord (les mots en rouge) partent du centre et s’éloignent pour se situer aux extrémités de leurs cadrans respectifs. Tandis que les autres formes lexicales semblent ne pas grandement s’éloigner du centre et tournent autour du champ lexical de l’actualité électorale. D’où la

grande visibilité des termes « candidat et élection » au centre du repère. Cela laisse entendre que les deux grandes tendances qui se dégagent par rapport à la spécificité des médias résultent de l'expression de deux grandes identités lexicales. D'une part, les formes lexicales fortement centrées sur l'actualité électorale ayant conduit au groupe de médias constituant une identité lexicale proche. On peut le constater sur ce tableau d'AFC des formes lexicales où la majeure partie des mots colorés représentant les différents médias est concentrée autour des termes centraux « candidat et élection ». D'autre part, les formes lexicales présentant un autre aspect de l'actualité politique et qui expliquent la grande différenciation venant d'autres médias en termes de spécificité. Celles-ci reposent sur la visibilité des faits dans les localités (*Gabonews*) et sur la critique des institutions et acteurs politiques de la société (*Echos du nord*).

Pour étayer davantage l'observation de ces deux grandes tendances marquant la spécificité des médias soumis à notre étude, allons approfondir l'analyse en prenant en compte les mots les plus spécifiques qui les caractérisent. La démarche va consister à considérer les 20 premiers mots de chaque média, qui en structurent le profil lexical (les 20 formes lemmatisées classées par ordre décroissant de leur indice de spécificité), en nous aidant des « segments de textes caractéristiques »⁴⁷⁸, pour procéder à un début d'interprétation des logiques éditoriales propres à chaque média. Pour y arriver, nous allons partir des trois médias natifs lexicalement proches que sont *Gabonactu*, *Gaboneco* et *Gabonmediatime*. Puis nous nous intéresserons à *L'union* qui se situe en position médiane dans ce sous-groupe. Enfin, nous emploierons le même procédé sur les médias ayant une spécificité lexicale très importante que sont *Echos du nord*, et *Gabonreview* dans une moindre mesure, ainsi que *Gabonews*.

Gabonactu se caractérise par les formes lexicales *cnss*, *nse*, *mvie*, *owendo*, *bourobou*, *gamba*, *hortense*, *tayé*, *bokoué*, *alain*, *courant*, *ekomi*, *ballotage*, *libreville*, *2^{ème}*, *Prisca*, *Joelle*, *Sypross*, *fcfa* et *mouidi*.

La plupart de ces mots désignent des personnalités politiques (Nse, Mvie, Bourobou, Hortense, Alain, Ekomi, Mouidi), avec une mention prioritaire des candidats du PDG. D'autres expressions sont liées à des noms de lieux (Owendo, Gamba, Libreville, Bokoué). D'autres termes, enfin, semblent liés aux sujets politiques et sociaux (*cnss*, *courant*, *ballotage*, *Sypross*, *fcfa*). Tout ce lexique semble nous orienter vers la lecture des activités d'acteurs politiques et des questions sociales. L'apparition de noms de différentes villes, les nombreux noms de personnalités politiques cités montrent qu'il y a une forte dimension à présenter les événements relatifs aux actions des candidats dans certaines contrées, surtout les grandes villes du pays. On peut vérifier cette interprétation dans le passage caractéristique suivant : « *La candidate du parti démocratique Gabon (PDG) aux législatives du 6 octobre prochain pour le compte du 1er siège d'Owendo, Hortense Nse Mvie et sa suppléante Prisca Ndoungou Mughola sont allées samedi au contact des électeurs dans les différents marchés de leur*

⁴⁷⁸. Il s'agit d'un concordancier qui permet d'accéder aux segments de texte appartenant à chaque modalité de variable, triés par ordre décroissant de significativité d'appartenance à la modalité, sur la base de l'indice de spécificité de chaque forme constituant le segment.

ressort politique pour échanger sur la nécessité de les envoyer comme représentantes au Parlement dans quelques jours » (gabonactu.com, 29/09/2018). A cela s'ajoutent les problèmes d'ordre social évoqués pendant cette période de forte activité politique que l'on peut voir mis en évidence dans le segment de texte qui suit : « *Dynamique unitaire refait parler d'elle parce que, affirme Jean Rémy Yama, "Ali Bongo et son Gouvernement ont décidé dans la loi de finances 2019 de déclarer la guerre aux travailleurs en particulier et au peuple gabonais en général"* » (gabonactu.com, 07/10/2018).

Gabonmediatime affiche quant à lui le profil lexical suivant : *circonscription, stéphane, tenir, meyo, population, parti, masse, formation, akieni, candidat, 5^{ème}, iloko, voix, attitude, élection, politique, madoungou, boussengui, raymond, commune .*

Au regard des termes utilisés, on peut affirmer que le média s'est exclusivement consacré au traitement de l'actualité de la campagne électorale, en visant une forme d'équilibre dans la médiatisation des candidats de différents partis politiques. Il fait état des jeux politiques qui apparaissent entre les acteurs politiques, à l'instar du passage caractéristique suivant : « *Pour le président de cette formation politique de l'opposition et ancien président de l'Assemblée nationale Guy Nzouba Ndama l'attitude de son poulain relève purement et simplement d'une « arnaque politique »* (gabonmediatime.com, 22/10/2018). Le média joue aussi sur les tendances mettant en dualité les partis politiques les plus influents : « *En effet, les tendances des législatives placent deux formations politiques en tête pour le second tour des élections. Il s'agit d'une part du Rassemblement héritage et modernité, dont le candidat Senturel Ngoma Madoungou aurait récolté 25% des voix et le candidat du parti démocratique gabonais, Stéphane Germain Iloko qui serait crédité de la majorité des voix soit 37%* » (gabonmediatime.com 12/10/2018).

Gaboneco se distingue par le profil exical suivant : *ndendé, coupler, dola, fernand, yves, manfoumbi, département, 4^{ème}, élections, terrain, ritchuelle, edzang, otounga, tony, elza, ngouoni, mathieu, 6^{ème}, boukandou, mathias.*

A la lecture de ces mots spécifiques, on s'aperçoit que ce média natif du web a mis principalement la focale sur la campagne législative dans le département de Ndendé. Bien que mentionnant d'autres acteurs politiques tels qu'Elsa Ritchuelle Boukandou, Mathias Otounga et Mathieu Mboumba, le principal leader politique mis en lumière par ce média est Yves Fernand Manfoumbi, candidat PDG dans le département de la *Dola*. Son actualité est plus prégnante dans la majorité des segments de texte caractéristiques, comme celui anticipant déjà sur sa victoire de l'élection : « *Yves Fernand Manfoumbi, candidat du parti démocratique gabonais (PDG) une fois les résultats officiels divulgués par le Ministère de l'intérieur devrait être déclaré Député de l'unique siège du département de la Dola* ». A contrario, les autres candidats sont peu représentés. Ils apparaissent quelques fois mais de manière anecdotique, comme dans certains cas où est mentionné l'exploit de la jeune candidate de l'opposition ayant surclassé plusieurs anciens barons de la localité : « *dans la province de la Ngounie, Elza-Ritchuelle Boukandou du parti Pour le Changement (PLC),*

avocate de formation, surclasse les caciques politiques de sa localité d'origine, en sortant deuxième à la dernière élection législative » (gaboneco.com, 11/10/2018).

L'Union semble être le média le moins spécifique, en utilisant un lexique banal et factuel sur les législatives, le menant à afficher peu de spécificités (en rose sur l'AFC). Son lexique spécifique est structuré par les formes *parti, candidat, tour, pdg, siège, élection, dernier, arrondissement, gabonais, politique, législatif, premier, national, octobre, président, local, prendre, Libreville, pays, électoral*.

L'ensemble des expressions relevées ici sont très explicites. C'est sans conteste qu'on peut affirmer que le journal *L'Union* s'est principalement focalisé sur le déroulement et les résultats du premier tour des législatives dans la commune de Libreville. Plusieurs passages caractéristiques peuvent ainsi confirmer cette appréciation. Notons que l'acteur politique dont les activités semblent avoir été beaucoup couvertes par le média est la principale colistière du PDG, Rose Christiane Ossouka Raponda. Un des segments qui illustrent la médiatisation privilégiée de ses activités politiques est celui parlant de sa propagande sur la décennie de la femme : « *Accompagnée de ses 28 colistiers, la tête de liste a fait le pari de la jeunesse et de la gent féminine notamment, portée au sommet de son existence actuellement avec l'instauration par le président de la République, Ali Bongo Ondimba, de la décennie de la femme (2015-2025)* » (*L'union*, 02 02/10/2018). Le journal *L'Union* s'est donc centré sur les activités des acteurs issus des partis de la majorité présidentielle. Les passages caractéristiques mettant en scène des leaders des partis d'opposition issus de la majorité présidentielle le démontrent : « *Le candidat de Sociaux-Démocrates du Gabon (SDG) au 1er siège du 2e arrondissement de Libreville pour les législatives, Steeve Davin Moughiama, et son suppléant, Mba Obiang, étaient en meeting samedi à Nkembo* » (*L'union*, 02/10/2018) ou « *Si l'on s'en tient aux résultats rendus publics, Démocratie nouvelle (DN), le parti pour le développement et la solidarité sociale (PDS) et le parti social-démocrate (PSD) n'ont pas de quoi être fiers* » (*L'Union*, 17/10/2018).

Echos du nord, dont le lexique apparaît en rouge sur l'AFC, est le média à la plus forte spécificité lexicale. Les formes qui le caractérisent sont *bongo, politique, gabonais, élection, constitutionnel, cour, pdg, pays, gabon, parti, candidat, siège, boa, prendre, aller, électoral, national, campagne, loi, législatif*.

Trois dimensions ressortent lorsque l'on prend en compte les mots spécifiques à *Echos du nord*. D'abord, on y voit un aspect juridique certainement en lien avec l'élection (constitutionnel, cour, loi, législatif). Ensuite, on peut constater le caractère purement politique des termes utilisés (politique, élection, campagne, candidat, parti, etc.). Enfin, la particularité de s'attaquer directement au régime et à ceux qui l'incarnent (Bongo, boa⁴⁷⁹).

⁴⁷⁹ . Il s'agit ici, d'une expression triviale appelée une « gabonitude » pour indiquer des néologismes propres au langage argotique gabonais. Ainsi, « boa » dans l'entendement gabonais renvoie à l'incompétence ou à l'incapacité d'un individu à pouvoir effectuer convenablement une tâche.

Tout ceci se traduit par la remise en cause du fonctionnement juridique que l'on peut lire à travers les passages comme « *La méconnaissance du principe d'égalité par la Cour constitutionnelle discrimine deux types de justiciables, ceux dont les recours sont gratuits et ceux dont les recours sont payants. Par cette pratique, la Cour introduit ainsi, une différenciation entre les recours en matière électorale* » (Echosdunord, 28/10/2018) ; les rapports conflictuels entre des organes politiques : « *Le torchon brule entre l'ajev et le pdg dans le département du woleu, injonction de BOA, le chef de la junte militaro-fasciste* » (Echosdunord, 28/10/2018) ; faire montre de l'incapacité du président à être à la hauteur des enjeux : « *BOA a voulu donner une leçon de sciences politiques. Mais il s'est mélangé les pédales sur certains concepts. Le « nationalisme » n'a rien à voir avec la « xénophobie » et ne contient en rien des germes d'exclusion ou de division* » (Echosdunord, 25/09/2018).

Gabonreview, affiche pour sa part le lexique spécifique suivant : *Candidat, élection, législatif, pdg, politique, gabonais, électoral, arrondissement, parti, gabon, campagne, national, pays, dernier, local, jean, président, libreville, ali, bongo.*

A travers ce lexique, on remarque qu'un accent est mis sur la politique, la campagne électorale et d'une certaine manière le cadre juridique (présent dans l'ensemble des spécificités lexicales). En effet, Gabonreview accorde une place non négligeable à l'activité politique des candidats. On peut s'en apercevoir dans plusieurs passages caractéristiques, notamment lorsqu'il s'agit de décrire la campagne modeste d'un candidat sans véritable financement : « *Ne pouvant financer ni causeries, ni meetings, c'est donc un affichage sommaire et surtout du porte-à-porte que Christian Nkolo Ogandaga va devoir faire, prospectus à la main. Son discours : rappeler le vrai rôle du député qui est de voter la loi, de consentir l'impôt et de contrôler l'action du gouvernement* » ou lorsqu'il a été question de parler des projets d'un candidat du PDG : « *Le candidat a promis des actes concrets aux populations de la commune d'Akanda* » (gabonreview, 30/09/2018).

Gabonews, enfin, se distingue par les formes lexicales *Candidat, législatif, pdg, tour, population, électeur, politique, parti, gabonais, campagne, aller, canton, élection, fcfa, milliard, national, local, arrondissement, électoral, aller.*

Si ces termes ont là encore un lien explicite avec la campagne électorale, ce qui fait la particularité de Gabonews, c'est surtout sa focale sur la dimension territoriale de l'actualité politique. Le média natif se distingue par sa propension à mettre en visibilité les faits sociopolitiques se déroulant dans les villes et localités reculées du pays. On s'en rend bien compte lorsqu'on se réfère aux segments caractéristiques évoquant le début de la campagne dans une province du pays : « *L'ouverture de la campagne électorale jumelée ; Législatives et locales a été l'occasion de démonstration de force pour le parti démocratique gabonais dans l'Ogooué-Lolo* » (gabonews, 02/10/2018) ou encore, les passages caractéristiques qui font état des activités politiques en milieu rural : « *Les capacités humaines ont été renforcées. Nos émissaires dans les différents villages sont actifs quant au retour d'informations* » affirme, le député sortant du canton Océan pour le PDG, Berthe Azizet

épouse Mboumba qui veut arracher un nouveau contrat avec les populations du 1er siège du département de Bendjé près de Port Gentil, le chef-lieu de l'Ogooué-Maritime » (gabonews, 17/10/2018).

Après avoir analysé les lexiques spécifiques relatifs à chaque média, nous pouvons déduire dans un premier temps que les sites d'information étudiés ici se sont centrés sur des modalités différentes de médiatisation de l'activité électorale, propres à leurs identités éditoriales. Certains entretiennent des proximités lexicales pendant que d'autres ont montré des traits lexicaux assez distinctifs. Les médias qui se rapprochent lexicalement ont en commun le fait de s'être beaucoup focalisés sur les activités électorales des acteurs et partis politiques. C'est le cas des médias natifs du web tels que *Gabonactu*, *Gabonmediatime* et *Gaboneco*. Bien que n'étant pas très éloigné de ce sous-groupe, *L'Union* se démarque légèrement à cause de sa propension à s'être essentiellement intéressé aux activités de la principale colistière du PDG et des partis de la majorité présidentielle. Le journal confirme ainsi son qualificatif de presse pro-gouvernementale. On comprend dès lors que les trois médias natifs dont l'identité lexicale est proche de celle de *L'Union* ne s'en différencient que dans la mesure où leur traitement des élections laisse plus de place à des acteurs d'obédiences politiques différentes et ce, dans divers milieux (certaines grandes villes notamment).

D'un autre côté, les médias dont les spécificités sont très affirmées ont montré des identités lexicales traduisant des angles particuliers, choisis pour élargir les sujets traités en lien avec l'élection. C'est ainsi que Gabonews va s'illustrer dans l'emploi d'un lexique lié à des événements électoraux proches des localités et de la ruralité. Quant à Echos du nord et Gabonreview, les formes lexicales utilisées vont avoir l'originalité de soulever des questions juridico-critiques contre la gouvernance des autorités politiques et des institutions. Echos du nord le fait de manière plus acerbe en allant jusqu'à prêter des noms dévalorisants aux autorités (*boa* et *roitelet*) quand Gabonreview utilise des termes moins clivants pour aborder les mêmes axes sociopolitiques. Qu'en-est-il des thématiques que mettent en relief les contenus de l'ensemble de ces sites d'information dans la façon de rendre compte de l'actualité politique pendant cette période d'élection ?

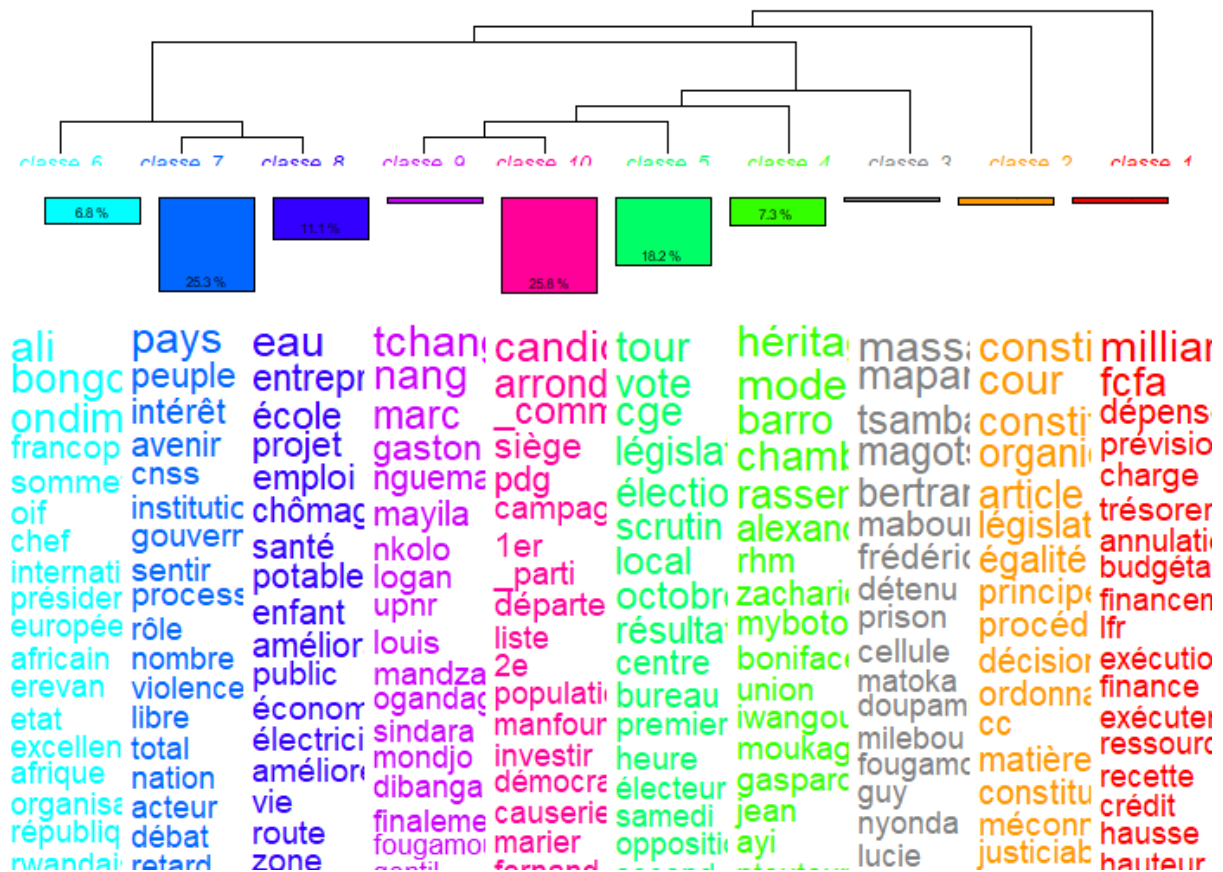
V.2.2. De l'identification des cadrages à leur emploi préférentiel par les différents médias

Après avoir caractérisé les médias par leurs spécificités lexicales, il s'agit maintenant d'en identifier les cadrages construits sur l'ensemble des publications réalisées tout au long de la période des législatives de 2018. Rappelant que notre corpus est composé de 514 articles tirés des rubriques politiques de nos sept médias, nous avons procédé par la méthode de classification hiérarchique descendante (CHD⁴⁸⁰) afin de pouvoir obtenir les

⁴⁸⁰ Pour cela, lors du lancement de la CHD, les paramètres établis ont été les suivants : 16 classes demandées à la phase 1 ; 50 segments de texte par classe minimum.

univers lexicaux de chaque classe et ainsi parvenir à identifier des cadrages médiatiques. Cette analyse a conduit à produire le dendrogramme ci-dessous :

Graphique 5: Dendrogramme issu de la CHD



Le dendrogramme issu de la CHD fournit finalement 10 classes. L'analyse scrupuleuse des lexiques compris dans les différentes classes va nous permettre de déterminer les cadres médiatiques mis en jeu. Pour parvenir à ces résultats, il va falloir décrire le lexique spécifique de chaque classe (profil de classe) et s'appuyer sur les segments de texte caractéristiques, éventuellement sur les graphes de classe pour en préciser les interprétations.

Classe 1 : La situation économique et l'état budgétaire du Gabon

Le lexique spécifique de cette classe est le suivant : *milliard, fcfa, dépense, prévision, charge, trésorerie, annulation, budgétaire, financement, exécution, finance, exécuter, ressource, recette, crédit, hausse, hauteur, évaluer, excédent, consommer.*

Sans ambiguïté, cette classe est structurée par un lexique économique. Plus spécifiquement, il s'agit des questions sur les dépenses et la gestion des différents budgets de l'Etat. On aura

ainsi plusieurs passages caractéristiques qui illustrent une présentation de la situation des finances, comme c'est le cas sur ces segments : « *Stratégie Gabon Emergent (PSGE). En 2017, les recettes budgétaires perçues se sont établies à 1 668, 7milliards de FCFA contre 1 714, 6 Milliards de FCFA prévues, soit un taux de recouvrement de 98%* » ou « *Les ressources de financements et de Trésorerie, quant à elles, se situeraient à 656,6 milliards de FCFA, laissant apparaître un solde déficitaire des opérations de trésorerie et de financement de 68,1 milliards de FCFA* » (gabonactu, 14/10/2018).

Classe 2 : Les dysfonctionnements du cadre juridique

Le profil lexical de cette classe est marqué par les formes *constitution, cour, constitutionnel, organique, article, législateur, égalité, principe, procédure, décision, ordonnance, cc, matière, constitutionnalité, méconnaissance, justiciable, inconstitutionnalité, incompetence, recours, droit*.

Au vu des mots spécifiques, on déduit aisément qu'il s'agit du cadre juridique ou des questions liées à la justice, à la légalité. On peut le vérifier dans le segment de texte qui dénonce la complicité de la cour constitutionnelle dans les malversations financières avec le chef de l'Etat : « *La Cour constitutionnelle des Bongo n'a pas tranché autrement, en 2009 : ce sera Ali et ce fut Ali. Qui, sitôt au Bord de mer, a immédiatement créé de voraces agences qui ne relèvent que de lui et traquent le moindre pétro-CFA* » (echosdunord, 10_01/10/2018).

Classe 3 : Les rivalités politiques entre les barons d'une même région

Les termes spécifiques de cette classe sont *massavala, mapangou, tsamba, magotsi, bertrand, maboumba, Frédéric, détenu, prison, cellule, matoka, doupamby, milebou, fougamou, guy, nyonda, lucie, validé, casser, détention*.

Cette classe est principalement constituée de noms de personnes et de certains mots entrant dans le champ lexical de la prison (détenu, prison, cellule, détention). Il s'agit, ici, de mettre l'accent sur une actualité forte de cette période électorale. Citant les acteurs politiques issus de la même localité, *le département de Tsamba Magotsi*, la situation évoquée est celle d'un fils de la contrée, Frédéric Massavala Maboumba, ancien ministre et devenu opposant, qui se retrouve en prison. La singularité de sa situation est qu'il se soit porté candidat à la députation depuis sa cellule pour affronter d'autres caciques de la même région. « *Frédéric Massavala : "Me voici donc, du fond de ma cellule, candidat face à mes bourreaux"* », ce segment de texte résume bien la situation que met en relief cette classe.

Classe 4 : Les activités de campagne des candidats de la coalition de l'opposition

Les mots spécifiques de cette classe sont *héritage, modernité, barro, chambrier, rassemblement, alexandre, rhm, zacharie, myboto, boniface, union, iwangou, moukagni, gaspard, jean, ayi, ntoutoume, patricia, zodi, assélé, sévérin, ékomie*.

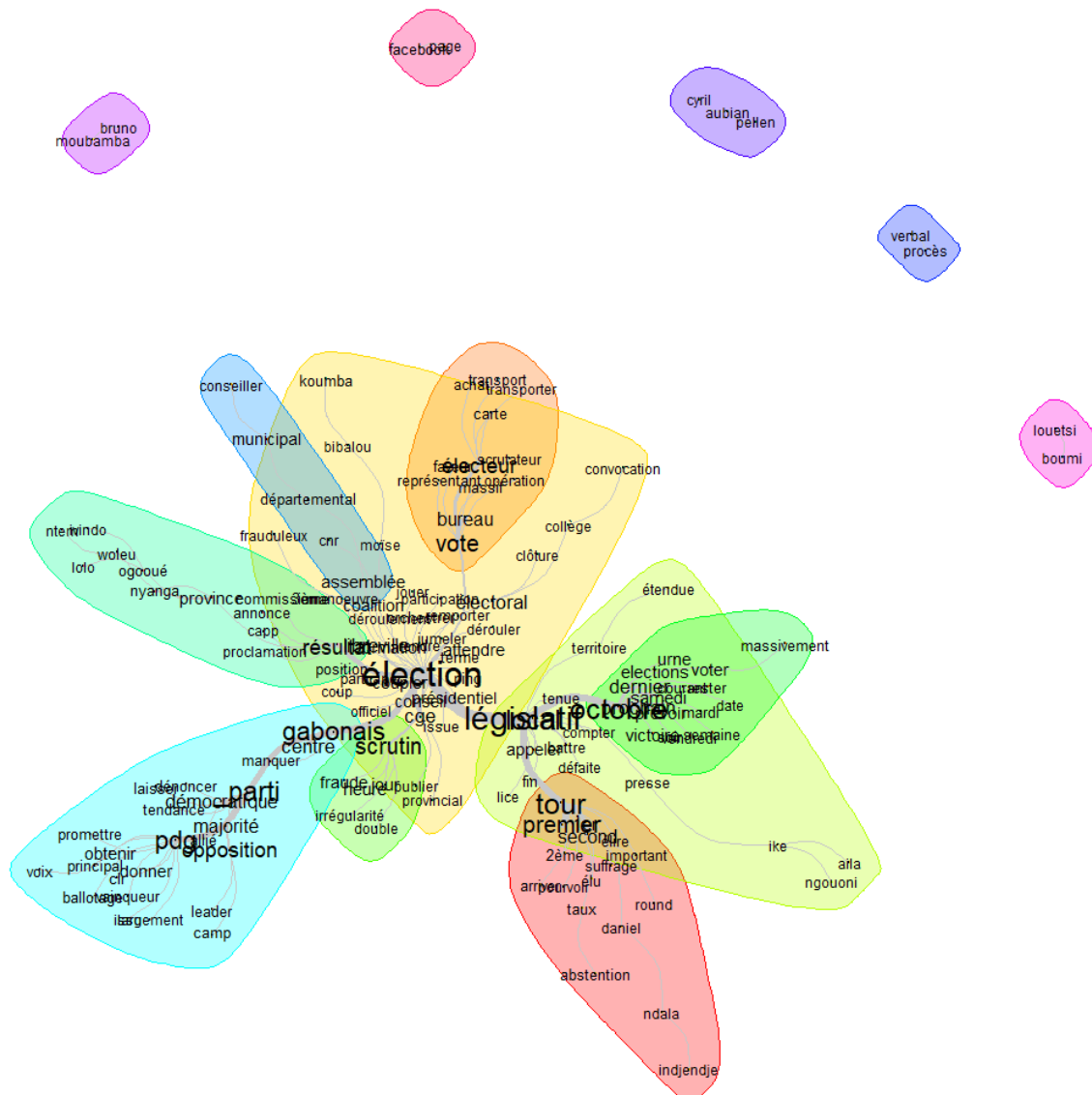
Cet ensemble mots est composé quasi exclusivement de noms de personnalités politiques de l'opposition, essentiellement des acteurs politiques des deux grands partis politiques de l'opposition, à savoir le *RHM* (Rassemblement héritage et modernité) et l'*UN* (Union nationale). Il s'agit d'une classe se caractérisant par la compilation des faits et gestes d'acteurs politiques de l'opposition gabonaise. Les passages caractéristiques montrent différentes actions menées par les leaders de ces deux partis qui finalement ont formé une coalition : « *Jean Gaspard Ntoutoume Ayi, candidat aux élections législatives prochaines, investi par la coalition des partis politiques de l'opposition Rassemblement héritage et modernité et l'Union nationale (RHM/UN) a tenu un meeting au cours duquel les questions d'éducation et de chômage ont été abordées.* » (gabonmediatime, 03/10/2018).

Classe 5 : Le déroulement et dénouement des élections

Le lexique spécifique est marqué par les formes *tour, vote, cge, législatif, élection, scrutin, local, résultat, centre, bureau, premier, heure, électeur, opposition, second, prochain, urne, prévoir, obtenir, élections*.

Ce lexique met en évidence le processus électoral. L'ensemble des mots utilisés converge vers le même champ lexical qu'est celui de l'élection sur le plan institutionnel. Pour bien observer le lien qui s'opère entre tous ces mots, l'exploitation du graphe des classes peut s'avérer nécessaire. De fait, nous allons considérer la figure qui suit :

Le Graphe de la classe 1 : Le déroulement et dénouement des élections



Ce graphe de classe nous fait voir que l'ensemble des mots tournent autour des termes grandement visibles et ayant de forts liens entre eux que sont *élection*, *législatif* et *premier tour*. Les réseaux qui se créent entre les mots autour de ces trois termes centraux dessinent des syntagmes ou expressions se trouvant dans le même espace telles que *gabonais*, *parti démocratique*, *pdg*, *majorité*, *opposition* ; *scrutin*, *fraude*, *irrégularité* ou encore *vote*, *bureau*, *clôture* ; sans oublier les noms de personnalités politiques et des régions qui gravitent autour. Ils démontrent clairement que l'on présente ici les événements liés au déroulement et conséquences des élections, en se focalisant sur leur issue.

Assez souvent, à chaque fin d'élection législative, les contestations et dénonciations de fraude ne manquent pas, régulièrement portées par les partis de l'opposition et les candidats indépendants contre les candidats du pouvoir. D'où la présence des expressions comme *fraude* ou *irrégularité*, que les médias nationaux reprennent naturellement. Cela étant, le parti au pouvoir en sort victorieux avec 96 sièges sur 143 (cf. chap 5, V.1.3.).

Classe 6 : L'information institutionnelle autour d'Ali Bongo

Le profil lexical de la classe est le suivant : *ali, bongo, ondimba, sommet, oif, chef, international, président, européen, africain, Etat, excellence, Afrique, organisation, république, rwandaise, secrétaire, mavioga, homologue, Guinée.*

Nous sommes ici dans un registre institutionnel et international de l'information journalistique. Le lexique renvoie à une actualité focalisée sur le président Ali Bongo et ses activités diplomatiques. Cela transparait dans plusieurs passages caractéristiques, à l'instar de ses déplacements pour aller assister à des sommets : « *Ali Bongo Ondimba a devisé avec Emmanuel Macron, président de la République française en marge du XVIIe Sommet de l'Organisation internationale de la francophonie (OIF) qui se tient actuellement à Erevan en Arménie.* » (gabonmediatime, 12/10/2018).

Classe 7 : Les préoccupations sociopolitiques

Le lexique spécifique de cette classe est composé des termes *pays, peuple, intérêt, avenir, cnss, institution, gouvernement, processus, rôle, nombre, violence, libre, total, nation, acteur, débat, retard, dirigeant, agent, grève.*

Cette classe est très présente dans notre corpus, car selon le calcul de la CHD, elle contient près de 25% du lexique employé dans l'ensemble de ce dernier. Et à la lecture des 20 premiers mots spécifiques de cette classe, le thème qui semble se dégager est tout aussi intéressant. Il s'agit de mettre en lumière les difficultés sociopolitiques dans lesquelles baigne la société gabonaise. Les mots relevés ci-dessus étant limités pour refléter les multiples dimensions de cette classe, le graphe de classe va nous permettre de voir de manière un peu plus panoramique ce qui est évoqué à ce sujet.

fragilisant le *vivre ensemble* et *l'unité nationale*, et favorisant le *taux d'abstention* aux différentes élections.

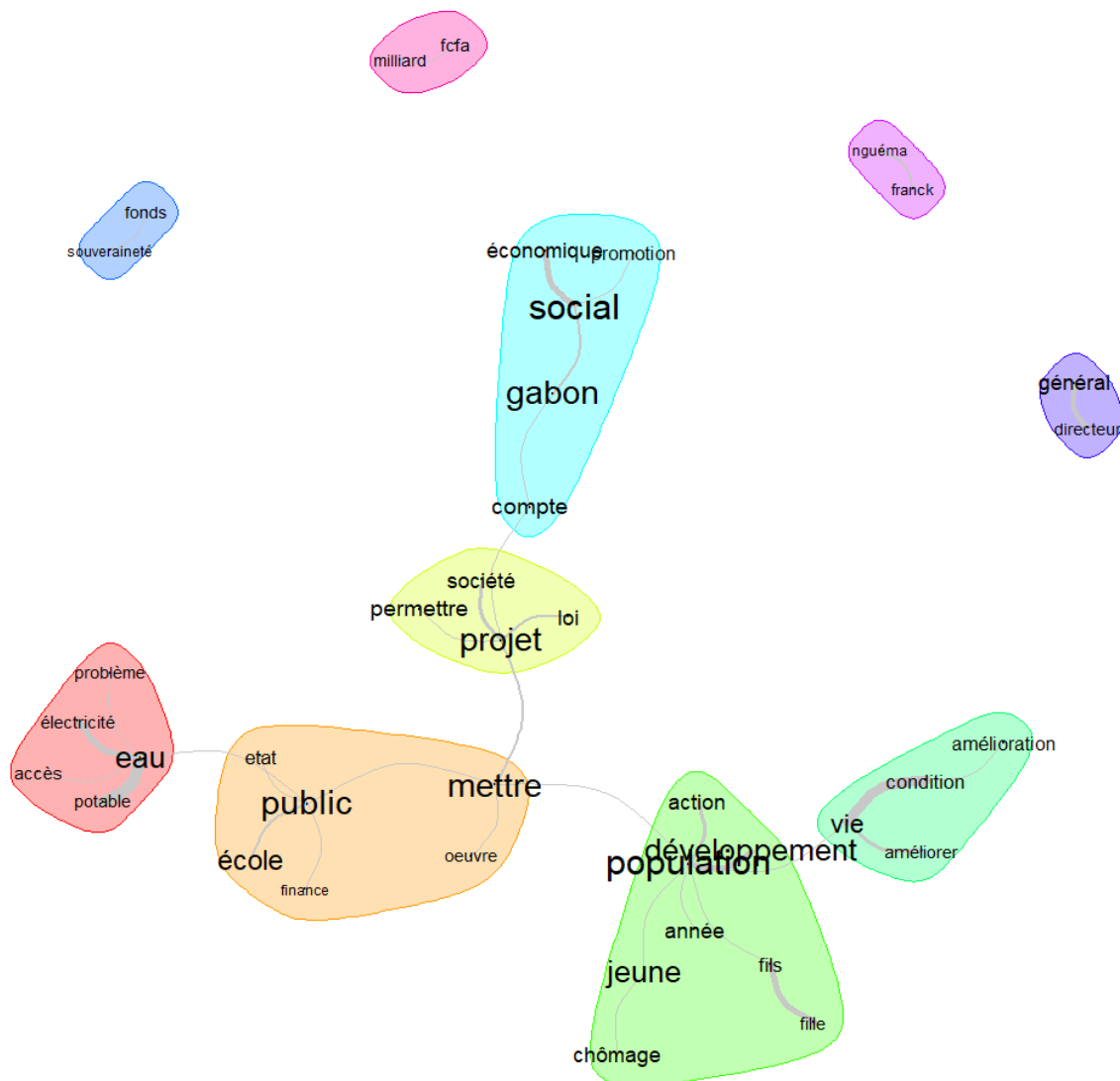
Des passages caractéristiques viennent illustrer ces préoccupations, à l'image du député qui s'insurge contre les promesses non tenues par le pouvoir : « *Comme ils l'affirment sans le savoir, ils ont tué notre espérance, a-t-il dénoncé. Pour lui, c'est avec cynisme et désinvolture, qu'ils nous proposent aujourd'hui d'accélérer (...) Ils ont conduit notre pays au bord du gouffre et ils nous proposent d'appuyer sur l'accélérateur* » (gabonmediatime, 29/09/2018). A cela, s'ajoute justement le problème de mal gouvernance qui impacte le vivre ensemble des Gabonais, pourtant ayant presque réussi le pari de l'unité nationale contre le repli identitaire. Malheureusement, les échecs du politique tendent toujours à ramener les divisions au sein de la société comme le mentionne ce segment de texte caractéristique : « *Depuis la présidentielle de 2016, notre pays est fracturé en deux* » (gabonreview, 05/10/2018).

Classe 8 : Les promesses ou projets de campagne politique

Le profil lexical de cette classe est le suivant : *eau, entreprise, école, projet, emploi, chômage, santé, potable, enfant, amélioration, public, économie, électricité, améliorer, vie, route, zone, structure, promotion, secteur.*

Les mots qui sont successivement employés dans cette classe montrent clairement que l'on est face à des discours de campagne politique. Il est question ici de relever les maux ou les difficultés que traversent les populations et de faire la promesse d'y apporter des solutions. Pour justifier davantage cette lecture, le graphe de classe se présente encore comme un meilleur moyen d'observation.

Le Graphe de la classe 8 : Les promesses ou projets de campagne politique



Ce graphe de classe nous informe sur les différentes promesses qui ont été formulées par les politiciens pendant cette période électorale. Bien qu'il ne revienne pas aux députés de construire les infrastructures pour améliorer matériellement les conditions de vie de leurs concitoyens, leur mission est de voter les lois et de surveiller l'action du gouvernement. Au Gabon, l'idée que le citoyen lambda se fait du député va bien au-delà du simple représentant du peuple à l'Assemblée nationale. Depuis plusieurs années, l'image du député s'est construite à partir des engagements de ce dernier à œuvrer pour les indigents, et de sa capacité à apporter des solutions aux besoins de la communauté qui lui apporte ses votes.

Dès lors, les problèmes liés à l'accès à l'eau potable, à l'électricité, la rénovation ou construction d'une école sont à la fois autant de doléances des populations que des promesses des personnalités politiques, dont les députés. Parfois, certains vont jusqu'à promettre l'amélioration des conditions de vie en prétendant apporter des solutions contre le

chômage. Il faut dire que cette disposition est depuis longtemps essentiellement entretenue par les députés du pouvoir, cumulant moyens financiers et réseaux.

Classe 9 : Les duels politiques pour la députation

Le profil lexical de cette classe est le suivant: *tchango, nang, marc, gaston, nguema, mayila, nkolo, logan, louis, mandza, ogandaga, sindara, mondjo, dibanganga, fougamou, gentil, christian, port, marcellin, district*.

Cette classe met en scène les adversités politiques entre des candidats à la députation à l'intérieur du pays. Mais il se focalise beaucoup plus sur le jeune candidat indépendant aux législatives à Port-Gentil, (capitale économique du Gabon), Marc Logan Tchango Nang Nguéma. Sa particularité est de s'être désisté en cours de route, alors qu'il paraissait favori, pour laisser gagner un candidat du PDG.

Les autres candidats dont le vétéran politique et avocat Louis Gaston Mayila pour la commune de Fougamou ou Christian Nkolo Ogandaga pour Port-Gentil sont légèrement mis en agenda et cela semble donner moins d'intérêt à leurs activités politiques respectives.

Classe 10 : Les activités politiques des candidats du PDG

Cette classe est structurée par le lexique suivant: *candidat, arrondissement, commune, siège, pdg, campagne, 1^{er}, parti, département, liste, 2^{ème}, population, Manfoumbi, investir, démocratique, causerie, marier, fernand, port, gentil*.

Elle condense la présence de plusieurs acteurs politiques, du PDG en majorité, pour lesquels elle se contente de relater leurs actions ou activités de campagne. Vu le pourcentage calculé par la CHD sur le volume de cette classe (25,77% du corpus), cela laisse entendre que la médiatisation des candidats du PDG a été supérieure à celle des autres candidats, ainsi qu'à d'autres formes de médiatisation des enjeux électoraux. Dans cette classe, on montre beaucoup plus les aspects avantageux du PDG pendant cette période électorale, à l'image du segment de texte suivant : « *Jean Fidèle Otandault en pole position à Port-gentil* » (*gabonmediatime*, 28/09/2018) ; ou encore cet autre segment qui présente la victoire d'un candidat du pouvoir à l'élection : « *Nkoghe Bekale invite les vaincus au réalisme. Ayant vraisemblablement remporté la majorité des suffrages lors des législatives du 6 octobre dans le 1er arrondissement de la commune de Ntoum, le candidat du PDG invite implicitement ses adversaires battus à reconnaître sa supériorité et les appelle à la prudence* » (*gabonreview*, 09/10/2018).

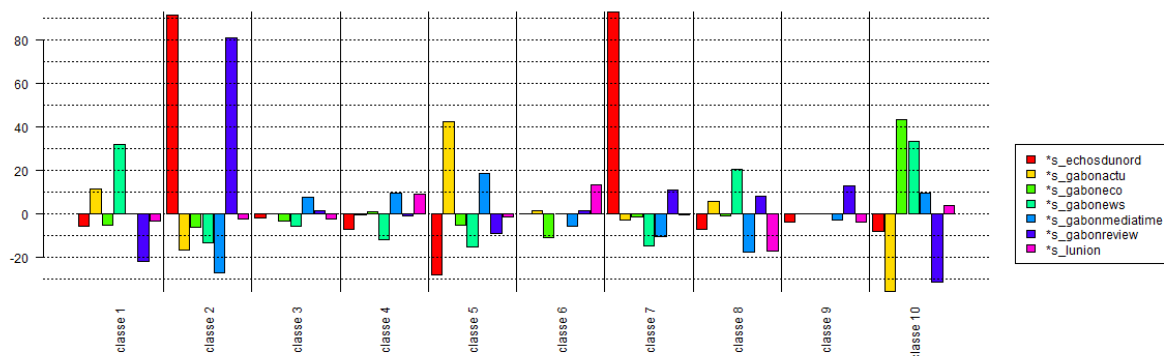
Après cette description détaillée du contenu de chacune des classes lexicales, il convient d'en proposer une synthèse en tentant de titrer ou d'étiqueter chacune d'elles en fonction de son lexique spécifique :

Tableau13 : Récapitulatif du contenu de chaque classe

Numéro des classes	Etiquette de chaque classe selon son lexique
Classe 1	La situation économique et l'état budgétaire du Gabon.
Classe 2	Les dysfonctionnements du cadre juridique.
Classe 3	Les rivalités politiques entre les barons d'une même région.
Classe 4	Les activités de campagne des candidats de la coalition de l'opposition.
Classe 5	Le déroulement et dénouement des élections.
Classe 6	L'information institutionnelle autour d'Ali Bongo
Classe 7	Les préoccupations sociopolitiques.
Classe 8	Les promesses ou projets de campagne politique.
Classe 9	Les duels politiques pour la députation
Classe 10	Les activités politiques des candidats du PDG

Par rapport à l'ensemble de ces étiquettes, établissons le lien entre les médias soumis à notre étude et les différentes classes à partir du graphique des modalités de la variable. Ce graphique a pour but essentiel de déterminer les médias qui suremployent ou au contraire sous-emploient les différentes classes lexicales.

Graphique 6 : Graphique des modalités de la variable média pour déterminer les rapports entre les classes et les médias



En première lecture, on observe qu'*Echos du nord* et *Gabonreview* se retrouvent dans les mêmes classes (2 et 7) et se distinguent assez fortement. Dans l'AFC des médias, on observait justement que ces deux médias étaient situés dans le même cadran et présentaient une assez forte spécificité, surtout *Echos du nord*. *Gabonews* se distingue plus dans deux classes (1 et 8) et se retrouve aussi dans la classe mettant l'accent sur les activités des candidats du PDG, au même titre que *Gaboneco*, *Gabonmediatime* et *L'Union* (classe 10). L'autre média qui se distingue visiblement du graphique est *Gabonactu*. Il se retrouve investi dans plusieurs classes (1, 5, 6 et 8), mais se distingue en surinvestissant du déroulement et du dénouement des élections (classe 5).

Résumons tous ces résultats dans un tableau pour en offrir une vision panoramique.

Tableau 14 : Les médias correspondants aux différentes classes.

Les classes	Etiquette de chaque classe selon son lexique	Les médias correspondants
Classe 1	La situation économique et l'état budgétaire du Gabon.	Gabonactu/ Gabonews
Classe 2	Les dysfonctionnements du cadre juridique.	Echos du nord/ Gabonreview
Classe 3	Les rivalités politiques entre les barons d'une même région.	Gabonmediatime / Gabonreview
Classe 4	Les activités de campagne des candidats de la coalition de l'opposition.	Gabonmediatime/ L'Union
Classe 5	Le déroulement et dénouement des élections.	Gabonactu/ Gabonmediatime
Classe 6	L'information institutionnelle autour d'Ali Bongo	L'Union/ Gabonreview/ Gabonactu
Classe 7	Les préoccupations sociopolitiques.	Echos du nord/ Gabonreview
Classe 8	Les promesses ou projets de campagne politique.	Gabonews/ Gabonreview/Gabonactu
Classe 9	Les duels politiques pour la députation	Gabonreview
Classe 10	Les activités politiques des candidats du PDG	Gaboneco/ Gabonews, Gabonmediatime/ L'Union

Les résultats de ce tableau qui font apparaître les classes dans lesquelles ont été identifiés les médias soumis à notre étude nous renseignent sur les différents types d'information mises en perspective. Ainsi, en s'inspirant de la typologie réalisée par Emmanuel Marty dans son étude sur la presse quotidienne régionale (PQR) française (Marty, 2015)⁴⁸¹, s'appuyant lui-même sur l'approche de Shanto Iyengar (1991) les classes identifiées dans ce tableau déterminent trois modèles de cadrage médiatique de l'information : le cadrage épisodique, le cadrage thématique et le cadrage de l'information institutionnelle.

V.2.3. Le cadrage épisodique de l'information : des informations focalisées sur l'activité politique des candidats

Ce que nous entendons par cadrage épisodique de l'information, ce sont les récits centrés sur la description d'un individu et de ses actions. Dans ce cas de figure, le journaliste s'attèle à construire une information en se focalisant sur l'univers du personnage présenté comme le principal sujet de ladite information. Dans le cas d'espèce, il s'agit des personnalités politiques dont les activités de campagne ont été décrites. Le cadrage épisodique concerne aussi la mise en scène médiatique des luttes et rivalités entre les acteurs politiques. C'est ce qu'Iyengar (*op.cit.*) a appelé le « cadrage course de chevaux » (*horse race framing*). Il s'agit de s'intéresser à la compétition électorale entre les protagonistes et d'insister sur des éléments de concurrence comme les sondages pour nourrir le suspense médiatique jusqu'à l'issue de l'élection. A partir du précédent tableau, il

⁴⁸¹. Emmanuel Marty, « Les élections municipales au miroir de la presse quotidienne régionale. Des cadres médiatiques aux thématiques politiques », *Loc.cit.*

est possible d'identifier les classes qui relèvent du cadrage épisodique. Il s'agit des classes 3, 4, 9 et 10. Ces classes ont en commun le fait d'aborder avant tout les activités des personnalités politiques. Ils décrivent d'une certaine manière les actions et réactions de campagne pendant la période électorale. Ce qui distingue ces différentes classes, ce sont avant tout les acteurs et les lieux des événements. Au niveau de la classe 3 par exemple, l'accent est mis sur l'opposition entre deux candidats dans un département de l'intérieur du pays, notamment dans le département de Tsamba Magotsi, situé dans la province de la Ngounié. La même chose se répète dans la classe 9 où la focale est orientée sur la confrontation de quelques acteurs politiques dans la ville de Port-Gentil, capitale provinciale de l'Ogooué Maritime. Quant aux autres classes, le cadrage épisodique s'y manifeste par la primauté donnée aux activités des grands partis politiques, dont le groupe de la coalition de l'opposition pour la classe 1 et le parti au pouvoir pour la classe 10. Les médias qui se sont investis dans ce cadrage épisodique de l'actualité politique ont toutefois adopté des approches différentes.

Gabonmediatime apparaît dans les classes 3, 4, 10, mais de manière assez réduite, c'est-à-dire qu'il n'y a pas de classe où le média se distingue fortement. Le média ne surexploite donc aucune force politique sur les trois classes, semblant rechercher un certain équilibre entre les combats politiques (classe 3), les activités de l'opposition (classe 4) et les activités du PDG (classe 10). A la lecture des segments caractéristiques du média, cette recherche d'équilibre dans la manière d'aborder les questions politiques transparaît. L'essentiel des passages caractéristiques indiquent une utilisation fréquente et presque exclusive des genres journalistiques que sont le compte rendu et le reportage, à l'image de ce passage : « *Lors de son intervention, Jean Fidèle Otandault a rappelé la chance que lui a offerte le Président de la République en le désignant candidat du PDG* » (gabonmediatime, 01/10/2018). A cela s'ajoute l'emploi fréquent du conditionnel gage de prudence dans les comptes-rendus : « *Mathias Otounga Ossibadjou n'aurait pas besoin de fraude pour se faire élire. Il a mis beaucoup de moyens pour devenir député* » (gabonmediatime, 02/10/2018). Cette façon de procéder semble montrer que d'une part, le média se contente de présenter les faits et d'autre part, qu'il ne laisse entrevoir aucune prise de position sur l'actualité traitée, privilégiant la distance dans l'écriture. Il y a là une volonté de préserver une certaine objectivité.

Dans ce même cadrage médiatique épisodique de l'actualité politique, Gabonreview apparaît dans les classes 3 et 9. Ces deux classes mettent en lumière les luttes politiques ou la compétition électorale entre les acteurs politiques. On peut voir dans cette position de Gabonreview la volonté d'encadrer médiatiquement la campagne électorale sur le principe de la dualité des forces politiques. Cela peut aussi résulter de l'intérêt du média pour la dimension sensationnelle de l'actualité, car comme l'indique F. Djimbi, le directeur de publication, « *les informations qui ont plus d'enjeux pendant les campagnes sont celles où il y a des barons politiques et où il y a une adversité intense entre des candidats* ». Gabonews, de son côté, apparaît uniquement dans la classe 10 et entre également dans cette logique. On constate que les segments de texte caractéristiques dans lesquels sont présentés les acteurs politiques sont pratiquement tous en lien avec des personnalités bien connues de la scène politique. Ainsi pendant que Gabonews affiche la campagne politique du ministre Louembé,

comme on peut le voir dans cet extrait de segment caractéristique : « *Connu pour son amour du partage, de solidarité et du vivre ensemble, Blaise Louembé appelle à la cohésion sociale* » (*gabonews*, 03/10/2018), *Gabonreview*, quant à lui, va s'occuper de suivre les candidatures des hiérarques que sont A. Chambrier, leader du grand parti de l'opposition RHM et les ministres-candidats du PDG A. Engandji et M. Berre, parmi d'autres.

Enfin, dans cette catégorie, apparaissent aussi *L'Union* et *Gaboneco*. Respectivement, le premier investit les classes 4 et 10, lorsque le second ne se retrouve que sur la classe 10. Rappelons que la classe 4 fait référence aux luttes politiques entre candidats et la classe 10 renvoie aux activités du parti au pouvoir. Ces deux médias ont donc en commun le fait de privilégier la couverture des évènements en lien avec le PDG. Dans certains passages caractéristiques, des prévisions sont annoncées en faveur des candidats du pouvoir, comme pour marquer la suprématie du parti : « *La formation politique au pouvoir est en effet celle qui est la plus en vue tant au niveau des dépenses de campagne qu'à celui de la mobilisation* » (*gaboneco*, 29/09/2018) ou encore cet autre segment qui présage déjà l'éventuelle victoire des candidats du pouvoir sans avoir attendu l'officialisation des résultats : « *En lice dans toutes les circonscriptions, la formation d'Ali Bongo Ondimba pourrait bien rafler le gros des sièges à l'Assemblée nationale et dans les conseils municipaux et départementaux* » (*lunion*, 08/10/2018).

Le cadrage médiatique épisodique met en évidence le traitement de l'actualité politique autour du suivi des candidats aux élections. Il a permis de faire plusieurs observations. D'abord, les médias natifs ont l'intérêt commun de suivre l'actualité des grands noms de la politique nationale ou des grands partis politiques, car ce sont ces derniers qui suscitent de l'intérêt auprès des lecteurs et internautes. Le cadrage des évènements politiques est aussi orienté par rapport au niveau d'adversité ou de compétition politique entre les candidats. Dans cet ensemble de cadrage épisodique, les médias se distinguent entre eux. Certains s'efforcent d'équilibrer la médiatisation des forces politiques en présence. Le média natif *Gabonmediatime* s'est le plus illustré dans cet effort d'équilibre. Par contre, le média natif *Gaboneco* et l'éditeur de presse en ligne *L'Union* ont couvert essentiellement la campagne des candidats du parti au pouvoir, en utilisant un lexique plutôt flatteur à l'égard de ces derniers. Tout ceci laisse transparaître une relative variété de la presse gabonaise en ligne. Chaque site d'information ayant sa propre histoire, des moyens différents et des ramifications propres avec le monde politique, ils n'occupent pas la même position vis-à-vis de l'échiquier politique gabonais. Mais qu'en est-il de la médiatisation des questions politiques de fond qui émergent à la faveur de cette période électorale ?

V.2.4. Un cadrage thématique politiquement situé

Le cadrage thématique renvoie à l'élargissement des sujets abordés dans le cadre de la médiatisation d'un phénomène ou un évènement. C'est aller au-delà de la focale sur des individus ou des sources d'information pour s'intéresser aux idées, à ce qui fait débat. Dans le cas d'une campagne électorale, les principaux thèmes sont souvent explicitement exposés par les acteurs politiques et repris dans les discours médiatiques qui en font des objets

politiques, comme l'explique E. Marty (*op.cit.*). Dans le tableau récapitulatif précédent, montrant le contenu de chaque classe et les médias associés, apparaissent des éléments discursifs de nature à enrichir le débat politique pendant ces législatives. L'intérêt serait donc de comprendre comment les sites d'information en ligne font état des grandes thématiques qui font l'actualité politique en ce temps d'élection.

Les classes dont les thèmes rentrent dans la logique des thématiques politiques mises en agenda sont la classe 1 (situation économique et l'état budgétaire du Gabon) ; la classe 2 (Les dysfonctionnements du cadre juridique) ; la classe 7 (Les préoccupations sociopolitiques) et la classe 8 (Les promesses ou projets de campagne politique). Ces principaux thèmes ont été abordés dans les médias selon des angles différents. Et ce sont ces particularités résultant des processus de construction de l'information qui déterminent les cadrages médiatiques mis en avant par les différents médias.

La classe 1 ancrée dans les questions économiques voit *Gabonactu* et *Gabonews* comme les médias natifs qui s'y sont le plus investis. *Gabonactu* aborde cette question par l'angle d'une action sociale menée par une candidate du PDG. A travers cette séquence de texte caractéristique : « *Près de 4 millions de FCFA de denrées pour renforcer les étals des commerçantes d'Owendo – La candidate du parti démocratique Gabonais (PDG) aux législatives pour le compte du 1er siège de la commune d'Owendo, Joëlle Hortense Nse Mvie a surpris les commerçantes de son ressort politique* » (*gabonactu*, 05/10/2018), il pointe la question de la corruption ou de l'achat des consciences en temps d'élection des acteurs politiques auprès des populations vulnérables financièrement. Quant à *Gabonews*, il se caractérise par le cadre économique des politiques publiques, manifestement, en y publiant la simple présentation des dépenses budgétaires et projets de l'Etat sans pour autant entrer dans des analyses.

Echos du nord et *Gabonreview* occupent tous les deux les classes 2 (le cadre juridique) et 7 (les préoccupations sociopolitiques). Les deux médias abordent pratiquement les mêmes thèmes, mais avec des angles différents. Lorsque *Gabonreview* évoque les situations relatives aux manquements dans le cadre juridique et les problèmes sociopolitiques qui font débat, il procède à une forme d'analyse descriptive pour présenter les faits sans pour autant procéder à une éditorialisation qui engage l'avis ou le positionnement du média sur ces questions. On peut le voir sur ce segment de texte caractéristique : « *le législateur et la Cour constitutionnelle du Gabon sont soumis au respect du principe d'égalité devant la loi, consacré par l'article 2 de la constitution gabonaise. Celui-ci interdit toute discrimination par la République entre ses citoyens* » (*gabonreview*, 10/10/2018). Quant à *Echos du nord*, l'éditeur de presse en ligne fait beaucoup dans le commentaire ou l'éditorial. Le média ne manque pas d'afficher clairement son hostilité ou ses critiques face au pouvoir et aux institutions qu'il juge acquises à la cause du régime. L'hebdomadaire met en lumière plusieurs thématiques d'ordre sociopolitique telles que le phénomène d'abstention, la mal gouvernance, l'enrichissement illicite des autorités et la question du repli identitaire qu'exploitent les acteurs politiques. Un des passages caractéristiques du média illustre bien ces maux dénoncés par le média : « *Que signifie le libre choix des gouvernants si les gouvernés ne s'intéressent plus à la chose politique, au*

gouvernement de leur pays, s'ils ne se sentent pas appartenir à la société politique, mais régressent aux solidarités ethniques, confessionnelles, professionnelles, et même villageoises, voire familiales ? » (echosdunord, 25/09/2018).

Gabonews, Gabonreview et Gabonactu surinvestissent la classe 8 qui porte sur les promesses ou projets électoraux. Comme on l'expliquait déjà plus haut, il ne revient pas aux députés de faire des promesses d'ordre général sur la résolution de problèmes sociaux. Leurs objectifs doivent être de convaincre les populations sur les projets de loi à défendre pour servir leurs causes et pousser le gouvernement à agir pour apporter des solutions à leurs préoccupations sociales. C'est la raison pour laquelle les populations en général, et les populations rurales en particulier, s'éloignent davantage des politiciens, déçus par des annonces dépourvues de suites. On parle alors de promesses ou de projets véhiculés par les acteurs politiques pendant la campagne qui sont repris dans les discours médiatiques. Sur ce point, Gabonews reprend les projets d'un candidat indépendant, Franck Nguéma, qui a la cohérence de parler de projet de loi en ces termes : « Il estime que depuis trop longtemps, les dirigeants du pays n'ont pas pris à cœur le mal-être des citoyens » et il compte « accélérer l'accès des populations aux services sociaux de base pour éradiquer l'extrême pauvreté, défendre et moderniser le modèle social en développant une justice sociale, promouvoir l'école de la réussite comme ascenseur social, favoriser la création de richesses et d'emplois par une économie sociale de marché ». Il rajoute : « Une fois installé à l'Assemblée nationale, il compte lutter pour la promotion des lois favorisant des mouvements rapides de classes sociales » (gabonews, 26/09/2018). Gabonreview fait le même exercice en parlant des intentions d'un candidat indépendant à travers ce segment de texte : « Il a promis la création de petites entreprises et la construction de pompes publiques pour apporter de l'eau potable dans ces quartiers » (gabonreview, 30/09/2018). A travers les dénonciations de certains partis politiques sur la gestion du pays par le parti au pouvoir, Gabonreview met en lumière le bilan négatif du gouvernement face aux préoccupations de la jeunesse, notamment : « l'école, la santé, l'adduction d'eau, l'insécurité, le chômage massif des jeunes » (gabonreview, 02/10/2018).

Plusieurs thématiques émanent ainsi des discours politiques, avant d'être reprises par les sites d'information en ligne. A lire les nombreux articles mettant en lumière les différents projets, on se rend compte que ce sont pratiquement les mêmes thématiques qui sont abordées. Citons quelques exemples de projets politiques qui reviennent dans l'ensemble des médias : l'alimentation en adduction d'eau potable et de l'électricité, la réduction du chômage chez les jeunes, donc de meilleures politiques pour l'emploi, la formation et l'école, la couverture des structures sanitaires, l'assurance maladie, les problèmes d'insécurité et des titres fonciers, la dette intérieure de l'Etat, etc. Tout un ensemble de promesses et projets dignes d'une élection présidentielle. D'ailleurs, dans un article de Gabonreview, un acteur politique et candidat de l'opposition, Nkolo Ongandaga, ne manque pas de souligner le caractère irrationnel de ces projets par rapport aux missions d'un député : « Son discours : rappeler le vrai rôle du député qui est de voter la loi, de consentir l'impôt et de contrôler l'action du gouvernement. Un discours que l'homme dit vouloir opposer aux promesses de ses concurrents qui, soutient-il, énoncent des projets pour

les populations qui sont loin de leurs prérogatives : lutter contre la pauvreté, construire des dispensaires, des écoles, des routes » (gabonreview, 04/10/2018).

Le cadrage thématique explore ainsi les discours médiatiques qui traduisent les idées, les promesses et éventuellement “des projets” que des acteurs politiques, notamment les candidats aux élections, mettent sur la place publique. Il expose aussi les préoccupations des populations face aux maux dont ils sont victimes au quotidien et profitent de la période électorale pour exprimer leurs frustrations et espoirs. Plusieurs thématiques en sortent, partant des problèmes d’ordre économique, aux dysfonctionnements de la justice, jusqu’aux fameux projets relevant du social tels que la réduction du chômage, l’adduction de l’eau potable, l’éducation et la formation, etc. Ce sont là tous les discours qui animent la campagne électorale des législatives, parfois de manière déconnectée des propositions de lois qui sont censées déterminer l’engagement des députés vis-à-vis de leurs populations. Dans cette mouvance politique, un troisième modèle de cadrage médiatique survient. Il s’agit de l’information institutionnelle.

V.2.5. L’information institutionnelle : un simple compte rendu de l’actualité politique officielle

L’information institutionnelle s’entend comme une information ordinaire qui consiste à rendre compte d’une actualité sans une touche éditoriale impliquant le média qui la diffuse ou la publie. Le plus souvent, ce type d’information est traitée sous le genre du compte rendu pour des réunions ou des assemblées officielles ou encore, simplement des annonces utiles sur le plan administratif sous forme de communiqué par exemple. On parle ainsi de « l’information service » (F. Bousquet, 2014⁴⁸²). Dans le cas présent, au regard des classes de notre tableau, ce cadrage correspond aux classes 5 (déroulement et dénouement des élections) et 6 (l’activité diplomatique autour d’Ali Bongo). Dans la classe 5, sont présentés les différents résultats de l’élection législative et les conséquences qui en découlent selon la position de chacun des candidats. Et dans la classe 6, c’est plutôt l’agenda diplomatique du président de la République qui est mis en avant. Les médias qui portent ces deux classes sont *Gabonactu*, *Gabonmediatime*, *L’Union*, et *Gabonreview*. Après que tous aient annoncé les résultats des élections dans les diverses circonscriptions, le dénouement des élections est décrit de différentes manières dans les médias. *Gabonmediatime* fait part du taux de participation exceptionnel des femmes à cette élection et mentionne aussi le problème de la fraude dénoncée par les opposants ; *Gabonreview*, lui, évoque le taux d’abstention élevé des électeurs ; *L’union* quant à lui parle de l’échec cuisant des partis de l’opposition ; *Gabonactu* présente le succès des candidats du PDG tout en évoquant les récriminations de l’opposition sur les irrégularités de l’organisation de ces scrutins.

Pour ce qui est de la classe 6, les médias qui l’investissent (*Gabonactu* et *Gabonreview*) et celui qui la surinvestit, *L’Union*, partagent la même information. Elle est simplement relative aux activités diplomatiques du président Ali Bongo et quelques

⁴⁸². Bousquet Franck, *Pour une approche globale de l’information infranationale. Éléments d’analyse du papier au numérique*, mémoire d’HDR, Université Toulouse III, 2014.

séquences sur les activités officielles avec des membres du gouvernement. Ses déplacements et participations dans les grands sommets de l'Organisation Internationale de la Francophonie (OIF) et de la Communauté Economique des Etats de l'Afrique centrale (CEEAC) structurent cette classe, tout comme les rencontres du président avec les autres chefs de l'Etat tels que le président français Emmanuel Macron et celui de la Guinée Conakry, Alpha Condé. La forme journalistique la plus appropriée pour ces informations institutionnelles est le communiqué. Même sur la question de la maladie d'Ali Bongo et de son AVC à Riyad, annoncée par *Gabonactu*, il est fait mention d'un point presse organisé par le porte-parole de la présidence lors duquel le sujet n'a pas été abordé. D'où le segment de texte suivant : « *Ike Ngouoni n'a rien dit sur la rumeur qui circule à très grande vitesse dans les réseaux sociaux annonçant que le président de la République Ali Bongo Ondimba aurait été victime d'un malaise* » (*gabonactu*, 26/10/2018).

Les processus de cadrage mis en exergue dans les productions informationnelles issues de l'ensemble des médias soumis à notre étude sont révélateurs d'un certain nombre de caractéristiques. Le cadrage épisodique a permis de relever qu'au-delà des similitudes de thèmes qui s'opèrent entre les sites d'information en ligne, les distinctions se manifestent à partir du moment où chaque média entretient un rapport différent avec le monde sociopolitique. Ainsi, les médias natifs indépendants dont les promoteurs sont des journalistes auront tendance à chercher à maintenir une forme d'équilibre dans la médiatisation des acteurs politiques. Tandis que d'autres médias dont les liens avec des influences politiques sont manifestes montreront des limites en procédant à une couverture biaisée. Ces biais s'observent aussi bien du point de vue de la représentativité médiatique des activités politiques des candidats du pouvoir ou de la majorité présidentielle, que dans les angles éditoriaux choisis pour les traiter. Le cadrage thématique a enrichi l'analyse en faisant ressortir les discours politiques saillants qui abondent pendant cette période électorale et qui nourrissent l'actualité médiatique. Sur ce plan, certains médias natifs comme *Gabonreview*, *Gabonmediatime*, *Gabonews* et *Gabonactu* ont relayé les maux au niveau de l'économie, de la justice et de la vie sociale tout en s'efforçant de garder une certaine distance avec les faits rapportés. En revanche, les éditeurs de presse en ligne tels qu'*Echos du nord* et *L'Union*, et dans une certaine mesure le média natif *Gaboneco*, ont démontré des positionnements éditoriaux critiques sur des thématiques clairement assumés (*Echos du nord*) et pour d'autres, une forme de parti pris subtilement dévoilée (*L'Union*, *Gaboneco*).

Au regard de tout ce qui précède, quels sont les enseignements que l'on peut tirer pour répondre aux indicateurs du pluralisme que sont la représentativité médiatique équitable des sensibilités politiques et l'originalité éditoriale de l'actualité politique ? Cette interrogation nous conduit à mener des interprétations plus approfondies sur les caractéristiques des productions médiatiques de ces sites d'information pour préciser les logiques éditoriales qui les structurent. Pour cela, la méthode d'analyse de contenu socio-discursive sera mobilisée dans le chapitre suivant.

Chapitre VI : Interprétation des résultats issus de l'analyse de contenu, une approche socio-discursive

Le chapitre précédent a permis de déterminer les caractéristiques des productions médiatiques des sites natifs et des sites éditeurs de presse en ligne sur lesquels nous construisons notre analyse. Il a aussi été l'occasion de voir les rapprochements et les distinctions entre ces différents médias à partir de l'usage de lexiques qu'ils s'approprient, ainsi que des processus de cadrage mis en œuvre pour produire de l'information sur l'actualité politique. Les résultats issus de cette première analyse ont conduit à l'identification de traitements différents des sources (ou acteurs) d'informations et de thématiques politiques. Le chapitre présent a pour but de poursuivre l'analyse en revenant sur les résultats obtenus pour en saisir les logiques structurantes à partir des conditions socioprofessionnelles de production. Concrètement, cela consiste à effectuer des interprétations sur ces résultats par une analyse socio-discursive qui tient compte des discours médiatiques, associés aux éléments d'appréciation des données issues des entretiens et du contexte plus large des réalités du système médiatique gabonais.

Ici, comme Roselyne Ringoot, nous partons du principe que le discours médiatique ou ce qu'elle nomme « le discours journalistique » est empreint de l'identité éditoriale du média qui l'a produit, (R. Ringoot, 2014)⁴⁸³. Ainsi, pour analyser et comprendre le contenu d'un produit médiatique, journalistique ou informationnel, il est toujours essentiel de tenir compte des conditions socioprofessionnelles et sociotechniques qui participent à sa réalisation. L'analyse socio-discursive des contenus médiatiques a pour logique méthodologique de considérer à la fois les éléments propres à la construction d'une information journalistique et les éléments extérieurs, sociopolitiques et socioéconomiques, pour interpréter le discours médiatique. Ringoot (*op.cit.*) affirme à cet effet qu'un texte ou discours de presse n'est point « errant », car même si « ces textes peuvent circuler sans cotextes, (...) ils sont en revanche identifiés, estampillés par la marque »⁴⁸⁴. Et même dans le cadre des discours politiques rapportés dans les médias, ils suivent un processus de retraitement obéissant aux règles du discours journalistique⁴⁸⁵. D'où l'intérêt de toujours prendre en compte le texte médiatique et le contexte social de sa réalisation. C'est la logique qui guide notre démarche dans cette nouvelle partie analytique.

Trois grands axes vont guider notre démarche interprétative dans ce chapitre. Premièrement, il sera question de trouver des pistes explicatives des distinctions observées entre médias dans leur traitement des mêmes thèmes ou sujets. Deuxièmement, tenter d'expliquer le positionnement éditorial des médias sur les thématiques les plus saillantes pendant la période électorale. Troisièmement, déterminer l'originalité des médias natifs en comparaison avec la médiatisation de l'actualité politique des éditeurs de presse en ligne.

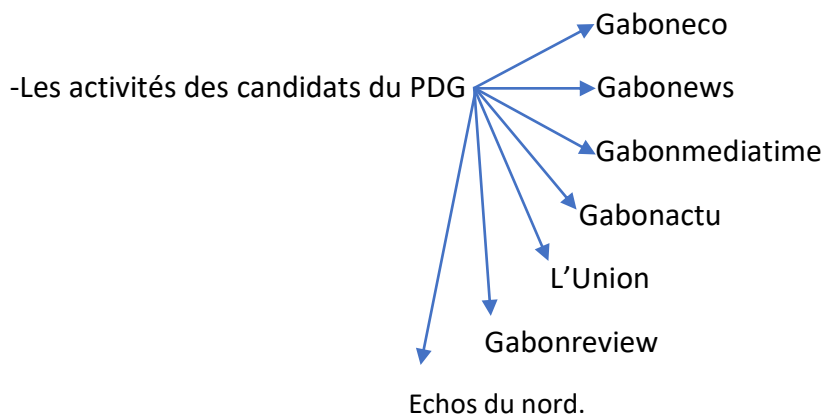
⁴⁸³. Roselyne Ringoot, *Analyser le discours de presse*, *Op.cit.*, p. 4.

⁴⁸⁴. *Ibidem*, p. 5.

⁴⁸⁵. *Ibidem*, p.21.

VI.1. La représentation médiatique des forces politiques en présence : entre déséquilibre et efforts d'équilibre

Etant donné le contexte d'étude qui se rapporte à la période des législatives de 2018, l'actualité dans les médias est naturellement marquée par la campagne électorale, plus précisément les activités des différents candidats issus des partis du pouvoir (PDG et majorité) et des partis de l'opposition, ainsi que des indépendants. Le cadrage épisodique identifié grâce à la CHD se décline en trois modalités : la médiatisation des activités des candidats du PDG, celle des activités des acteurs de l'opposition et la médiatisation de l'activité officielle du pouvoir en place, faisant office d'information institutionnelle (principalement autour du président Ali Bongo). Chaque site d'information a eu à traiter un de ces trois thèmes selon un processus de cadrage qui dépend des conditions de production de son information. Certains facteurs peuvent en effet influencer le produit informationnel, tels l'identité éditoriale et les rapports de proximité ou pas avec les sources. Après avoir montré comment les différents médias s'emploient à présenter les activités des acteurs politiques, il s'agira d'en proposer des éléments d'interprétation à la lumière des réalités socioprofessionnelles propres à chaque site d'information.



En nous référant à la CHD, la classe 10 traitant des activités des candidats du PDG apparaît comme la plus importante en termes de volume (soit 25,6%) dans l'ensemble des publications analysées. C'est dire que l'agenda médiatique des médias en ligne composant notre corpus a mis l'accent sur la campagne menée par les acteurs issus du parti au pouvoir. Ce constat se confirme au regard des segments de texte caractéristiques de chaque média où on peut voir que les activités de campagne des candidats du PDG et ceux issus de la majorité présidentielle sont très présents. Même un média comme *Echos du nord*, très critique à l'endroit du régime PDG, possède un contenu très nourri par l'actualité autour des faits liés au pouvoir et plus précisément au président Ali Bongo et aux institutions (gouvernement et appareil judiciaire) qui l'accompagnent dans son magistère. C'est dire sans conteste que la médiatisation et la représentativité des acteurs du parti au pouvoir, ainsi que celle des partis liés à la majorité présidentielle semblent avoir bénéficié d'une campagne médiatique beaucoup plus importante que le reste des partis politiques. Mais le caractère volumineux de l'intérêt médiatique porté sur les activités du PDG ne doit pas faire oublier qu'il existe des différences de traitement médiatique selon les sites d'information en ligne.

On a en effet pu déceler deux types de traitement médiatique sur la présentation des activités des candidats du PDG : les médias présentant un déséquilibre manifeste dans la médiatisation des activités politiques et les médias privilégiant un effort d'équilibre éditorial dans les différences politiques.

VI.1.1. Les médias favorisant la médiatisation des partis du pouvoir

Lorsque l'on parle des partis du pouvoir, il s'agit en premier lieu du PDG. Ce sont ses candidats qui sont les plus mis en avant. Mais il est logique d'associer au PDG des partis politiques issus de la majorité présidentielle, car ils partagent le plus souvent les mêmes logiques politiques et participent ensemble au maintien du régime en place. Les médias qui favorisent la couverture de l'actualité autour du PDG se distinguent de deux manières : une fréquence plus régulière des activités issues des candidats du PDG et un discours apprécitif, donc moins enclin à la critique sur les faits qui les concernent. La vérification scrupuleuse des passages caractéristiques de chaque média, tout d'abord a permis de mieux comprendre la manière dont ils ont traité les événements les plus saillants durant la période de campagne, ainsi que les acteurs politiques les plus mentionnés par chacun d'eux. Ensuite, en considérant les spécificités lexicales de chaque média, nous en avons précisé les logiques éditoriales, ce qui nous a permis de détecter la posture explicite ou voilée des médias par rapport aux thématiques politiques abordées. C'est ainsi que nous avons pu identifier les médias favorisant la médiatisation des activités des partis du pouvoir politique parmi lesquels apparaissent *L'Union*, *Gaboneco* et d'une certaine manière (pour des raisons différentes) *Gabonactu*.

VI.1.1.1. *Gaboneco*, du contenu implicitement favorable au positionnement des acteurs politiques liés au PDG

En se référant au graphique des modalités de la variable, *Gaboneco* est le site d'information qui a le plus surinvesti la classe 10, correspondant à la médiatisation des activités des candidats du PDG. Et comme on a pu le mentionner en analysant les passages caractéristiques du média, il présente une appréciation positive sur les candidats du PDG, qui contraste avec la description dépréciative des faits et gestes des candidats de l'opposition. Il y a là une forme nette de déséquilibre de l'information favorable à la médiatisation des activités de campagne des candidats du PDG. En interrogeant la situation administrative de *Gaboneco*, ce constat sur le rendu déséquilibré des informations politiques dans cette période électorale peut s'expliquer. Le site a en effet été racheté par des promoteurs proches de la présidence, confié à Edgard Yonkeu (proche de la famille présidentielle), et a pour siège social un local basé au sein même de l'immeuble du PDG dans le troisième arrondissement de Libreville. Il devient donc évident que *Gabonactu* ne pouvait se prévaloir d'être un média indépendant du parti au pouvoir.

L'avantage qu'on observe dans la fréquence de la médiatisation des activités des candidats du pouvoir et la mise en valeur des angles défavorables lorsqu'il s'agit des activités

concernant l'actualité des partis de l'opposition démontrent l'effectivité d'un parti pris. Certes, en utilisant le reportage et le compte rendu comme principaux genres journalistiques, le média se garde d'afficher explicitement son positionnement éditorial par rapport à une tendance politique particulière. Mais l'analyse profonde sur son contenu, notamment au niveau du privilège accordé aux activités du PDG par rapport à celles de l'opposition démontre implicitement la subjectivité du média, sa tendance à ne pas aller à l'encontre des intérêts du parti au pouvoir qui, manifestement, est son principal propriétaire.

Le paradoxe de *Gaboneco* est que bien qu'étant dans les bonnes grâces du pouvoir, le média a quand-même été confronté à d'énormes difficultés financières au point de fermer. Cette situation rejoint les affirmations du journaliste Yves Laurant Goma qui, lors de notre entretien, relevait ce qui suit :

« Pour qu'un média en ligne puisse perdurer dans le contexte gabonais, il faut nécessairement trouver une ligne éditoriale où tous les Gabonais se retrouvent. C'est-à-dire qu'il ne faut pas coller au média une identité éditoriale politiquement partisane même si ce sont des politiques qui sont en filigrane les promoteurs dudit média. Car, le jour où ces acteurs politiques tombent, le média va tomber avec eux »⁴⁸⁶.

Cette assertion peut expliquer la déchéance de *Gaboneco* qui, pourtant, avait été un des sites gabonais les plus en vues depuis 2008 jusqu'à son rachat par des proches de la présidence en 2011 (cf. chapitre IV). Au départ très objectif, car fondé et créé par des professionnels de l'information, *Gaboneco* est devenu un site natif proche du pouvoir et son succès a fini par dégringoler. Ne pouvant plus véritablement se vendre auprès des annonceurs du fait de son audience de plus en plus basse, le site natif va davantage dépendre des financements venant de ses promoteurs politiques. Or, le pouvoir n'investissant pas suffisamment sur le média, *Gaboneco* se retrouve en situation de déficit financier. Ce qui va entraîner la suspension de ses activités dès 2020 et sa fermeture des mois plus tard. Les dires du correspondant de *Rfi* au Gabon, Y.L. Goma, démontrent ainsi qu'un site natif gabonais qui dépend uniquement d'un camp politique que ce soit sur le plan éditorial ou sur le plan financier, court le risque de son inévitable effondrement.

VI.1.1.2. *Gabonactu* : le paradoxe entre l'indépendance éditoriale et le déséquilibre de l'information des forces politiques

Chez *Gabonactu*, la fréquence des faits médiatisant les activités des candidats de l'opposition se trouve insignifiante par rapport à celle des adversaires politiques (PDG et majorité présidentielle). Ce qui entre en contradiction avec les dires de son directeur de

⁴⁸⁶. Ces propos du journaliste Y.L. Goma ont été prononcés pour justifier les raisons de son départ de *Gabonews* avant de créer son propre média, *Gabonactu*. Ici, il relate le conflit l'ayant opposé à la principale responsable de *Gabonews*, Laure Olga Gondjout qui, à l'époque ministre de la Communication, exigeait que le média soit plus tendre envers le régime et prompt à critiquer les activités de l'opposition. Logique à laquelle le journaliste Goma, directeur de rédaction de *Gabonews* à cette période refusait d'obéir en tentant, à chaque fois, d'expliquer à sa patronne le fonctionnement d'un média qui se veut pérenne.

publication, Goma, et ses deux journalistes, affirmant avoir fait preuve d'équilibre dans le traitement médiatique des partis politiques et des indépendants.

Ce résultat est surprenant lorsqu'on sait que c'est un site d'information dont le fondateur est un journaliste de renom sur le plan national et international, actuellement correspondant de la Radio Française Internationale (RFI) au Gabon. Aussi, bien que très réduite en nombre, son équipe est composée de deux autres journalistes ayant une carrière conséquente dans le métier, au sein de médias gabonais. D'ailleurs, les professionnels de *Gabonactu* sont ceux possédant en moyenne la tranche d'âge la plus élevée parmi nos enquêtés (soit 41 ans en moyenne). C'est dire l'expérience professionnelle censée se matérialiser par rapport aux autres journalistes issus des sites natifs. Ceci, d'autant plus que lors des entretiens avec les trois principaux journalistes du site d'information, ils se sont revendiqués être un média totalement indépendant et faisant preuve de neutralité dans le traitement de l'actualité politique, notamment lors des échéances électorales des législatives 2018.

Un constat encore plus invraisemblable lorsqu'on tient compte du contexte dans lequel ces législatives ont été organisées. Contexte d'organisation dont nous a fait part le Conseiller juridique de la HAC :

« Nous avons choisi un nombre limité de médias échantillons dont nous avons estimé favorable la qualité de leur travail sur le plan professionnel. Ces médias dont faisait partie la presse en ligne, nous les avons suivis dans le cadre de la régulation de la couverture des manifestations politiques pendant la période électorale. Comme l'exige le Code de la communication, nous avons veillé à ce que ces médias respectent le principe de l'équilibre de l'information entre les partis politiques. Il fallait donc que chaque média offre autant d'espace de parole aux différents adversaires politiques »⁴⁸⁷.

Gabonactu faisant partie des médias qui ont été choisis par la HAC dans le cadre de cette régulation des médias en période électorale, il leur revenait donc l'obligation de respecter cette norme. Dans cet élan, le directeur de publication va confirmer la volonté de s'être astreint, lui et son équipe, à cette exigence en procédant comme suit : « *Dans une circonscription par exemple où il y avait la confrontation de deux candidats, on s'efforçait de donner la parole à l'un et à l'autre* »⁴⁸⁸. Lorsqu'on se fie à ces paroles, les résultats obtenus via *Iramuteq* dans l'analyse du contenu de *Gabonactu* contredisent ces déclarations. Certes, on retrouve un certain nombre d'articles qui relatent les faits d'actualité de certains acteurs de l'opposition, mais l'exigence de l'équilibre n'a pas vraiment été respectée. Dès lors, qu'est-ce qui pourrait expliquer ce résultat ?

Sur le profil des acteurs qui travaillent dans ce média, aucun ne semble avoir un lien direct avec une personnalité ou un parti politique (cf. chapitre IV : profil des responsables des sites natifs) Yves Laurent Goma a travaillé pendant plusieurs années pour des hommes politiques sur différents projets, mais uniquement sur un plan professionnel, notamment dans le journalisme. Des expériences qui se sont soldées à chaque fois par des séparations

⁴⁸⁷. Entretien avec Sylvestre Ondo Abiaghe, *Loc.cit.*

⁴⁸⁸. Entretien avec Y.L. Goma, *Loc.cit.*

en tension. En créant donc Gabonactu, le fondateur n'a pas d'acointance directe avec des influences politiques quelconques. Comme tout journaliste, tel qu'il affirme lui-même, il possède simplement un carnet d'adresse de personnalités importantes dans le pays. Et il le justifie ainsi :

« Je suis dans le monde de la communication depuis 1993. Et depuis 2001 je suis en première ligne de l'information au Gabon. Ce qui veut dire que depuis tout ce temps, j'ai noué pas mal de contacts. Presque dans tous les secteurs que ce soit dans l'administration publique, dans la politique ou dans les activités libérales comme chez les avocats, j'ai au-moins une source, des personnes que je peux contacter via mon téléphone pour obtenir des informations »⁴⁸⁹.

Un carnet d'adresse fourni qui lui permet d'avoir accès à certaines sources et milieux dans le cadre de la recherche d'information. Le problème de la propension à avoir fortement médiatisé les activités des candidats du PDG et celles des candidats issus de la majorité ne se pose donc pas au niveau du rapport du média aux influences extérieures. L'explication pourrait alors se trouver sur d'autres facteurs, à savoir : les sources de financement, la disponibilité du nombre limité du personnel et la distance des évènements.

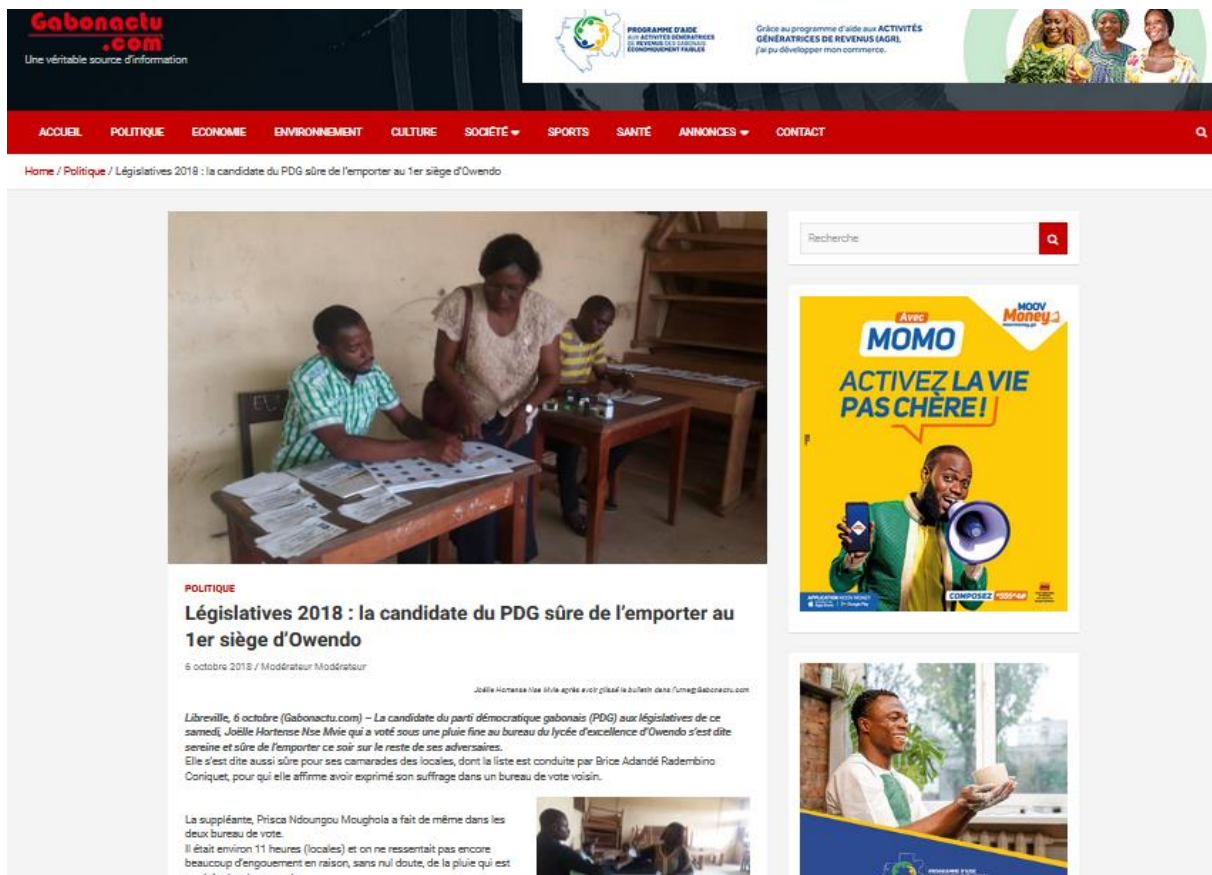
En effet, à la question de savoir quelles étaient les différentes stratégies de financement de Gabonactu, son principal promoteur a indiqué que le média trouve l'essentiel de ses revenus de la publicité. A cela s'ajoutent les publiereportages et la subvention annuelle de l'Etat qui reste très dérisoire. Reconnaisant que la situation financière du média reste encore très fragile du fait des revenus publicitaires permettant à peine de supporter les charges mensuelles sans garantir la stabilité des salaires, les publiereportages deviennent une source de revenu non négligeable pour pouvoir se maintenir. Or, habituellement c'est en période électorale que les médias sont davantage sollicités par les hommes politiques pour des publiereportages. Même si les trois journalistes du site natif n'ont pas clairement avoué s'être beaucoup adonnés au publiereportage pour couvrir les évènements politiques de l'heure, nous supposons toutefois qu'au regard de la forte concentration des activités liées au PDG et aux partis de la majorité au détriment de la faible fréquence des activités de l'opposition, les investissements financiers dégagés par les partis du pouvoir ont pu influencer sur la marge de manœuvre des professionnels de Gabonactu. D'une certaine façon, Y.L. Goma dans une partie de l'entretien a subtilement reconnu cet état de chose lorsqu'il affirme ceci :

« Notre rédaction est limitée en termes de ressources, or les législatives sont des élections nationales, nous ne pouvons convenablement pas couvrir les évènements pour ceux des candidats à l'intérieur du pays. Toutefois, certains des candidats qui avaient des équipes de communication pouvaient nous envoyer des images, vidéos et textes via Whatsapp que l'on pouvait exploiter en tentant toujours de tenir compte du principe d'équilibre (...) il faut ajouter que les candidats du PDG, du fait de leurs moyens, connaissent mieux l'importance de la presse et communiquent plus. Contrairement aux candidats indépendants qui, par faute de budgets conséquents, communiquent moins. La communication c'est l'argent ! », a-t-il conclu.

⁴⁸⁹. Idem.

En outre, si on se réfère au nombre réduit des journalistes qui ne sont que trois permanents et un stagiaire, il va de soi que la capacité à pouvoir suivre, à la fois, ceux qui paient les services du média et ceux des candidats qui ne paient pas, est toute relative. Les uns et les autres n'auront donc pas le même volume d'exposition médiatique. Sans omettre le fait qu'ayant favorisé la couverture des événements dans la capitale et ses environs au détriment des activités politiques à l'intérieur du pays, le média a contribué à favoriser les candidats du pouvoir et de la majorité, qui y sont plus présents et dynamiques. A l'intérieur du pays, dans les villes et localités reculées, les partis de l'opposition sont plus visibles. Toutes ces situations peuvent ainsi expliquer l'écart de fréquence dans la médiatisation des forces politiques en présence.

Illustration 13 : Un article de Gabonactu sur un candidat du PDG dans le cadre des législatives de 2018



Dans cette illustration, on peut voir les images du déroulement du jour de l'élection dans un bureau de vote où apparaît l'une des candidates du PDG, fréquemment citée dans le contenu de Gabonactu. L'article titré : « Législatives 2018 : la candidate du PDG sûre de l'emporter au 1^{er} siège d'Owendo » est un exemple des nombreuses publications qui mettent en avant l'actualité politique autour des candidats du PDG.

De même, à la droite de la page, on peut remarquer une colonne de bandes publicitaires qui défile.

Illustration 14 : Les bandes publicitaires défilantes en glissant vers le bas de la page



Ces bandes publicitaires apparaissent progressivement en orientant le curseur vers le bas de la page. Des deux illustrations présentées, on voit les bandes publicitaires qui semblent montrer que le média possède une marque ou une notoriété. Car, pour obtenir des marchés publicitaires, il faut bien avoir un certain succès auprès des internautes et imposer le nom de son entreprise dans la sphère médiatique afin de se rendre crédible auprès des annonceurs. Bien que n'ayant pas souhaité nous dévoiler les sommes exactes que fait rentrer la publicité au sein de l'entreprise, le responsable du média a simplement rappelé que les revenus de la publicité, pour le moment, permettent au-moins de supporter les charges de l'entreprise, mais ne constituent pas encore une manne financière stable. Par conséquent, les publiereportages, ainsi que les autres moyens de rentrée d'argent tels la pratique du « gombo » (bien qu'ils ne l'aient pas mentionnée) et les maigres revenus de la subvention de l'Etat restent un atout non négligeable. Ce besoin de financement peut justifier le fait d'avoir médiatisé beaucoup plus l'activité des candidats du PDG et des partis alliés, ces derniers ayant pour habitude d'investir plus de moyens pour la promotion de leurs campagnes politiques.

On peut au-moins accorder à ce site d'information, la non prise de position dans la manière de rendre compte de l'information. En général, on observe dans le contenu de Gabonactu l'utilisation fréquente du compte rendu et du reportage. Les personnes sources et ressources pour construire l'information sont beaucoup citées pour préserver une certaine distance avec les messages qui y sont véhiculés. On peut d'ailleurs le constater dans l'article figurant dans l'illustration précédente : « *La candidate du parti démocratique gabonais (PDG) aux législatives de ce samedi, Joëlle Hortense Nse Mvie qui a voté sous une pluie fine au bureau du lycée d'excellence d'Owendo s'est dite sereine et sûre de l'emporter ce soir sur le reste de ses adversaires* ». Cet extrait de l'article démontre qu'en réalité ce

n'est pas le rédacteur de la publication qui affirme l'énoncé du titre selon lequel la candidate du PDG est certaine de l'emporter. Mais il ne fait que rapporter les dires de l'intéressée qui constitue la principale personne source de l'information. Sidney Ivembi, Rédacteur en chef de Gabonactu justifie cette prise de distance en ces termes :

« Nous ne traitons que les faits. Et les faits c'est ce qui s'est passé. Nous refusons de faire le commentaire, car on n'est pas capable de défendre le commentaire devant le tribunal. Gabonreview que nous considérons comme notre principal concurrent, Gaboneco et Gabonews étant complètement dépassés, fait beaucoup dans l'analyse. Or, nous on n'en a pas les moyens. L'analyse demande beaucoup de temps, et nous, on n'a pas tout ce temps. De surcroît, l'analyse peut facilement glisser dans le commentaire. Nous on veut se limiter aux faits »⁴⁹⁰.

Ces propos font ressortir trois éléments : la pratique de l'autocensure pour éviter les poursuites judiciaires ; l'idée de concurrence avec les autres sites natifs ; et la volonté de traduire l'objectivité du média par la description des faits. Ainsi, pour paraître plus crédible, l'équipe rédactionnelle de Gabonactu se donne comme mot d'ordre de ne pas se lancer dans les genres journalistiques de commentaire. Ce qui leur permet d'éviter au maximum des situations de sanction avec la HAC ou la justice et de se distinguer des autres sites d'information, dont Gabonreview qu'il considère comme son meilleur concurrent.

On peut donc estimer que Gabonactu, tout en restant en retrait de toute posture partisane, s'est toutefois beaucoup attaché à mettre en agenda l'actualité politique des candidats par lesquels il a été sollicité au détriment de ceux n'ayant pas eu l'opportunité ou les moyens de les approcher. Connaissant le contexte de ce type de rapport en temps d'élection, comme nous l'expliquions déjà, les candidats politiques ayant les moyens financiers de se payer les services des médias seront les plus avantagés. Même si les professionnels de Gabonactu ne peuvent reconnaître clairement favoriser la couverture médiatique des acteurs politiques qui les invitent au moyen d'une rémunération conséquente, on ne peut trouver d'explications d'un tel déséquilibre informationnel de la représentativité des différences politiques que sous cet angle. D'autant plus que le responsable du média, Yves Laurent Goma, a reconnu que les pratiques du « gombo » et du publiereportage sont exploitées pour assurer des revenus à l'entreprise.

VI.1.1.3. L'Union, un média en ligne pro-gouvernemental dans le contenu de son actualité politique.

Pour ce qui est de l'Union, le média en ligne se distingue déjà par son suremploi de la classe 6 qui fait état d'un cadrage sur l'activité diplomatique du Chef de l'Etat Ali Bongo. Cela laisse transparaître l'identité singulière du média, qui s'attache à l'actualité institutionnelle pour marquer son intérêt pour les activités du pouvoir.

⁴⁹⁰. Propos recueillis de l'entretien avec Sidney Ivembi, Rédacteur en chef de Gabonactu, Libreville, février 2020.

En ce qui concerne les activités des candidats du PDG, moins surinvestis que chez Gaboneco, Gabonews et Gabonmediatime dans la classe 10, *L'Union* leur donne tout de même un espace de médiatisation supérieur aux autres médias du corpus. Le constat n'est pas étonnant lorsqu'on sait qu'historiquement, le média a toujours été considéré comme très pro-gouvernemental, à l'instar des chaînes nationales de télé et de radio publiques. Aujourd'hui encore, bien que le média soit désormais un journal de statut privé, *L'Union* a toujours du mal à se défaire de l'autorité du pouvoir. C'est la raison pour laquelle son contenu peut difficilement aller à l'encontre des intérêts d'Ali Bongo. D'où l'avantage manifestement observé pour les activités liées aux candidats du PDG et de la majorité.

Illustration 15 : Article de *L'Union* présentant l'actualité diplomatique du président Ali Bongo pendant la période des législatives 2018

The screenshot shows the homepage of the website *L'Union*. At the top, there is a navigation menu with categories: ACCUEIL, ÉCONOMIE, POLITIQUE, SPORT, SOCIÉTÉ & CULTURE, PERSONNALITÉS, and CONTACT. Below the menu, there is a header with the website's logo and a banner for the 2023 elections with the slogan "Pour faire entendre ma voix Je Vote".

The main content area features a large image of President Ali Bongo Ondimba and another man in traditional Guinean attire. Below the image is the article title: **ACTIVITÉS PRÉSIDENTIELLES : ALI BONGO ONDIMBA À CONAKRY**. The article text begins with: **Le président de la République, chef de l'Etat, Ali Bongo Ondimba, a pris part mercredi dernier, à la célébration du 60e anniversaire de l'indépendance de la Guinée-Conakry.**

On the right side of the page, there is a "CONNEXION UTILISATEUR" section with input fields for "Nom d'utilisateur" and "Mot de passe", and buttons for "Se connecter", "CRÉER UN NOUVEAU COMPTE", and "DEMANDER UN NOUVEAU MOT DE PASSE". Below this is a section for "LA UNE DU 10/07/2023" with a link to "Lire les 7 dernières Unes".

At the bottom right, there is a promotional banner for "Moov Money" with the text "Créez Votre compte Moov Money en ligne!" and "Un ChatBot qui répond à toutes vos questions".

Source : www.union.sonapresse.com

Sur cette illustration, l'article publié est un exemple parmi les nombreuses publications qui font état de l'activité diplomatique d'Ali Bongo, que le média en ligne *L'Union* a beaucoup mis en avant. Comme souligné lors de la présentation du média dans le chapitre IV, sa version numérique reprend automatiquement les sujets développés et publiés dans la version papier. Toutefois, l'équipe chargée de la mise à jour du site s'attèle à adapter le contenu de l'information au format numérique. Cela passe par le fait de réduire le volume des articles, car sur internet les journalistes sont conscients que les internautes ont une attention plus volatile. Ils lisent plus vite et passent aussitôt sur d'autres nouvelles ou sites au regard du foisonnement de données disponibles sur la toile.

Au niveau de l'habillage de la page, on remarque qu'il y a peu de publicités autour du texte principal. Selon les dires de Maixent Moussavou, secrétaire de rédaction à *L'Union* et *webmaster* du site, la communauté des lecteurs de *L'Union* reste encore attachée au journal papier. Ce qui fait que le site peine à véritablement attirer un nombre de lecteurs conséquent. Le fait même de reprendre les sujets issus du journal physique ne contribue pas au succès du site, car beaucoup trouvent inutile d'aller sur internet pour s'informer sur ce qu'ils peuvent déjà avoir sur le papier, où l'information sera beaucoup plus complète. Pour le *webmaster* :

« Cette façon de faire reste une méthode voulue par l'entreprise qui préfère utiliser le site en ligne comme une vitrine pour inciter le public-lecteur à s'orienter vers le journal papier. C'est une stratégie commerciale devant permettre de continuer à faire vendre les journaux, car il faut le dire, la version papier reste la principale source de revenu de L'Union »⁴⁹¹.

Le site d'information serait encore perçu par les responsables du principal quotidien gabonais comme un moyen de montrer une image de modernité dans un contexte où tout média traditionnel ne possédant pas un site sur internet est perçu comme dépassé. Par conséquent, les annonceurs préfèrent continuer à communiquer sur la version papier, sachant que les deux versions du média (numérique et papier) ont chacun leurs différents prix d'espaces publicitaires.

Pour ce qui est du contenu de *L'Union* à proprement parler, l'entretien avec un de ses journalistes, Georges Ntoutoume, a permis de mieux saisir les conditions de production de l'information éclairant les résultats de l'analyse de contenu. Un traitement de l'information qui n'a pas tenu compte de l'impératif du Code de la communication et de la recommandation de la HAC sur le respect du principe d'équilibre des différences politiques dans ses contenus. Pour comprendre cette posture éditoriale, le journaliste ayant répondu à notre entretien nous donne les éclaircissements suivants :

« Depuis le décès d'Omar Bongo en 2009, L'Union essaie de s'affranchir de l'image de journal pro-gouvernemental dont il a été marqué depuis sa création dans les années soixante-dix. Un certain dynamisme se construit au

⁴⁹¹. Propos recueillis de l'entretien avec Danick Mexan Moussavou, secrétaire de rédaction et *webmaster* à *L'Union*, Libreville, avril 2020.

fil des années avec de nouvelles équipes de plus en plus jeunes et venues tout droit des grandes écoles et universités formant dans les métiers de la communication et du journalisme. Mais il faut avouer que les autorités publiques ayant toujours un regard sur le fonctionnement du journal, L'Union étant un média parapublic, il n'est pas toujours évident de travailler dans le milieu sans tenir compte de cette réalité. Du coup, il y a pas mal d'auto-censure pour éviter les foudres du pouvoir. Mais contrairement aux années antérieures, le média est plus ouvert à la critique, même envers certaines actions du pouvoir, et à la présence dans nos colonnes des figures de l'opposition. En temps d'élection surtout, nous essayons toujours d'offrir le même niveau d'espace aux partis de l'opposition et du pouvoir »⁴⁹².

Ces déclarations du journaliste de *L'Union* nous dévoilent les exigences politiques qui pèsent toujours au sein de la rédaction de *L'Union*. Et dans un tel contexte, il paraît difficile d'effectuer un travail journalistique en toute indépendance même si Georges Ndoutoume avance l'idée d'un effort considérable dans le niveau de liberté éditoriale des agents du journal. Les résultats obtenus sur le traitement de l'actualité politique par *L'Union* pendant les législatives de 2018 démontrent que le média est encore sous l'influence du régime gabonais. De ce fait, faire preuve d'équilibre dans le rendu de l'information entre sensibilités politiques lors de forts enjeux électoraux s'avère complexe pour le média, ce qui se répercute sur son site.

Finalement, les deux médias natifs que sont Gabonéco et Gabonactu se rapprochent de *L'Union* par le fait d'avoir en commun la mise en agenda des activités des candidats du PDG et de la majorité. Certains médias vont jusqu'à présenter des commentaires valorisant les faits de campagne des candidats du pouvoir (Gabonéco, *L'Union*) quand l'autre média (Gabonactu) a tenté de rester en marge des postures d'appréciation en évitant au maximum de faire des analyses et des commentaires. C'est la raison pour laquelle nous les classons dans la même catégorie des sites d'information favorables à la médiatisation des activités du PDG. La catégorie suivante est celle des sites d'information qui n'ont pas créé une telle disparité dans la représentation des forces politiques, sans nécessairement parvenir à un plein équilibre.

VI.1.2. Les médias relativement favorables à la médiatisation des activités du PDG

Cette seconde catégorie se caractérise par un effort d'équilibre dans le traitement médiatique des législatives 2018. Les trois sites qui se distinguent en ce sens, à savoir Gabonews, Gabonmediatime et Gabonreview, ont le mérite d'avoir proposé un contenu tâchant de respecter une exigence de proportionnalité dans leur médiatisation des différents candidats.

VI.1.2.1. Gabonews : un média oscillant entre l'opposition et le pouvoir

⁴⁹². Propos recueillis de l'entretien avec Georges Maixent Ntoutoume, journaliste à *L'Union*, Libreville, avril 2020.

Dans cette configuration, *Gabonews* s'illustre beaucoup plus sur la médiatisation des faits de campagne dans les régions reculées du pays, c'est-à-dire dans les contrées autres que les grandes villes comme celles issues de la province de l'Estuaire bénéficiant généralement d'une couverture médiatique plus avantageuse. A ce niveau, les activités des candidats du PDG qui occupent une grande place se retrouvent dans la commune de Koulamoutou, dans la province l'Ogooué-Lolo (Louembe et Tsanga) et dans le canton Océan, situé dans le département de Bendjé au sein la province de l'Ogooué maritime (Berthe Azizet). Le compte rendu et le reportage sont les genres journalistiques les plus utilisés dans la transcription des articles publiés à ce sujet.

Toutefois, on peut y voir des tendances au publiereportage lorsqu'on tient compte de certains indices énonciatifs qui semblent, à chaque segment de texte caractéristique, présenter les candidats dans une situation confortable. Cet élément se perçoit surtout dans la manière dont *Gabonews* décrit la réaction des populations face aux candidats du PDG. Comme on le spécifiait déjà dans les caractéristiques éditoriales de *Gabonews*, l'originalité du média réside dans la prise en compte de l'attitude des électeurs. Ainsi, on peut s'appuyer sur les formulations suivantes : « *c'est une foule en liesse qui souvent accueille Blaise Louembe et Jacques Denis Tsanga* » ; « *(PDG) Berthe Azizet plus proche des électeurs* » ; « *(PDG), dans le premier arrondissement de la commune de Koula-Moutou, l'effervescence s'observe des deux côtés. Tant chez les jeunes que chez les candidats* ». On entrevoit par ces quelques exemples une volonté de servir une image de cohésion entre les candidats du pouvoir et les populations des régions où ils battent campagne.

Ce qui paraît surprenant, c'est que *Gabonews* est perçu comme un média de plus en plus proche de l'opposition depuis que sa promotrice, Laure Gondjout, a pris ses distances avec le pouvoir, après avoir occupé des fonctions ministérielles. Surtout, lors de l'élection présidentielle de 2016, le site avait réalisé une couverture médiatique à l'avantage du principal candidat de l'opposition Jean Ping. Cette image de média pro-opposition va lui coûter cher, notamment sur le plan financier, car beaucoup de ses annonceurs vont se retirer. Ce qui va considérablement baisser les revenus de l'entreprise et occasionner le départ progressif de plusieurs journalistes avec d'énormes impayés de salaires. L'affaire sera conduite au niveau du tribunal, car certains anciens journalistes du média vont porter plainte à l'administrateur directeur de l'entreprise, Talyane Chalobah-Gondjout, pour réclamer leurs dus. Cela laisse voir à quel point le média n'était plus en bons termes avec le régime PDG. Vu ce contexte, la réalisation de la couverture médiatique des activités du PDG et de ses alliés par *Gabonews* est étonnante dans la mesure où il est parfois difficile pour des médias ayant une étiquette politique de se faire accepter par des partisans et acteurs ne partageant pas la même couleur politique. *Gabonews* est quand-même parvenu à obtenir suffisamment de matière informative sur les candidats liés au pouvoir, au point d'afficher une certaine représentativité médiatique des différences politiques.

Cependant, la couverture médiatique des activités du PDG n'a pas toujours été évidente pour les journalistes de *Gabonews*. A cause de cette étiquette de site d'information

proche de l'opposition⁴⁹³ que leur collent désormais les partisans du PDG et de leurs alliés, les reporters dudit média sont parfois mal reçus dans certaines administrations publiques et certains meetings des candidats du pouvoir en place. A titre d'exemple, alors qu'un meeting du PDG se tenait dans un quartier du troisième arrondissement de Libreville, un autre meeting était organisé par un parti de l'opposition, Rassemblement Héritage et Modernité (RHM) dans le même arrondissement. Sur place, il y avait déjà des tensions entre les partisans des deux groupes politiques. Une équipe de reporters (un caméraman et un journaliste) de *Gabonews* avait été dépêchée pour couvrir les deux événements. L'équipe choisit d'aller couvrir le *meeting* du RHM avant celui du PDG. Mais en arrivant au rassemblement du PDG, les reporters de *Gabonews* furent considérés comme des espions par la foule présente à ce rassemblement. Ils furent ainsi menacés et violentés par les partisans et même par le candidat du PDG, principal acteur du mouvement. Ce dernier saisit la caméra du journaliste et la fracassa pendant que le reste de la foule poussait les deux reporters loin de la manifestation.

« Pour ces pdgistes, la présence des journalistes de Gabonews à leur meeting ressemblait à une provocation. Disent-ils qu'on avait pour mission de prendre des informations du candidat concurrent au RHM pour s'en servir au profit de ce dernier. Or, pour nous, l'objectif était simplement de mettre en œuvre l'équité de l'information que nous recommande le code de la communication »⁴⁹⁴

Illustration 16 : Reportage faisant état de l'agression des reporters de Gabonews lors du meeting du PDG à Akébé dans le troisième arrondissement de Libreville



Source : Gabonews.com, rubrique politique, publié le 22 octobre 2018.

⁴⁹³. La principale promotrice de Gabonews, ancienne baronne du régime, Laure Olga Gondjout, n'étant plus en bon termes avec le parti au pouvoir depuis la présidentielle de 2016, les partisans du PDG reprochent à son média d'avoir radicalement modifié sa ligne éditoriale en se montrant de moins en moins tendre avec le régime depuis lors.

⁴⁹⁴. Propos recueillis de l'entretien avec Justin Biteghe, Journaliste-caméraman de Gabonews (témoin oculaire de la scène), Libreville, février 2020.

Cette illustration montre combien il peut être difficile pour les journalistes gabonais d'effectuer convenablement leur travail de terrain en période de campagne. Du fait que dans la société, le corps de métier ne soit pas très respecté par les populations, plusieurs reporters essuient parfois des humiliations qui vont jusqu'à l'agression physique et matérielle comme ce fut le cas lors de cette rixe entre les journalistes de *Gabonews* et la foule de « pigistes ». Ceci au mépris du droit du journaliste à exercer sa profession, au nom de la liberté de la presse⁴⁹⁵.

En fin de compte, cet épisode d'agression des reporters de *Gabonews* sur le terrain d'une réunion du PDG n'a pas empêché le média de couvrir d'autres activités de campagne des candidats du pouvoir et de la majorité présidentielle. Et lorsqu'on lit certains passages liés aux faits du PDG, comme on le signifiait plus haut, les descriptions rapportées semblent présenter des situations positives ou favorables. Cette observation peut s'expliquer par la pratique qui consiste, pour des acteurs politiques, à payer les services de l'entreprise médiatique via le service commercial afin de s'assurer de la couverture de ses meetings et activités de campagne tout en veillant à ce que le rendu soit bienveillant à son égard.

Dans le cas de *Gabonews*, pour y avoir été immergé, il arrive que le journaliste lui-même perçoive le cachet sans que cela ne passe par le service commercial. C'est aussi pour eux une forme de « gombo ». La hiérarchie de *Gabonews* tolère cette façon de fonctionner, car les soucis financiers que connaît l'entreprise depuis plusieurs années, surtout après la présidentielle de 2016, fait que les arriérés de salaires du personnel se sont accumulés. Et pour combler cette carence, les journalistes qui sont restés se permettent d'empocher directement les revenus de gombos ou du publiereportage dont ils ont, eux-mêmes, trouvé le marché. Dans tous les cas, que le paiement du service passe par le service commercial ou directement par les reporters sur le terrain, les acteurs politiques qui sollicitent le média se voient bénéficier d'un traitement gratifiant.

VI.1.2.2. L'exigence de l'équilibre informationnel et de la prise de distance dans le rendu des activités des partis du pouvoir et de la majorité par *Gabonmediatime*

Gabonmediatime tente lui aussi de respecter l'équilibre dans la représentativité des forces politiques en présence. A la lecture et analyse de son contenu, il y a une production assez conséquente et relativement équilibrée entre les différents acteurs politiques. On peut alors parler de proportionnalité plus que de déséquilibre, car l'on ne perçoit pas une volonté de donner un quelconque avantage médiatique aux partis du pouvoir par rapport aux opposants. Simplement, comme c'est le cas dans presque tous les autres sites d'information, les activités du PDG et alliés sont toujours un peu plus médiatisées du fait qu'il constitue ce que l'on appelle « le parti de masse », doté d'un avantage structurel sur les autres.

⁴⁹⁵. La Loi n°19/2016 du 09 août 2016 du Code de la Communication en République gabonaise, dans son Article 56, stipule que : « Les professionnels de la communication ont libre accès à la collecte, au traitement et à la diffusion de l'information. Ils ne peuvent être menacés ou poursuivis pour avoir publié ou diffusé des informations avérées, sous réserve du respect du secret de l'instruction et des informations classifiées ».

Par ailleurs, lorsqu'on s'intéresse aux genres journalistiques qu'exploite le média, il favorise les genres d'information que sont le reportage, le compte rendu et l'interview. C'est dire que concernant la médiatisation des activités du PDG et les partis de la majorité, le site d'information se contente le plus souvent de rapporter les faits sans y inclure nécessairement ses propres analyses. D'ailleurs, l'une des caractéristiques du contenu de *Gabonmediatime* est l'emploi fréquent du conditionnel. Pour le directeur de publication, Harold Leckat Igassela, c'est une façon, à la fois, de mettre de la distance et de se protéger au cas où l'information ne repose pas sur une source totalement fiable. Car il est déjà arrivé que le média donne une information capitale mais aussitôt démentie, au point de subir une convocation de la HAC pour s'expliquer⁴⁹⁶.

On peut donc accorder à ce site d'information l'effort d'objectivité dans ce sens. Le rédacteur en chef de *Gabonmediatime*, Demba Wo-Bangagnet, reconnaît tout de même qu'en période électorale, il n'est pas possible de couvrir l'actualité des candidats de partis politiques de la même façon. Les indépendants, par exemple, n'ont pas le même traitement que les acteurs politiques issus d'un parti. En fonction du poids politique d'un candidat, les médias seront plus enclins à suivre les activités politiques de ce dernier, car c'est aussi la capacité d'un événement à susciter l'intérêt de la population qui va déterminer les choix à opérer en termes de couverture médiatique.

Ceci explique le fait que l'actualité autour des grands partis du régime tels que le PDG ou le CLR, qui sont d'anciens partis politiques et possèdent un poids politique dans l'ensemble du territoire national, aura tendance à bénéficier d'une couverture médiatique plus importante que celle de ses concurrents. Mais dans le cadre des législatives de 2018, lors desquelles la HAC avait recommandé aux médias officiels d'appliquer le principe d'équilibre médiatique des différents acteurs et partis politiques, *Gabonmediatime* semble s'être attelé à la tâche. C'est ce que souhaite défendre Demba Wo-Bangagnet, son rédacteur en chef : « *Notre stratégie a été qu'à chaque fois nous traitons d'une actualité du pouvoir,*

⁴⁹⁶. Un article avait été produit par *Gabonmediatime* sur une actualité qui a défrayé la chronique au point de faire intervenir la première dame, Sylvia Bongo Ondimaba. L'actualité portait sur un cas de santé d'une jeune compatriote gabonaise, malade d'un cancer. La prise en charge de cette dernière dans un centre de cancérologie de la place n'a pas été convenablement faite, la jeune femme ayant été exclue dudit centre. Cette affaire étant fortement reprise sur les réseaux sociaux, l'équipe de *Gabonmediatime* va contacter la mère pour en savoir davantage et cette dernière leur répondra que sa fille est décédée. A cet instant, l'équipe pense tenir un scoop. Aussitôt, elle va publier l'information sur son site en ne manquant pas de critiquer le traitement des malades dans les hôpitaux. Cela va causer un tollé dans le pays, les populations fustigeant l'attitude du personnel du centre de cancérologie en question et demandant des sanctions. L'affaire étant arrivée jusqu'à la présidence, la première dame qui mène justement la lutte contre les cancers des femmes, se sentira concernée et tenue d'agir en conséquence. Seulement, on apprendra plus tard que la jeune fille n'est pas morte. La mère sous le coup de la colère avait tenu ces propos face au journaliste de *Gabonmediatime* (rappelons que la conversation s'est faite au téléphone) pour attirer justement l'attention des autorités sur le cas de sa fille. Etant donné la portée de cette nouvelle, *Gabonmediatime* sera convoqué et sanctionné par la HAC pour n'avoir pas vérifié l'information avant publication. Malgré tout, le directeur de publication du média se défendra en partant du fait qu'il était impensable pour sa rédaction que la mère puisse mentir sur la mort de sa propre fille. Aussi, sur l'article publié à ce sujet, elle avait pris la peine d'écrire au conditionnel, car ils n'avaient effectivement pas un document certifié pour confirmer l'information.

Témoignage recueilli de l'entretien avec Harold Leckat Igassela, directeur de la publication *Gabonmediatime*, Libreville, février 2020.

nous avons recherché à couvrir et publier une actualité de l'opposition, surtout pour les candidats disputant un même siège »⁴⁹⁷.

Les résultats obtenus de l'analyse de contenu avec *Iramuteq* et la méthode manuelle d'identification des titres des articles ont montré, malgré tout, un léger avantage de la médiatisation de l'actualité des activités du PDG et des partis de la majorité en termes de fréquence. Par ailleurs, on relève une description des faits reposant beaucoup plus sur le reportage et le compte rendu, voire aussi le communiqué. Bien que le média, selon les dires de son directeur de publication, se caractérise par une forme d'intransigeance dans le traitement de l'actualité parce que ses agents considèrent le journalisme contre un « contre-pouvoir », les meetings et actions politiques en période électorale doivent être rapportés le plus objectivement possible. Il ne s'agit pas pour les journalistes de Gabonmediatime d'orienter le jugement des populations sur les acteurs politiques.

Illustration 17 : Article remettant en cause l'attitude d'un candidat du PDG sur la problématique de la fraude électorale

The screenshot shows the website interface for Gabon Media Time. At the top, there is a navigation bar with categories like ACCUEIL, ACTUALITE, INTERNATIONAL, TRIBUNE, EDITORIAL, SPORT, +GMT, DERNIERE MINUTE, and +GMTME. The main article title is "Elections 2018: Mathias Otounga Ossibadjou soupçonné de fraude". Below the title, there are social media sharing buttons for Facebook, Twitter, WhatsApp, Telegram, Pinterest, LinkedIn, Email, and Print. A red timer overlay in the center of the article reads "Présidentielle 2023 49j 14h 26min 46s". The article text begins with: « Les mauvaises habitudes ont la peau dure » dit-on, cet adage populaire qui consacre l'idée selon laquelle, la réalisation d'actions perverses colle systématiquement à la peau de son ou ses auteurs, semblerait parfaitement s'imbriquer avec les velléités de fraude de certains partisans du Parti démocratique gabonais (PDG). En effet, comme nous révèlent nos confrères de l'Aube, des soupçons sont émis sur le candidat PDG du 1er siège de la Sébé-Brikolo, qui pour la conquête de son mandat à l'Assemblée nationale, préparerait une fraude organisée.

Source : www.gabonmediatime.com/elections-2018-mathias-otounga-ossibadjou-soupconne-de-fraude

Cet article de Gabonmediatime relaie un sujet défavorable à un candidat du PDG, qui met en lumière une problématique récurrente en temps d'élection. Les cas de fraudes imputés le plus souvent aux candidats du parti du pouvoir en place constituent la teneur de cette publication. A lire le titre, on pourrait penser que le site d'information soupçonnerait

⁴⁹⁷. Propos recueillis de l'entretien avec Demba Wo-Bangagnet, rédacteur en chef de Gabonmediatime, Libreville, février 2020.

cet acteur politique et baron du PDG de fraude. Or, en s'intéressant au contenu, dès le chapeau de l'article, on se rend compte que cette affirmation n'émane pas du rédacteur mais provient d'un autre média, en l'occurrence *L'Aube*. D'où l'emploi des guillemets au début du paragraphe : « *Les mauvaises habitudes ont la peau dure* ». *L'Aube* est un journal papier gabonais dont la ligne éditoriale est clairement connue dans l'espace médiatique gabonais. C'est l'un des médias traditionnels, tout comme *Echos du nord*, qui assume sa posture critique ou hostile au régime politique du PDG. En s'appuyant sur son confrère, le rédacteur (Gabonmediatime) de l'article traite de cette actualité en gardant une forme de distance avec les faits énoncés. À cette distance s'exprime par le fait de citer chaque fois la source (*L'Aube*) du questionnement, mais aussi par l'utilisation régulière du conditionnel tout au long de l'article. C'est là un modèle de la manière dont Gabonmediatime médiatise les activités du PDG afin de tenter de garantir son principe d'objectivité ou de neutralité.

VI.1.2.3. Gabonreview, entre analyse et effort d'objectivité dans la transcription des faits politiques du PDG et de la majorité

Dans la sphère médiatique gabonaise, le site est reconnu pour ses qualités d'analyse sur l'actualité. En inspectant le contenu de ses articles, apparaissent un certain nombre de caractéristiques. L'utilisation des analyses est adossée à l'emploi plus régulier des reportages, du compte rendu et de l'interview. Cette diversité de genres journalistiques est pour le média une manière d'enrichir le contenu de ses publications dans l'objectif d'éviter à ses lecteurs une forme de monotonie des articles, ce qui peut devenir lassante.

Les journalistes de ce site natif se défendent d'être subjectifs dans le sens où leurs analyses n'ont pas pour vocation de prendre position par rapport aux postures politiques identifiées dans le pays. Il s'agit plutôt d'amener les dirigeants comme les populations à se poser des questions sur les réalités sociétales soulevées. Les analyses faites sur certains angles de l'actualité politique comme ce fut le cas pendant ces législatives partent parfois des questionnements mêmes des populations qui cherchent à comprendre des actions ou décisions de leaders politiques. « Ne dit-on pas que la presse permet de porter les préoccupations du peuple auprès des dirigeants et les imposer dans le débat public ? »⁴⁹⁸, soulève Griffin Ondo, journaliste dudit site natif.

Nonobstant l'intérêt porté à la fibre analytique dont se prévaut Gabonreview, on s'aperçoit que les articles qui parlent directement des activités des candidats sont plutôt traités sous la forme du reportage, du compte rendu ou de l'interview, et non par des genres relevant du commentaire. L'analyse, qui fait partie du commentaire, est surtout utilisée pour des articles orientés vers des angles de l'actualité politique plus impersonnels, c'est-à-dire des sujets qui ne concernent pas directement un candidat, mais qui ont une portée politique plus générale.

⁴⁹⁸. Propos recueillis de l'entretien avec Griffin Ondo, journaliste de Gabonreview, Libreville, mars 2020.

Illustration 18 : Article sur une question relative au phénomène d'abstention pendant les élections dans l'ensemble du pays

The screenshot shows the GABON Review website interface. At the top left is the logo for GABON Review with the tagline 'L'information quotidienne sur la vie du Gabon'. To the right is a car advertisement for a red SUV with features: 'Boîte automatique', 'Volant en cuir multifonction', 'Jantes alu 16"', and 'Écran tactile et commande vocale'. Below this is a banner for 'Devenez STARTUPPER DE L'ANNÉE' with the TOTAL logo. A navigation menu contains categories: POLITIQUE, ÉCONOMIE, SOCIÉTÉ, SPORT, ENVIRONNEMENT, CULTURE, FAITS DIVERS, AFRIQUE, SOS CONSO, and a search bar. The main article title is 'Elections du 6 octobre : gare à l'abstention à Libreville !'. A sub-headline reads: 'Publié par Griffin Ondo Nzuey dans POLITIQUE sur samedi 06 octobre 2018 à 13:25 / 1 commentaire'. The article text states: 'La capitale du Gabon s'est réveillée ce matin sous une forte pluie, qui laisse craindre de nombreuses absences d'électeurs dans les bureaux de vote. D'autant que la capitale est également confrontée à une pénurie de carburant depuis quelques jours.' To the right of the text are two images: a yellow poster for 'GSEZ MARATHON DU GABON' and a blue banner for 'SEEG abon.com' featuring a computer monitor.

Source : www.gabonreview.com, publication du 06 octobre 2018.

Cette illustration met en évidence la caractéristique de Gabonreview, à savoir sa propension à l'analyse. Le sujet politique mis en avant dans cet article repose sur la question de l'abstention électorale. Comme on le signifiait précédemment, l'analyse qui est faite sur cette problématique est d'ordre général, donc ne concerne pas un groupe d'acteurs ou partis politiques en particulier. Le média, dans son analyse, fait le lien entre les conditions météorologiques, la pénurie de carburant dans la capitale et les bouleversements dans l'organisation des élections au niveau des bureaux de vote et de la participation des populations. Un angle à première vue banal, mais qui en filigrane relate les dysfonctionnements logistiques de l'élection et les lourdes habitudes des Gabonais à affluer dans les centres de vote vers la fin de la journée, à quelques heures de la fermeture des

bureaux. C'est pour ce genre de sujet que l'on observe l'emploi des genres relevant du commentaire. Mais en ce qui concerne les activités du PDG, à proprement dit, la transcription est de préférence réalisée sous les genres journalistiques strictement informatifs.

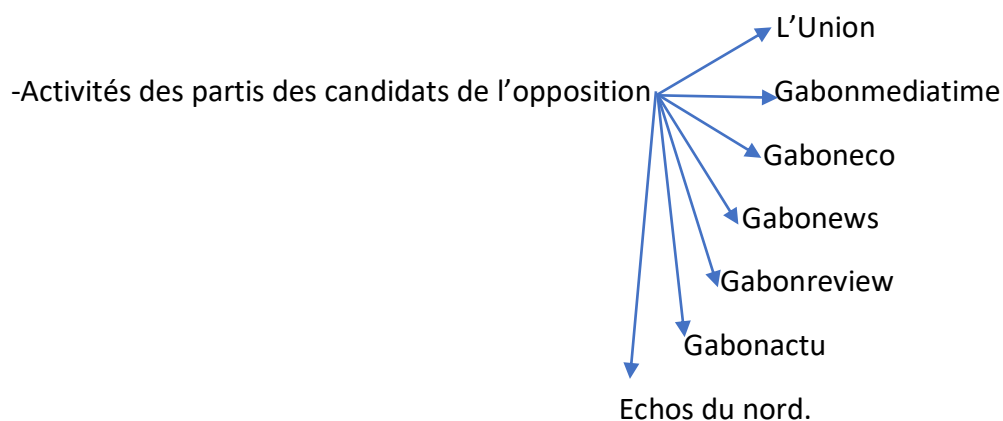
De ce fait, pour la couverture médiatique des activités de la campagne, plusieurs stratégies ont été mises en place par le média afin de réaliser une couverture globale. Le premier principe a été de confier chaque grand parti à un journaliste, pour que ce dernier s'occupe principalement des activités liées au mouvement politique qui lui a été assigné. Toutefois, au vu du nombre réduit du personnel et sachant que contrairement à la présidentielle, les législatives engagent plusieurs candidats repartis à l'intérieur du pays, Gabonreview a dû jouer sur différentes méthodes. Le publiereportage, d'abord, a eu cours pour les candidats qui avaient impérativement besoin de voir leurs activités passer sur le site du média. Mais le journal a aussi fonctionné avec des correspondants dans les régions reculées, qui pouvaient envoyer des images et décrire les événements. Il faut signaler que ces correspondants pouvaient être des enseignants et volontaires capables de remonter des informations au niveau de la rédaction. En retour, les journalistes retravaillent le papier et la direction rémunère le correspondant ; la collaboration entre confrères journalistes était parfois indispensable, car il y avait le partage des données, « par exemple si un journaliste de *Gabonactu* est sur place dans un événement à l'intérieur du pays, on pouvait lui demander quelques éléments et réciproquement ». C'est ainsi que le site d'information a tenté de couvrir l'ensemble des activités des différents candidats en essayant d'obéir au principe d'équilibre selon les recommandations de la HAC et surtout la diversité de leur lectorat, nous a confié le rédacteur en chef de *Gabonreview*⁴⁹⁹.

On pourra retenir que *Gabonews*, *Gabonmediatime* et *Gabonreview* sont les sites natifs ayant fait l'effort d'obéir au principe d'équilibre de l'information politique en tentant de médiatiser autant les activités du PDG, des partis de la majorité et celles de l'opposition. Observation beaucoup moins évidente dans les médias comme L'Union, Gaboneco et Gabonactu. Dans ces médias, l'avantage de la médiatisation et, parfois, les commentaires favorables au PDG, ont été perceptibles. D'ailleurs, cela nous conduit à examiner, de manière plus concrète, comment s'est faite la médiatisation des activités des candidats de l'opposition par ces mêmes sites d'information.

VI.2. Le cadrage médiatique des activités politiques de l'opposition

Après avoir examiné comment les sites d'information ont traité les activités politiques du PDG et des candidats de la majorité présidentielle, analysons maintenant comment ces mêmes médias ont couvert l'actualité autour des acteurs et partis de l'opposition. Déjà, comme cela a été fait pour le cas précédent, déterminons les médias qui se sont le plus investis dans la médiatisation de l'actualité politique des opposants.

⁴⁹⁹. Jean Robert Mbasani, *Loc.cit.*



Les activités des candidats de l'opposition sont identifiables principalement dans les classes 3, 4, 8 et 9. En réalité, tous les médias ont naturellement publié des articles parlant de l'opposition. On peut le constater à travers l'ensemble des articles constituant notre corpus et dans certains passages caractéristiques propres à chaque média. Ici, il est question de s'intéresser à l'aspect qualitatif du cadrage médiatique sur les activités politiques de l'opposition par l'ensemble des médias.

La première observation générale qui est faite sur l'ensemble de ces sites d'information est que le traitement de la thématique liée aux activités des candidats de l'opposition ne se situe pas au même niveau de médiatisation que les activités des candidats du PDG. Alors que le Code de la Communication dispose de textes qui exigent des médias de faire preuve d'équité entre les forces politiques en temps d'élection et que plusieurs médias ont été conviés, par la HAC, à suivre le programme de la couverture équitable de la campagne, le poids médiatique des activités du PDG est bien supérieur à celui des opposants. Par ailleurs, on peut constater qu'il se dégage trois orientations dans le cadrage médiatique de l'actualité politique concernant les partis de l'opposition : une médiatisation dévalorisante des activités de l'opposition, un rendu médiatique des activités de l'opposition sans implication du média et à certains égards, des notes positives dans certains discours médiatiques à l'endroit de ces acteurs.

VI.2.1. La médiatisation des situations défavorables aux candidats de l'opposition

Les médias dévalorisant les activités des partis de l'opposition sont ceux qui montrent les situations susceptibles de mettre en avant leurs défaillances. Certains d'entre eux se gardent par ailleurs de faire subir le même traitement aux candidats du PDG et des partis de la majorité. Ce constat est posé dans la description éditoriale que nous faisons de *Gaboneco* et de *L'Union*. Les segments de texte caractéristiques nous ont permis de relever des éléments discursifs qui présentent de manière désavantageuse les activités des candidats de l'opposition. Les modalités de cette couverture défavorable sont multiples :

- Les manœuvres tordues des opposants : « *Au-delà de l'apparence calme du débat d'idées née de la bataille électorale des candidats et militants de l'opposition ne manquent pas de fomenteur des manœuvres de diversion de nature à discréditer le candidat du parti démocratique gabonais, Yves Fernand Manfoumbi à Ndendé* » (Gaboneco).

- L'échec de grands noms dans l'opposition gabonaise : « *De nombreux candidats ont connu des mésaventures qui risquent de déteindre sur l'image de leurs leaders respectifs. Parmi ces derniers, Pierre-Claver Maganga Moussavou, Séraphin Ndaot Rembogo et René Ndemezo'Obiang, dont les formations politiques ont mordu la poussière dès le premier tour des législatives* » (L'Union).

- La déchéance des partis de l'opposition par rapport aux partis du pouvoir : « *le parti au pouvoir est déjà crédité, dès le premier tour, de plus de 90 sièges à l'Assemblée nationale, et domine les conseils locaux. Pendant que des figures de proue de l'opposition essuient de sérieux revers un peu partout* » (L'Union).

Ces exemples issus de *Gaboneco* et de *L'Union* démontrent la cohérence de la première observation sur le traitement des activités des différents camps politiques. De la même manière que ces deux sites d'information ont prisé la couverture médiatique laudative des candidats du PDG et de la majorité, ils opèrent un traitement clairement dépréciatif des faits liés aux acteurs de l'opposition.

VI.2.2. La couverture médiatique des activités de l'opposition sans implication des médias

Les médias sans implication dans la médiatisation des activités des opposants sont la catégorie des sites d'information au sein desquels on ne perçoit pas de volonté de commenter ou de médiatiser des informations qui vont à l'encontre des candidats de l'opposition. Ces sites d'information ont pour caractéristique la recherche de l'équilibre de l'information pour certains, pour d'autres, le souci de la présentation des faits sans y observer une volonté de prendre position. Cela se traduit dans certains cas par la mise en perspective des situations de confrontation ou d'adversité politiques entre les candidats luttant pour les mêmes départements ou sièges. C'est le cas de *Gabonreview*, *Gabonmediatime*, *Gabonews* et dans une moindre mesure *Gabonactu*.

En se référant à nouveau aux caractéristiques des quatre médias précités développés dans le chapitre cinq, les segments de texte caractéristiques nous dévoilent la manière dont sont décrits les faits d'actualité concernant l'opposition. Et ces passages caractéristiques nous indiquent qu'il y a une forme de mise à distance dans la médiatisation des faits évoqués. Cela se matérialise surtout par l'exploitation régulière du reportage, du compte rendu et de l'interview. Ces genres journalistiques, comme on le signifiait déjà et selon la logique éditoriale des différents professionnels, permettent au média de garder une posture de neutralité dans le rendu de l'information, et ce, par rapport au contexte électoral où les sensibilités politiques sont en effervescence. Le besoin de se présenter comme un média objectif par les journalistes de ces sites natifs passe aussi par l'intérêt d'appliquer l'équilibre de l'information en essayant de ne pas créer de forte disparité entre la couverture

médiatique des candidats du pouvoir et celle des candidats de l'opposition. Ces deux caractéristiques se retrouvent plus sur les médias que sont *Gabonreview*, *Gabonmediatime* et *Gabonews*, dans les modalités discursives suivantes :

-L'injustice des prisonniers politiques, mise en débat public par un candidat de l'opposition : « *La libération des prisonniers politiques au cœur de la campagne de Ntoutoume Ayi. Le candidat (UN/RHM) compte axer son mandat de député sur le progrès démocratique et la bonne gouvernance. Le 29 septembre, sous une pluie battante, le discours de Ntoutoume Ayi a captivé le public* » (Gabonews).

-Un prisonnier politique de l'opposition et candidat aux législatives qui s'exprime depuis la prison : « *Massavala Maboumba : "Il vous revient d'arbitrer à travers cette élection". En détention préventive à la prison centrale de Libreville depuis un an pour "provocation directe" et « instigation à un attroupement non armé", Frédéric Massavala Maboumba n'est pas moins candidat aux législatives dans le département de Tsamba-Magotsi (Fougamou). Face au candidat du PDG Guy-Bertrand Mapangou, le membre de la Coalition pour la nouvelle République (CNR) appelle dans cette lettre ouverte les électeurs à « arbitrer » en sa faveur* » (Gabonreview).

-Le soutien politique d'un opposant à un indépendant : « *Elections 2018 : Ismael Borobo reçoit le soutien du _parti Les Démocrates. Léonard Mombo Yembi, membre du _parti Les Démocrates dont la candidature a été invalidée par la Cour constitutionnelle, a officiellement apporté son soutien à l'indépendant Ismael Borobo à l'occasion d'un meeting tenu lundi 1er octobre dernier au village Mokab* » (Gabonmediatime).

Ces segments de texte caractéristiques des trois sites natifs représentent bien les énoncés de cette catégorie de médias tâchant de ne pas s'impliquer directement dans le débat, en déléguant l'énonciation de l'information. On remarque en effet l'emploi fréquent des sources d'information, c'est-à-dire les personnes concernées par l'actualité au sujet de laquelle on les fait parler. Ce sont les candidats politiques. La description de leurs actions est rapportée, le plus souvent au moyen de guillemets ou par des formulations syntaxiques introduisant leur participation, pour démontrer qu'il ne s'agit pas des affirmations du rédacteur de l'article. On est ainsi face à l'exploitation de reportages et de comptes rendus, destinés à favoriser la présentation des faits sans implication ou prise de position explicite de la part de la rédaction ou de l'auteur de l'article. Ce qui ne signifie pas que ce qui en ressort soit dénué d'implications politiques.

VI.2.3. La couverture médiatique favorable aux activités de l'opposition et l'implication éditoriale du média

La médiatisation favorable des activités de l'opposition se définit à partir de l'observation de deux éléments : la légère supériorité de la fréquence de la couverture médiatique de la campagne politique des acteurs de l'opposition (partis politiques et indépendants) et l'implication même de la rédaction à orienter l'information en faveur des opposants. Le média qui s'illustre dans cette manière de faire n'est autre qu'Echos du nord.

C'est le seul média en ligne, parmi nos sites d'information, à se distinguer comme celui qui donne un certain avantage aux activités de l'opposition. Il pourrait être perçu comme L'Union et Gaboneco qui ont avanta-gé les activités du pouvoir, à la différence qu'Echos du nord ne se voile pas et assume manifestement son image de média d'opinion, hostile au régime PDG et alliés.

Dès lors, on constate que plusieurs articles sont rédigés sous le genre du commentaire, à savoir l'éditorial et le billet. C'est dire qu'Echos du nord énonce clairement son point de vue sur les activités politiques publiées dans les colonnes de son site d'information. Rappelons que les publications issues de la version internet ne sont que la reprise des articles de la version papier. C'est donc sans ambiguïté que la version numérique d'Echos du nord se positionne positivement sur les actualités concernant les opposants et critique systématiquement les activités liées au parti du pouvoir.

Illustration 19 : Article d'Echos du nord sur la valorisation médiatique d'une activité de campagne d'un candidat de l'opposition

Deuxième siège d'Akiéni

Léon Paul Ngoulakia fait un tabac à l'ouverture de la campagne




Accueil triomphal de Léon Paul Ngoulakia à l'ouverture de la campagne électorale à Oss'Kama

Recueillement au mausolée du patriarche Jérôme Dabany, au village Obouo.

FRANAW

Candidat au 2e siège d'Akiéni pour le compte du parti de l'opposition Les Démocrates, dont il est vice-président, Léon Paul Ngoulakia a choisi le quartier Oss'Kama comme point de lancement de la campagne électorale le 26 septembre, avec pour thème « Rassemblement pour construire ». Ils sont venus nombreux des quatre coins du chef-lieu du département de Lekoni-Lekoni (Akiéni) pour écouter Ya Léon Paul. Hommes, femmes, jeunes et notables ont battu le rappel des troupes pour apporter leur soutien au « fils du village ».

Le candidat des Démocrates se présente en fédérateur de toutes les forces vives de la contrée, sans distinction d'appartenance politique, autour du développement d'Akiéni comme objectif principal. Au cours des échanges francs que le candidat a eus avec les populations, les difficultés quotidiennes, que celles-ci rencontrent, notamment l'accès aux services sociaux de base, ont été les évoquées. En réponse, Léon Paul Ngoulakia a assuré ses concitoyens de sa ferme volonté de tout mettre en œuvre pour travailler à l'amélioration de leurs conditions sociales pour l'ensemble de la contrée. Il les a invités à lui accorder un vote massif dès le premier tour afin de l'envoyer au Parlement, d'où il pourra se battre pour eux. Après l'accueil triomphal à Oss'Kama, la campagne va se poursuivre par des actions de proximité, allant des causeries aux opérations porte-à-porte. Les actes de soutien à la candidature de Ya Léon Paul se font chaque jour plus nombreux à Akiéni.

En prélude au lancement de sa campagne, Léon Paul Ngoulakia a tenu à saluer la mémoire de ses ancêtres en marquant un arrêt aux mausolées de la famille, sans doute pour demander leur soutien et leur bénédiction, avant de se lancer dans cette bataille qui doit le conduire à l'Assemblée nationale.

Source : Hebdomadaire, Echos du nord, N°607 du Vendredi 28 Septembre 2018.⁵⁰⁰

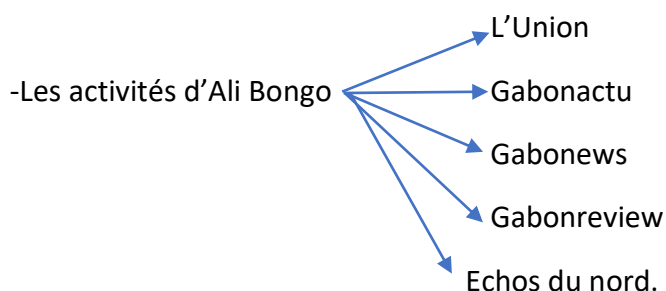
⁵⁰⁰. Au moment où nous cherchions à répertorier la version numérique des articles d'Echos du nord via leur site internet en 2021, il se trouve que le site internet avait été mis à jour et la plupart des publications de 2016 n'apparaissait plus. Il a fallu rentrer en contact avec des journalistes du média pour pouvoir obtenir les publications réalisées pendant la période des législatives 2018. Grâce à Martial Idoundou, un des journalistes du média, nous avons pu avoir les versions papiers, scannées et numérisées, qui nous ont été envoyées par ce dernier. Ce qui, d'ailleurs a été plus avantageux, car au départ de la création du site, avant sa mise à jour complète, on ne pouvait retrouver qu'une partie de la version papier. Et pour la version complète, il fallait payer un abonnement ou payer la version papier du journal. La stratégie d'abonnement n'ayant pas porté ses fruits, le site a été reconfiguré pour, cette fois-ci, le présenter sous le format des sites d'information en ligne. Actuellement, les articles mis en ligne sur le site sont un texte réduit proposant une sorte de résumé de l'article sur la version papier.

Cet article est un exemple de la façon dont Echos du nord traite l'information des candidats issus de l'opposition. Sur l'article, on remarquera que les guillemets ne sont utilisés qu'à deux reprises. Ceux-ci ne sont point pour rapporter les propos du protagoniste, mais simplement pour indiquer le slogan de sa campagne « Rassemblement pour construire » et désigner le qualificatif qui lui a été donné par la population de la contrée : « fils du village ». Certes, le rédacteur fait un compte rendu de l'activité de l'opposant Léon Paul Ngoulakia du parti Les Démocrates à Akiéni, mais il utilise sa propre sensibilité, ses propres mots pour décrire l'évènement. Et tout le contenu de l'article ne présente que les aspects positifs du déroulement de cette activité. Et pour montrer sa sympathie à l'égard du candidat, ce dernier est surnommé « Ya Léon Paul » à deux reprises dans cet article. Cette façon d'appeler une personne, venue du langage traditionnel de certaines ethnies gabonaises et qui s'est popularisée dans la société, est une marque d'affinité et de respect que l'on confère à celle-ci.

A travers cette illustration, il se dégage un certain rapport de connivence ou d'engagement du média à l'égard des acteurs politiques de l'opposition qui semble partager une lutte commune : celle de l'hostilité au pouvoir en place. Pour revenir au travail de recherche mené par Menie Mbeng, cela fait montre du positionnement politique d'Echos du nord qui, finalement au même titre que les acteurs politiques de l'opposition, se présente comme « un entrepreneur de l'alternance politique » au Gabon⁵⁰¹.

Après avoir mené la réflexion sur la médiatisation des activités politiques des partis du PDG et alliés et ceux des opposants et indépendants, une troisième orientation apparaît dans divers sites d'information : il s'agit de la médiatisation des activités du président Ali Bongo.

VI.3. La couverture médiatique des activités d'Ali Bongo, une thématique incontournable en temps d'élection



La question des activités d'Ali Bongo structure la classe 6. Sur le graphique des modalités de la variable médias, *L'Union* est le site d'information qui suremploie le plus cette

⁵⁰¹. Menie Mbeng Grâce, « La presse d'opposition au Gabon, un entrepreneur de l'alternance politique : les cas d'Echos du Nord et Le Mbandja », *Loc.cit.*

thématique comparativement aux autres. A la lecture des segments de texte caractéristiques de la classe 6, on peut scinder cette actualité en trois angles : les activités diplomatiques du président, la situation politique d'Ali Bongo et la critique des activités du président Ali Bongo.

VI.3.1. La médiatisation des activités diplomatiques du président gabonais Ali Bongo

Pour ce qui est de l'activité diplomatique d'Ali Bongo, L'Union et Gabonactu s'illustrent beaucoup plus sous cet angle informationnel. Il s'agit pour ces deux médias d'avoir mis en évidence l'information institutionnelle, c'est-à-dire, publier les activités d'Ali Bongo sous le prisme de son agenda diplomatique. Cela se traduit par la médiatisation des déplacements et rencontres du chef de l'Etat à l'international. On peut comprendre que n'étant pas directement concerné par les législatives, car ne pouvant lui-même être candidat, Ali Bongo suscite une médiatisation qui sort du contexte électoral proprement dit pour se centrer sur ses activités diplomatiques. Chose que L'Union met en exergue à travers les passages suivants :

- Le président reçoit le secrétaire général de la CEEAC : « *Ahmad Allam, mi hôte d'Ali Bongo Ondimba. Le chef de l'Etat, Ali Bongo Ondimba, a reçu, hier, en sa qualité de président en exercice de la communauté économique des Etats de l'Afrique centrale (CEEAC), le secrétaire général de ladite organisation, Ahmad Allam-Mi* » ;

- La participation du président au sommet de l'OIF : « *En marge de sa participation au 17^{ème} sommet de l'Organisation internationale de la francophonie à Erevan en Arménie, le président gabonais Ali Bongo et son homologue français Emmanuel Macron ont longuement échangé sur la situation politique et économique du Gabon* ».

Gabonactu, lui, met en lumière l'activité diplomatique d'Ali Bongo à partir des segments de texte suivants :

-L'invitation du chef de l'Etat par son homologue Alpha Condé : « *Le président de la République, chef de l'Etat, Ali Bongo Ondimba, a pris part mercredi dernier, à la célébration du 60e anniversaire de l'indépendance de la Guinée-Conakry* » ;

-L'intervention d'Ali Bongo à l'OIF : « *Rappelons que grâce au plaidoyer du Président Ali Bongo Ondimba, les chefs d'Etat et de gouvernement des pays membres de l'OIF ont entériné en 2016 lors du sommet d'Antananarivo, la résolution portant création au sein de l'institution d'une entité permanente pour l'égalité de genre* ».

VI.3.2. La couverture médiatique de la situation politique d'Ali Bongo

Le second aspect est relatif à la situation politique d'Ali Bongo. Il est présent dans les quatre sites d'information composant cette catégorie. Il s'agit ici de relever des informations qui font montre des péripéties politiques directes et indirectes du président sur le plan national. A ce niveau, on dégage quatre angles d'attaque :

-L'encensement du pouvoir d'Ali Bongo par certains acteurs politiques : cet angle est mis en évidence par *Gabonactu* et *Gabonreview*. Pour cela, on peut relever les passages caractéristiques ci-après : « *En 2025, il faut trois mandats à Ali Bongo selon Guy Christian Mavioga. C'est dans un hôtel de la place que Guy Christian Mavioga, secrétaire exécutif du bloc démocratique chrétien (BDC) a célébré, le mardi 16 octobre dernier, les 9 ans de magistère d'Ali Bongo Ondimba* » (*Gabonreview*) ; « *Guy Christian Mavioga souhaite que le président Ali Bongo Ondimba fasse 23 ans au pouvoir. Le temps ne nous appartient pas même si nous sommes donnés 23 ans pour construire un Gabon nouveau et émergent, a-t-il souligné* » (*Gabonactu*).

-La légitimation politique par l'appropriation de l'image d'Ali Bongo : c'est le fait d'acteurs politiques affirmant agir dans l'intérêt du président, et qui se servent de cette posture pour donner plus de valeur à leurs actions auprès des populations. Ce type d'information revient souvent sur un certain nombre de textes publiés par *Gabonreview* : « *Le membre du Bureau politique PDG a entretenu les populations sur son ambition d'être une interface crédible entre elles et les plus hautes autorités en tête desquelles le chef de l'Etat Ali Bongo Ondimba* » ; « *Ali Akbar Onanga exhibe en arrière-plan, tel un suppléant, le Président de la république, Ali Bongo Ondimba* ».

-La remise en cause de la légitimité du pouvoir d'Ali Bongo : depuis l'élection présidentielle de 2016 qui a vu Ali Bongo reconduit pour un second mandat, la question de sa légitimité se pose au regard des contestations croissantes de la part des populations et des opposants. C'est dans cette optique qu'un groupe de personnes nommé « les amis de Jean Ping (principal leader de l'opposition) » a de nouveau interpellé la communauté internationale sur ce sujet. Cette actualité politique a, de ce fait, été médiatisée par *Gabonews* : « *Estimant pour leur part, que l'épisode de la présidentielle du 27 août 2016 n'est pas encore à son épilogue, les membres de la CNR rappellent l'implication de l'UE durant ledit processus électoral : "Comme le sait la communauté Internationale, cette élection a été remportée par Monsieur Jean PING* ».

- Le problème de santé d'Ali Bongo : dans ce climat électoral, alors que le président de la République continuait ses activités diplomatiques, lors d'un déplacement à Riyad pour assister au forum économique *Future Investment Initiative (FII)*, il est victime d'un accident vasculaire cérébral (AVC) le 24 octobre 2018. Mais l'information n'est pas officialisée comme telle par l'équipe de communication présidentielle qui préférerait parler de « fatigue sévère ». Les rumeurs allant bon train sur la véritable raison de la maladie d'Ali Bongo, plusieurs voix commencèrent à s'élever pour dénoncer l'opacité entretenue par le régime sur l'état de santé du président. C'est dans ce contexte que *Gabonmediatime* et *Gabonactu* font état de cette situation en relayant quelques faits marquants à ce sujet.

Illustration 20 : Article sur le questionnement de l'état de santé d'Ali Bongo dans Gabonmediatime



Source : www.gabonmediatime.com, publication du 30 septembre 2018.

Illustration 21 : Article sur la communication de la présidence sur l'état de santé d'Ali Bongo rapporté par Gabonactu



Source : <https://gabonactu.com>, publication du 26 octobre 2018.

Les articles compris dans ces deux illustrations ont concouru, parmi d'autres, à avoir mis dans l'espace public gabonais le sujet de la santé du président alors qu'une certaine crainte semblait se manifester sur la question. Il faut dire que la santé des chefs d'Etat en Afrique, surtout en Afrique centrale, est souvent un sujet sensible à aborder. La raison étant que l'on assimile la maladie à un état de fragilité. Et pour un chef, il n'est pas bien perçu par le peuple que ce dernier soit faible ou diminué.

A cet égard, la Constitution gabonaise prévoit des dispositions pour pallier ce genre de situation. Or, c'est pour éviter l'activation de ces dispositions inscrites dans la Loi que le gouvernement gabonais a longtemps hésité à communiquer sur l'AVC du président et a préféré parler de « fatigue sévère »⁵⁰². C'est par la force des médias internationaux et des réseaux sociaux, par la grogne des populations et de certains acteurs politiques, ainsi que grâce à certains médias nationaux que les autorités publiques ont été contraintes de communiquer sur l'affaire. D'où l'exemple sur ces deux articles de Gabonmediatime et Gabonactu.

VI.3.3. La médiatisation orientée vers la critique dépréciative des activités d'Ali Bongo

Comme on peut s'en douter, l'actualité autour du président gabonais suscite divers remous, parmi lesquels, les dénonciations de la politique menée par ce dernier et parfois les critiques acerbes sur ses actions ou sa personnalité. Echos du nord est le média qui correspond le plus à cette ligne éditoriale. Dans la quasi-totalité de ses articles relatifs au chef de l'Etat, la dépréciation, la remise en cause ou la dénonciation sont systématiques. On relevait déjà que le média a la particularité de surnommer le président « Boa », ce qui signifie nul ou médiocre dans le langage argotique gabonais. C'est clairement une manière d'annoncer la couleur du média par rapport à l'image qu'il compte peindre du dirigeant du parti au pouvoir.

Pour étayer à cette assertion, voici quelques passages caractéristiques qui traduisent la façon péjorative dont Echos du nord médiatise les actions d'Ali Bongo :

-La dénonciation de l'enrichissement illicite de la famille Bongo avec l'argent public : « *Dialogue. Rentes. Élections. Système-bongo. Dialogue et débongoïsation. Il faut s'affranchir du monde des ombres de la caverne. Dans l'une de nos précédentes livraisons, nous sommes revenus sur la question des rentes et de leur rôle capital au Gabon dans la construction simultanée de l'État et de la fortune d'une seule et même famille : les Bongo* ».

-La critique du niveau limité des connaissances intellectuelles du président : « *BOA combat le nationalisme africain. Pour BOA, le nationalisme est donc synonyme de « rejet de l'étranger par la préférence nationale, (...) préférence provinciale ou religieuse, pour finir en préférence ethnique ou tribale. Toutes choses qui diffèrent du patriotisme. Alors que le nationalisme est le rejet de l'autre au nom de la nation, le patriotisme est au contraire l'acceptation et l'implication de l'autre, quelles que soient ses origines, dans l'œuvre de construction de cette même nation* » ;

-La burlesque tentative de séduction des masses populaires par le chef de l'Etat : « *BOA a parlé aux « goudronniers* ». Pour dire que BOA dans son adresse à la nation a parlé dans un style où l'on a bien compris que le rédacteur habituel de ses discours avait bel et bien quitté les lieux. Et pourtant, pour la circonstance, il aurait pu s'adresser à l'ancien sherpa de son père en la matière, en l'occurrence Michel Essongué. Mais hélas ! BOA ne fait pas du « neuf avec du vieux ! ».

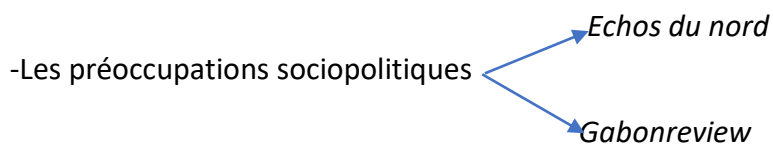
⁵⁰². C'est l'article 13 de la Constitution gabonaise issue de la révision du 12 janvier 2011

Comme on peut le constater, la thématique sur les activités d'Ali Bongo est assez riche en angles de traitement. Ce qui peut être compréhensible du fait que l'agenda institutionnel du président de la République et ses actions passent le plus souvent comme la principale actualité nourrissant les colonnes de la plupart des médias (publics comme privés). En période électorale, l'activité du chef de l'Etat est d'autant plus scrutée et analysée par les médias. Les sites d'information en ligne n'ont pas dérogé à cette règle pendant la période des législatives 2018.

VI.4. Le cadrage médiatique des thématiques politiques pendant la période électorale

Le processus d'analyse sera le même que celui réalisé avec la catégorie précédente. Ce qui veut dire que nous avons identifié les thèmes à partir de la CHD, déterminé les sites d'information qui suremployent ces thèmes à partir du graphique des modalités de la variable des médias, déterminé les caractéristiques éditoriales du média et formulé des interprétations sur la base du contenu, des données du terrain et du contexte social.

VI.4.1. Les projets sociopolitiques : une quasi-exclusivité médiatique du PDG et la dénonciation des promesses non tenues



Les projets sociopolitiques représentent la classe 7 de la CHD. Bien que pouvant être comprise dans plusieurs sites d'information, cette thématique est principalement suremployée par *Gabonreview* et *Echos du nord* telle qu'on peut l'observer sur le graphique.

Gabonreview sur cette thématique a choisi un angle plutôt paradoxal à sa démarche éditoriale qui consiste à présenter les faits de façon à faire intervenir les différentes forces politiques en présence en tentant d'exercer un certain équilibre ou proportionnalité. Sur cette question, le traitement se fait en médiatisant fortement les projets formulés par le candidat indépendant, mais proche du pouvoir via l'Ajev⁵⁰³, dans la commune d'Akanda,

⁵⁰³. L'AJEV est une organisation associative fondée et gérée par Brice Laccruche Alihanga, à l'époque, directeur de Cabinet du président. Elle a eu pour ambition de soutenir, à la fois, la jeunesse sur des projets sociaux et servir de rempart à Ali Bongo sur le plan politique. Cette association disparaîtra d'elle-même après l'emprisonnement de son fondateur Laccruche en décembre 2019 pour des raisons dites, officiellement, de détournement de fonds publics. Mais jusqu'à l'heure actuelle, alors que plusieurs personnalités influentes, ministres comme directeurs d'entreprises publiques proches de l'ancien directeur de Cabinet, ont été licenciées de leurs postes et d'autres incarcérées, Franck Nguéma a pu se maintenir comme ministre des Sports et a intégré pleinement le PDG.

Franck Nguéma, au détriment d'autres acteurs politiques dont les projets sont très peu médiatisés. En appliquant les passages caractéristiques de la classe 1 et les segments de texte caractéristiques de *Gabonreview*, la quasi-totalité d'identification des projets sociopolitiques qui ressortent proviennent effectivement du candidat du PDG Franck Nguéma. Le discours est grandement axé sur le cap de « l'émergence » que le PDG s'est fixé. Cela passe par l'amélioration des politiques publiques que le candidat et ses soutiens promettent d'œuvrer à défendre s'ils sont élus à l'Assemblée nationale. Comme modèle de discours, parmi ceux mentionnés plus haut dans les caractéristiques éditoriales *Gabonreview*, nous pouvons avoir l'illustration suivante : « Franck Nguéma et Fabrice Makouza veulent en outre promouvoir l'Etat de droit, la stabilité et la paix pour consolider la République. Ils espèrent obtenir l'amendement de la loi no28/2016 du 6 février 2017 portant Code de protection sociale pour rendre obligatoire le paiement de l'allocation chômage, un amortisseur social face à la crise ».

Ce constat n'est pas anodin. Franck Nguéma est un *manager* et ancien promoteur de la chaîne de télévision privée TV+ qui fut l'un des médias nationaux d'information générale et politique ayant connu un fort succès au début des années 2000. Il est le neveu de l'opposant emblématique, ancien baron et ministre de l'Intérieur du PDG, André Mba Obame (AMO)⁵⁰⁴. S'étant lancé dans la politique quelques années après le décès de son oncle, Franck Nguéma se rapproche politiquement du pouvoir et se présente à la députation des législatives 2018 dans la commune d'Akanda. Son histoire, son aura et son expérience dans le *management* des médias vont lui servir d'atout pour inciter les médias à s'intéresser à sa campagne politique. C'est certainement de ce fait qu'il se retrouve fortement médiatisé par *Gabonreview* en ce qui concerne la présentation de ses projets.

Echos du nord, fidèle à sa ligne éditoriale, a plutôt mis en avant le manque de réalisation des projets et promesses du régime et des hommes politiques qui l'incarnent. Bien que ne figurant pas dans la catégorie des médias ayant fortement médiatisé les activités des candidats du pouvoir dans le graphique, il n'en demeure pas moins qu'Echos du nord a pris en compte un certain nombre d'évènements réalisés par les partis du PDG. C'est d'ailleurs par cette actualité que le média fait état des critiques prononcées à l'endroit du pouvoir pour mettre en évidence les limites du système. Ce qui correspond à sa ligne éditoriale dont celle d'assumer la posture de média hostile ou très critique face au pouvoir.

Ainsi, plusieurs passages caractéristiques mettant en évidence des leaders de l'opposition permettent d'illustrer cette posture critique : « *Pour Zacharie Myboto, le président de l'UN, il est temps de mettre un terme à la mal gouvernance, la gestion calamiteuse et les choix hasardeux de BOA et son PDG* ». En reprenant les propos tenus par

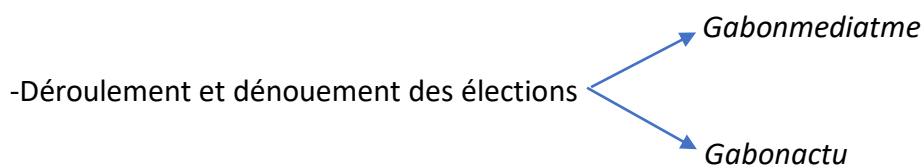
⁵⁰⁴. André Mba Obame devient opposant au régime PDG en 2009 après le décès d'Omar Bongo. Il va s'opposer à ABO (Ali Bongo Ondimba) à la présidentielle de la même année. Les résultats fortement contestés ayant donné vainqueur Ali Bongo, la situation post-électorale sera entachée d'une assez longue période d'instabilité politique dont la chaîne de télévision privée TV+ paiera les frais. Ses antennes qui permettaient la diffusion de la Chaîne à l'international et installées à l'ancienne Cité de la démocratie vont être sabotées et séquestrées par le régime, limitant ainsi l'espace de diffusion de TV+ à certaines régions du pays dont la capitale Libreville, mais lui interdisant d'être suivie à l'international. A la mort de l'opposant ABO le 12 avril 2015, la TV+ connaîtra des turpitudes du fait du conflit d'héritage de la chaîne qui oppose le désormais ministre, Franck Nguéma et certains membres de sa famille.

le même personnage politique, on peut lire la rigidité des termes pour critiquer la défaillance des projets politiques du parti au pouvoir : « *Oui, il faut sanctionner le système putschiste Bongo-PDG parce qu'il a failli, il déshonore le Gabon. Le pays est sous terre, il est gravement malade. Qu'il s'agisse de l'hôpital, de l'école, de la sécurité sociale, de l'eau, de l'électricité le Gabon est sous terre et maintenant, l'heure a sonné de sanctionner et pour y arriver, seul votre vote le fera* ».

On a donc ici, deux traitements différents de la thématique portant sur les projets sociopolitiques. Pour Gabonreview, l'accent est mis sur la présentation sans prise de position des projets formulés par le candidat indépendant proche du pouvoir. Pour Echos du nord, la logique éditoriale est manifeste. Il s'agit de remettre en cause les projets et promesses non tenues du régime en place à la lecture des propos des figures de l'opposition rapportées par le média.

Après la description de cette thématique, apparaît celle qui, selon la CHD, représente la troisième thématique la plus dominante : le déroulement des législatives.

VI.4.2. La médiatisation du déroulement controversé des législatives : entre la présentation des résultats et la question de la fraude électorale



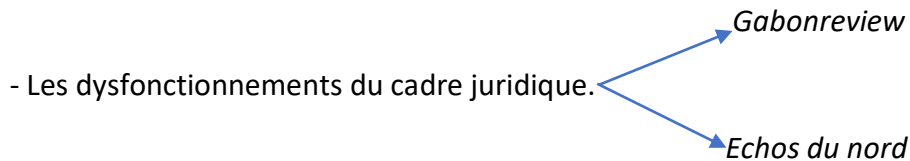
La thématique sur le déroulement des législatives constitue la classe 7 de la CHD et les termes qui permettent de justifier ladite thématique sont assez édifiants. On y voit apparaître les expressions telles que : *CGE* (Centre Gabonais des Elections, institution chargée d'organiser les élections au Gabon), *vote*, *résultat*, *scrutin*, *centre*, *bureau*, *élection*, *procès*, *fraude*, *urne*. Tout ceci rentre dans le champ lexical du déroulement de l'élection. Deux médias dont *Gabonmediatime* et *Gabonactu* se distinguent principalement dans le suremploi de cette thématique au vu de ce que nous présente le graphique des modalités de la variable médias. Deux angles en découlent. Le premier angle a consisté à décrire simplement les conditions et la manifestation de la proclamation des résultats par la CGE. Et ce premier aspect concerne les deux médias qui, dans les différents segments, présentent les annonces des résultats pour les candidats dans différentes localités. Le second angle qui apparaît est relatif aux contestations et irrégularités que clament certains acteurs politiques, en particulier ceux de l'opposition. Et sur ce plan, *c'est Gabonmediatime qui médiatise le plus cet état de chose* et un peu moins *Gabonreview* qui, lui, fait parler des opposants

s'insurgeant contre ce qu'ils nomment « la fraude »⁵⁰⁵. Plusieurs passages caractéristiques sur *Gabonmediatime* montrent ce niveau de dysfonctionnement sur le déroulement des élections :

- « *Manipulation du CGE par les Démocrates à Tchibange ? Alors que s'approche le jour fatidique du vote du 6 octobre, des suspicions de connivence entre le centre gabonais des élections (CGE) et certains parti politiques commencent à être décriées* » ;
- « *Outre les manœuvres visant à empêcher la présence des scrutateurs de l'opposition dans les bureaux de vote observées scrutin, certains partis se livreraient à du racolage d'électeurs par l'entremise d'affiches placardées à l'entrée des centres de vote* » ;
- « *Au terme de l'élection de nombreuses irrégularités entachent le scrutin sur plusieurs bureaux de vote et les suspicions de fraudes sont dénoncées par certains candidats...* ».

Ces quelques exemples illustrent l'intérêt de *Gabonmediatime* pour cette question, contrairement à *Gabonactu* qui s'est limité à publier les résultats de la CGE, de médiatiser les contestations et irrégularités soulevées dans le cadre du déroulement de ces législatives.

VI.4.3. La médiatisation du cadre juridique des élections : le focus sur les défaillances et le manque d'impartialité de la cour constitutionnelle



Le cadre juridique des élections constitue la classe 2 de la CHD. Il est fortement suremployé par *Gabonreview* et *Echos du nord*. Ce thème met en évidence les éléments juridiques qui encadrent l'organisation et le fonctionnement des élections au Gabon. Trois principaux sujets sont abordés : le contentieux électoral, la responsabilité de la Cour constitutionnelle et le respect de l'Etat de droit.

D'abord, cette thématique est mise en avant par les deux sites à partir de la médiatisation d'une longue tribune produite par un groupe d'intellectuels leaders d'opinions gabonais qui fustige une décision de la Cour constitutionnelle consistant à, désormais, faire payer la procédure de recours pour des contentieux électoraux. La tribune écrite par ce groupe de personnes se résume à mettre en cause « l'inconstitutionnalité » de cette mesure qui, selon ce dernier, est discriminante, car ne respectant pas « le principe d'égalité » entre

⁵⁰⁵. *Gabonreview* n'a pas été pris en compte parmi les médias traitant de la thématique sur le déroulement des législatives, car le graphique des modalités de la variable médias l'a classé parmi les sources ayant sous employé cette thématique. Ce qui revient à dire que son niveau d'investissement sur la question n'est pas suffisamment parlant.

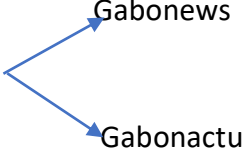
les citoyens devant la justice : « Elle favoriserait les partis politiques les plus nantis au détriment des partis désargentés en faussant de fait la compétition électorale ».

A cet angle d'attaque, *Echos du nord* en ajoute un second sur la thématique du déroulement des législatives. Il s'agit du manque de neutralité de la Cour constitutionnelle dans son rapport avec le régime au pouvoir : « Le système PDG-Bongo-Ondimba, adossée à une Cour constitutionnelle gardienne du système, a une constance depuis neuf ans : la vengeance et les coups tordus ». Le média met en évidence l'instrumentalisation des institutions telles la CGE et la Cour constitutionnelle au bénéfice de certains candidats du pouvoir contre ceux de l'opposition. Alors que le média qualifie le président de BOA, certains acteurs politiques proches du régime sont qualifiés de *roitelet*. Et c'est dans une situation d'adversité politique mettant en concurrence deux candidats du pouvoir et deux de l'opposition dans un territoire où « André Dieudonné Berre a régné durant quasiment deux décennies en roitelet indéboulonnable » que la CGE et la Cour constitutionnelle vont prendre parti pour disqualifier les candidats de l'opposition à partir d'une saisine de façade. A cet effet, *Echos du nord* ne manquera pas de souligner ce qui suit : « le CGE fortement aux coloris de l'ex-parti des masses, en plus d'être inféodé à la fois au Palais du bord de mer et à la Cour constitutionnelle où désormais le gros du pouvoir s'est déporté, est commis à la besogne ».

Sur les deux sites d'information, on est donc face à un traitement de la thématique du cadre juridique des législatives qui pointe clairement du doigt les anomalies observées dans le cadre réglementaire orchestré par les institutions censées réguler l'organisation et le fonctionnement des élections.

VI.4.4. L'actualité économique pour rendre compte des finances publiques et du phénomène du marchandage de conscience des populations en période électorale

- La situation économique sur l'état budgétaire du Gabon.



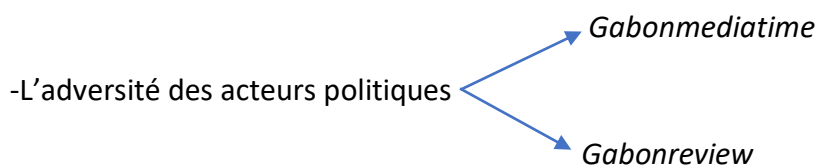
```
graph LR; A[La situation économique sur l'état budgétaire du Gabon.] --> B[Gabonews]; A --> C[Gabonactu];
```

La thématique liée au cadre économique des politiques publiques renvoie à la classe 1 et est manifestement surinvestie par Gabonews et Gabonactu. Il est surtout question de faire état des diverses dépenses et financements qui ont été réalisées sur des projets et les différentes dettes intérieures et extérieures de l'Etat gabonais. C'est sur la base d'un communiqué intégral du Conseil des ministres « du 15 octobre 2018 » que les deux sites natifs ont rendu compte de ces informations. L'intérêt qui semble se dégager de ce cadre économique est celui de présenter la situation de l'économie gabonaise par rapport à la gestion des autorités politiques. Ceci vise à interpeller les acteurs politiques, candidats aux

législatives, et les électeurs sur les enjeux de ces élections par rapport à la responsabilité de l'Assemblée nationale dans le cadre de la loi des finances.

Toutefois, *Gabonactu* va se distinguer en ne se limitant pas à l'angle des financements publics, pour aborder la thématique sous un angle purement politico-social. On le signifiait déjà dans la caractérisation de la classe 10 par rapport à la façon dont *Gabonactu* la suremploie, la spécificité du média est d'avoir révélé le geste « philanthropique » d'un candidat du PDG auprès des commerçants de sa localité : « Pour avoir versé une somme de quatre millions afin d'améliorer les conditions de travail de ces commerçants », *Gabonactu* présente là un fait de société habituel qui consiste à faire preuve de largesse financière auprès des populations en période électorale dans le but de s'attirer leur sympathie. D'aucuns parleraient d'achat des consciences. Mais cela reste une pratique non condamnée par la loi et les candidats des partis au pouvoir et ceux de la majorité sont ceux qui s'y adonnent le plus, ayant l'avantage de posséder plus de moyens financiers.

VI.4.5. La couverture médiatique des candidats opposés dans les mêmes sièges : entre la volonté d'équilibrer l'information et la recherche des poids lourds politiques



La thématique sur l'adversité des acteurs politiques renvoie à la médiatisation des confrontations politiques entre candidats opposés. Elle correspond aux classes 3 et 9, qui se caractérisent par le fait de mettre en scène les luttes politiques de deux ou plusieurs candidats au sein d'un même siège ou d'une même localité. Dans cet exercice, deux médias se distinguent : *Gabonmediatime* et *Gabonreview*.

L'une des actualités politiques structurant ce cadrage est la confrontation entre le candidat PDG Guy Bertrand Mapangou et l'opposant indépendant Frédéric Massavala Maboumba dans le département de Tsamba Magotsi. L'intérêt médiatique de cette confrontation est dû aux profils des deux candidats qui sont deux grands poids lourds de la politique gabonaise. Mapangou, à cette période, est ministre de la Communication et porte-parole du gouvernement. Quant à Massavala, il est ancien Ministre du gouvernement, mais ayant basculé dans l'opposition lors de la présidentielle de 2016 et se retrouve candidat depuis la prison où il demeure incarcéré depuis 2017. *Gabonmediatime* et *Gabonreview* vont particulièrement surmédiatiser cette actualité par rapport aux autres confrontations politiques. C'est la raison pour laquelle, sur le graphique des modalités de la variable médias, on se rend bien compte que seuls ces deux sites natifs apparaissent comme médias suremployant cette thématique.

Au regard de l'analyse réalisée sur la caractérisation des sites d'information et leur mobilisation préférentielle de certains cadrages, que peut-on dégager comme déductions fondamentales sur les logiques éditoriales ? Certaines observations générales vont nous permettre de tirer des conclusions quant au degré de pluralisme des différents médias du corpus, passant par la représentation des identités politiques, l'originalité des contenus et la plus-value des sites natifs comparativement aux médias en ligne.

VI.5. Conclusions sur les logiques éditoriales des sites d'information

VI.5.1. Deux principales catégories de sites natifs : les sites natifs faiblement impartiaux et les sites natifs relativement impartiaux

En général, lorsque nous avons procédé à l'analyse de contenu sur l'ensemble des articles publiés par les sites d'information soumis à notre étude, excepté les deux médias en ligne que sont Echos du nord et L'Union, les sites natifs se sont révélés être des médias d'information bien plus que d'opinion ou de propagande, ce qui n'était au départ pas assuré. Aucun de ces médias ne possède une identité ou une idéologie politique flagrante et assumée. Ceci a pu se lire dans l'effort de mettre en œuvre une forme de distanciation de la rédaction vis-à-vis des faits, par le recours fréquent aux genres du reportage, du compte rendu et de l'interview.

Les genres journalistiques liés au commentaire sont très peu utilisés par la plupart des sites natifs. Par ailleurs, *Gabonreview* est le principal site natif qui se caractérise par l'utilisation de l'analyse, quoique les genres de l'information restent dominants. D'autres sites comme *Gabonmediatime* font de l'analyse, mais de manière peu fréquente. Comparativement à *Gabonreview*, la fréquence de l'analyse que l'on retrouve sur les autres sites sont dérisoires. Ils ont tout de même un point commun, c'est que les articles où apparaissent les analyses ne concernent pas directement les activités de campagne des acteurs politiques. Ces analyses se retrouvent plutôt sur des cadres relevant d'un cadrage thématique, c'est-à-dire, relatifs à des sujets d'ordre général.

En outre, en approfondissant l'analyse des cadres, on est parvenu à expliquer les disparités de traitement médiatique des différents sites d'information par certains éléments relevant des contextes de production de l'information. Certains privilégient la médiatisation des activités d'un bord politique par rapport à d'autres. Sur ce point, la différence entre les sites s'établit au niveau de la fréquence de la couverture médiatique des acteurs politiques mis en agenda et l'orientation critique dans la description des événements qui les concernent. C'est ainsi que l'on en vient à distinguer les sites natifs faiblement impartiaux et les sites natifs relativement impartiaux.

VI.5.1.1. Les sites natifs faiblement impartiaux

Cette catégorie de sites natifs désigne les sites qui ont fortement médiatisé l'actualité des acteurs politiques du parti au pouvoir et des partis de la majorité. L'équilibre ou la

proportionnalité n'a pas été évidente au regard de la forte concentration des activités liées au PDG et ses alliés au détriment de celles issues des acteurs de l'opposition. A cela s'est ajoutée, dans certains sites, une orientation appréciative dans la description des faits des leaders des partis du pouvoir, et de manière symétrique une dévalorisation assez nette de certaines réalisations des acteurs des partis de l'opposition. Dans ce cas de figure, le site natif qui s'est le plus illustré dans ce sens est *Gaboneco*. Par ailleurs, en termes de niveau de médiatisation dans le cadre du déséquilibre accentué de l'information favorable au PDG, le site *Gabonactu* se présente comme celui ayant le plus répondu à ce critère, nonobstant le fait qu'il n'y ait pas dans son contenu éditorial des commentaires impliquant l'appréciation du média dans la description des événements du parti au pouvoir.

VI.5.1.2. Les sites natifs relativement impartiaux

C'est la catégorie des sites natifs où l'effort de proportionnalité a été manifeste entre la médiatisation des activités des partis du pouvoir et celle des partis de l'opposition. Ici, on parle en termes d'effort de proportionnalité plutôt que d'équilibre, car il n'y a pas une mécanique clairement établie pour mesurer la proportionnalité entre les différents partis politiques. De façon subjective, mais logique, on peut au moins partir du principe qu'un équilibre informationnel est souhaitable pour éclairer le citoyen en période électorale. Cet équilibre voudrait que l'on accorde aux partis du pouvoir et à ceux de l'opposition le même niveau de couverture en temps d'élection dans les médias publics comme privés⁵⁰⁶.

Toutefois, ne pouvant obtenir de manière parfaite cette parité, il revient à chaque média de faire l'effort de ne pas créer un trop grand fossé dans le traitement des différences politiques et se rapprocher le plus possible de cet équilibre de l'information en période électorale, notamment ceux des médias qui refusent l'étiquette de média d'opinion. La notion de proportionnalité serait donc mieux adaptée à celle d'équilibre ou d'égalité. Cette proportionnalité s'entend alors comme intention de se rapprocher d'un équilibre dans la médiatisation des activités des partis du pouvoir et celle de l'opposition, sans parti pris explicite. Mais dans la mesure où le PDG est le parti de masse le plus implanté dans le pays, il possède un avantage structurel en termes de visibilité et d'accès aux médias. Il n'est alors pas surprenant que les partis du pouvoir soient légèrement plus médiatisés dans la plupart des médias nationaux.

Malgré cela, certains sites natifs essaient de médiatiser les activités des sensibilités politiques différentes de manière certes pas parfaitement équilibrée, mais relativement équitable. D'où la catégorie des sites natifs relativement impartiaux. C'est le cas de *Gabonreview*, *Gabonmediatime* et *Gabonews*, à qui on peut reconnaître un effort de proportionnalité dans le traitement de l'information politique pendant ces législatives 2018.

En second lieu, l'analyse de contenu nous a permis d'identifier les similitudes et les différences éditoriales qu'il peut y avoir entre les sites natifs et les médias en ligne.

⁵⁰⁶. La Loi n°019/2016 du 09 août 2016 portant Code de la Communication en République gabonaise, en son Article 62, stipule que : « les médias privés sont tenus de respecter le pluralisme d'opinions, la diversité politique et culturelle ».

VI.5.2. Les similitudes et différences éditoriales entre les sites natifs et les médias en ligne

Rappelons que le travail porte foncièrement sur les sites natifs, l'intérêt étant d'interroger la contribution de ces sites d'information gabonais au pluralisme médiatique en temps d'élection. Pour avoir une lecture plus intéressante de l'apport de ces sites dans un système médiatique dominé par les médias traditionnels, on ne pouvait faire abstraction de la participation de ces derniers dans la dynamique de traitement de l'information lors d'enjeux politiques. Procéder de la sorte nous a permis de voir en quoi les sites natifs gabonais peuvent vraiment se distinguer ou pratiquer une forme de mimétisme avec les médias traditionnels.

Pour y arriver, comme nous l'expliquions dans la partie méthodologique de ce travail, nous avons fait le choix de deux médias traditionnels diamétralement opposés en termes de ligne éditoriale dont l'un est pro-gouvernemental (L'Union) et l'autre reconnu très hostile au pouvoir (Echos du nord) ou proche de l'opposition. Partageant les points communs d'être les deux journaux les plus cotés sur le plan national et possédant une version internet de leurs médias, les contenus publiés sur les sites de L'Union et Echos du nord nous ont permis de situer ceux des sites natifs soumis à notre étude.

Ainsi, c'est par le biais de cette démarche que nous sommes arrivés à identifier les similitudes et les différences entre les deux types de sites d'information. D'une part, en ce qui concerne les similitudes, deux caractéristiques ressortent : la prédominance de la médiatisation des activités relatives aux partis du pouvoir et l'identification de plusieurs cadres communs. D'autre part, pour ce qui est des différences, on a pu observer trois caractéristiques : la prise de distance éditoriale des sites natifs par rapport aux médias en ligne, l'effort de la proportionnalité de la couverture médiatique des identités politiques et la mise en visibilité des régions reculées.

VI.5.2.1. Les similitudes éditoriales entre les sites natifs et les médias en ligne

Les similitudes éditoriales renvoient à ce qu'il y a de commun dans la médiatisation des faits politiques entre les sites natifs et les médias en ligne pendant le contexte électoral.

VI.5.2.2. La prédominance de la médiatisation des acteurs des partis au pouvoir

L'Union et Echos du nord, bien qu'ayant des lignes éditoriales clairement différentes, traitent majoritairement des acteurs du pouvoir en place, en tête desquels figure le président Ali Bongo. Pendant ces législatives, on a pu constater que l'Union s'est beaucoup focalisé sur les activités des candidats du PDG et sur les activités diplomatiques d'Ali Bongo. De l'autre côté, Echos du nord qui ne se prive point de montrer sa ligne critique face au régime gabonais s'est attelé à présenter les limites du pouvoir dans le cadre des projets sociopolitiques. Le média revient très souvent sur la dénonciation de ce qu'elle perçoit comme la monarchisation du pouvoir à travers les attributs tels que « Boa » et « roitelet » pour désigner le président et ses collaborateurs. Aussi, Echos du nord fait état de l'emprise

du régime sur les institutions prétendument indépendantes telles la Cour constitutionnelle et le Centre gabonais des élections (CGE).

Dans ce même ordre d'idée, nous avons pu noter l'avantage médiatique des activités des partis du pouvoir qui s'observe dans le contenu des sites natifs de façon générale. Les activités des candidats du parti au pouvoir et ceux de la majorité occupent une place importante dans les sites natifs fortement impartiaux comme *Gaboneco et Gabonactu*. Dans les sites natifs relativement impartiaux comme *Gabonreview, Gabonews* et *Gabonmediatime*, les activités liées aux partis du pouvoir occupent également un peu plus de place que les activités des partis de l'opposition. Et lorsqu'on y ajoute l'actualité du président de la République que *Gabonactu, Gabonews* et *Gabonreview* ont beaucoup médiatisé, la prédominance des activités des partis au pouvoir devient une évidence dans l'agenda médiatique des sites d'information numériques, quels qu'ils soient.

VI.5.2.3. L'identification des thématiques communes

Plusieurs thématiques similaires se retrouvent dans les deux types de sites d'information. Au-delà du cadre lié aux législatives (les activités des candidats du pouvoir et celles des candidats de l'opposition) qui se retrouvent naturellement dans l'ensemble des contenus des médias au regard du contexte de l'étude, surviennent des cadres beaucoup plus spécifiques que partagent certains médias. Plus concrètement, il s'agit des projets sociopolitiques et du cadre juridique des législatives. Ces deux registres ont été identifiés comme distincts, mettant principalement en relief deux sites d'information que sont *Echos du nord* et *Gabonreview*.

En effet, lorsqu'on se réfère au graphique des modalités de la variable des médias, on s'aperçoit qu'hormis les classes beaucoup plus focalisées sur les activités des candidats politiques (classes 2, 3 et 7) dans lesquelles apparaissent les sites natifs et les médias en ligne, les classes 1 et 9 mettant en évidence *Gabonreview* et *Echos du nord* sont les plus discriminantes. Cela montre une assez forte propension pour les deux médias à s'être surinvestis dans la médiatisation des thématiques sur les projets sociopolitiques et les questions juridiques des élections législatives.

L'actualité politique étant dominante en période électorale, globalement, les thématiques relatives aux législatives vont se retrouver dans l'ensemble des sites d'information. Les projets sociopolitiques et le cadre juridique, bien que sur-traités par *Gabonreview* et *Echos du nord* entrent dans ce cas de figure. Néanmoins, chaque site va avoir sa particularité dans l'angle choisi pour aborder les thématiques communes aux autres médias. C'est à ce stade qu'interviennent les différences de traitement éditorial des cadres mobilisés par les différents médias. D'où l'importance d'aller examiner ces particularités et dissemblances entre les sites natifs et les médias en ligne.

VI.5.2.4. Les différences éditoriales entre les médias natifs et les éditeurs de presse en ligne

Le point sur les similitudes éditoriales entre les sites natifs et les médias en ligne par rapport à l'actualité politique pendant ces législatives 2018 a permis de déceler les caractéristiques communes dans le contenu des informations publiées par ces nouveaux médias numériques. Mais on décèle aussi des différences dans la façon de traiter l'actualité politique entre ces deux types de sites d'information. Ces dissemblances au niveau des contenus se traduisent à travers les éléments discursifs suivants : le besoin de distanciation avec les idées exprimées par les sources, l'effort de la proportionnalité dans la médiatisation des forces politiques et l'intérêt de la mise en visibilité des législatives dans les régions reculées.

VI.5.2.5. La distanciation dans le traitement des thématiques abordées

La formulation de ce titre renvoie au fait de ne pas percevoir une prise de position explicite dans les idées rapportées, analysées ou commentées par le média, qui s'appuie le plus souvent sur des sources faisant partie du jeu politique (candidats, sympathisants, soutiens, etc.). Cette neutralité témoigne d'un désir d'informer en utilisant des techniques discursives et des genres journalistiques qui éloignent ou désimpliquent le rédacteur de l'information. Dans ce cas de figure, les genres journalistiques les plus appropriés seront ceux relatifs au pôle de l'information tels que le compte rendu, le reportage ou l'interview. Or, il se trouve justement que l'analyse du contenu que nous avons effectuée sur l'ensemble des publications réalisées par les sites natifs, a révélé un emploi beaucoup plus fréquent des genres journalistiques précédemment cités. Les genres journalistiques répondant au commentaire que peuvent être l'analyse, l'éditorial ou la tribune libre sont très peu exploités. Ce qui fait que la majorité des articles publiés sur ces sites natifs sont sous le modèle du reportage et du compte rendu. D'où le fait de reconnaître l'ambition de ces sites natifs à se constituer beaucoup plus comme des médias d'information plutôt que des médias d'opinion.

Gaboneco et Gabonactu dont la particularité est d'avoir fortement médiatisé les activités des candidats du PDG et de la majorité ne montrent pas des indices d'implication ou de positionnement dans la transcription des faits énoncés. L'avantage qui se dégage de l'actualité autour des activités des partis au pouvoir par rapport à l'opposition se traduit surtout à travers le niveau de fréquence qui leur est accordé. Mais dans le contenu des informations, on assiste davantage à des discours rapportés, c'est-à-dire que les événements sont relatés à partir des actions et propos des acteurs qui font l'actualité. On est donc face à l'utilisation fréquente du compte rendu, de l'interview et du reportage.

Gaboneco qui, pourtant, est un site natif dont les promoteurs sont proches du pouvoir, s'est tout de même évertué à ne pas clairement exprimer son favoritisme envers le régime à travers des éléments discursifs pouvant trahir sa pleine subjectivité. En revanche, c'est en analysant l'orientation de l'actualité sur les acteurs de l'opposition, souvent présentés sous un angle défavorable, que l'on parvient à mettre en évidence l'intention

voilée de mieux présenter les activités des partis au pouvoir par rapport à celles de l'opposition. Cette stratégie éditoriale est réalisée de façon subtile, car on la décèle difficilement dans les textes publiés, en l'absence de prise de position claire sur les différentes thématiques.

Par ailleurs, *Gabonactu* qui, lui aussi, s'est pleinement investi dans la médiatisation des activités des acteurs politiques issus du pouvoir, ne fait montre d'aucune implication partisane à l'examen du traitement des faits énoncés. Se servant majoritairement de comptes rendus et reportages, il s'agit pour le média de rapporter des faits sans pour autant laisser entrevoir des avis éditoriaux qui engagent le rédacteur ou le média dans son ensemble. On peut donc leur accorder cet effort ou subtilité de distanciation avec les informations publiées malgré le fait d'observer un fort agenda cadré sur les événements politiques des partis du pouvoir.

Quant aux médias tels que *Gabonreview*, *Gabonmediatime* et *Gabonews*, chez qui l'effort d'équilibre médiatique des sensibilités politiques a déjà été souligné, on y observe une forte propension à utiliser les genres journalistiques que sont le compte rendu, le reportage et quelque peu l'interview. Ce qui, comme pour les sites natifs précédemment cités, montre l'intérêt pour les rédacteurs de se limiter à la présentation des faits sans implication du média. Toutefois, dans certaines thématiques comme celles relatives à la santé d'Ali Bongo pour *Gabonreview* et le déroulement des élections pour *Gabonmediatime*, certaines analyses qui relèvent du commentaire ont pu être réalisées par ces deux sites d'information. Mais ces analyses ne renvoient pas nécessairement à une prise de position idéologique ou politique. Pour le premier cas, il s'agissait simplement de s'interroger sur l'absence et l'état de santé du président Ali Bongo au sujet desquels *Gabonreview* a émis des réserves par rapport au discours officiel qui semblait ne pas correspondre à la réalité. Pour le second cas, *Gabonmediatime* s'est permis quelques commentaires sur les dysfonctionnements observés lors de ces législatives. Ce sont là quelques bribes d'analyses que l'on peut retrouver dans certains sites natifs, mais sans pour autant influencer sur le caractère distancié qui apparaît dans le rendu des faits de manière générale.

Contrairement aux sites natifs, les médias en ligne que sont L'Union et Echos du nord montrent sans trop de difficulté leurs orientations éditoriales qui permettent de facilement identifier les appartenances et positionnements idéologiques. Pour L'Union, la tendance est à se positionner comme un média pro-gouvernemental en évitant de produire des informations qui mettent à mal les intérêts du régime politique gabonais. Lorsqu'on s'intéresse aux caractéristiques énumérées sur le journal L'Union, on y relève déjà des indices qui montrent l'orientation éditoriale favorable à la couverture des activités liées aux acteurs politiques du pouvoir. Cela passe par la médiatisation des discours officiels autour du Chef de l'Etat qui ne subissent aucune remise en cause ; les commentaires sur les activités des acteurs politiques avec, d'un côté, les bonnes actions et succès du PDG et partis alliés ; de l'autre côté, les dérives des partis de l'opposition.

Echos du nord en fait de même. L'hebdomadaire le mieux vendu du pays montre clairement son implication dans la manière de relater les faits dans ses articles. Par l'usage des expressions telles que « boa » et « roitelet » pour qualifier le chef de l'Etat et ses

collaborateurs, membres du gouvernement ou des partis alliés, le journal présente ses couleurs et n'hésite pas à se montrer très critique sur tout ce qui à trait aux activités concernant le régime. C'est la raison pour laquelle sur les thématiques liées aux projets sociopolitiques et au cadre juridique des élections, pendant que *Gabonreview* fait état des faits en rapportant les évènements des acteurs qui en font l'actualité, Echos du nord va par contre s'évertuer à analyser les faits en y présentant toujours les limites des acteurs du pouvoir, ainsi que celles des institutions aux ordres du maintien du régime.

A ce niveau, on peut donc marquer une première différence entre les sites natifs et les médias en ligne. Les sites natifs seraient plus enclins à présenter l'image de médias d'information visant une certaine neutralité lorsque les médias en ligne montrent clairement la subjectivité de leur positionnement éditorial en prenant parti idéologiquement sur certaines thématiques. Cette observation peut trouver son explication dans le fondement de la question sur la propriété des médias et des objectifs assignés à ces derniers.

En principe, comme on a pu le relever dans le quatrième chapitre de notre travail, les premiers sites natifs gabonais et qui restent jusqu'à présent des références sur le plan national en termes de professionnalisme journalistique sur internet ont été mis sur pied par des professionnels de l'information pour la plupart. Partis des médias traditionnels et ayant participé aux premiers projets de création de sites natifs gabonais, ces différents journalistes en décidant de mettre en place leurs propres sites d'information en ligne ont eu pour objectif de pratiquer autrement le journalisme. Par le moyen de la technologie internet, beaucoup de ces hommes de média se sont donné le pari de mettre en pratique, dans les sites d'information leurs appartenant, les règles de déontologie et d'éthique que recommande le métier. Chose qui, pour eux, était difficilement applicable dans les organes de presse traditionnelle d'où ils viennent, du fait des restrictions hiérarchiques, car leurs propriétaires sont pour la plupart des personnalités politiques ou des responsables proches des intérêts politiques.

D'ailleurs, le constat sur cet objectif d'apporter une pratique différente du journalisme se reflète dans les réponses qui ressortent des patrons ou supérieurs hiérarchiques des sites natifs lors de nos entretiens. A la question de savoir, quelles ont été les motivations et objectifs de la création de leurs sites d'information, la majorité des responsables a répondu avoir eu l'ambition d'être plus indépendant et faire du journalisme différemment. Harold Leckat, Directeur de publication du site natif *Gabonmediatime* dira à cet effet : « *je suis parti de la Loupe, après y avoir travaillé pendant deux ans (...), puis j'ai décidé de me consacrer à mon site en ligne Gabonmediatime pour faire autrement* ». Sur la même question, Franck Ndjimbi, responsable de *Gabonreview*, évoque ce qui suit :

« J'ai préféré partir de Gaboneco qui avait été racheté par des promoteurs proches de la présidence et dont la ligne éditoriale ne me convenait plus. Ainsi, en prévision de la coupe d'Afrique des nations qui approchait, avec un compère journaliste, Luc Lemaire, nous avons pris l'initiative de créer Gabonreview afin d'être plus libre et de mettre en pratique le professionnalisme journalistique tel qu'on voulait l'exercer (...) ».

Cette motivation pour les journalistes de partir à chaque fois des organes de presse traditionnelle pour créer leur propre site d'information en ligne traduit d'une certaine manière le besoin de produire du contenu qui se distingue de leur ancien média. L'effort de distanciation observée dans la description ou le rapport des faits d'actualité que l'on retrouve dans l'ensemble des sites natifs, malgré quelques exceptions, part certainement de cette ambition de vouloir faire preuve d'objectivité, certains diraient de neutralité, afin de s'éloigner de l'image de média d'opinion qui colle à la plupart des médias traditionnels. Dans un article scientifique portant sur le rapport entre les réseaux socio-numériques et les campagnes électorales au Gabon, le chercheur Ovoundaga relève cet a priori sur les médias officiels gabonais en ces termes :

« En période électorale, il se pose, pour eux, le problème de crédibilité et de légitimité dans le traitement des faits. Car les journalistes travaillant dans les médias publics sont accusés d'être à la solde du pouvoir et ceux exerçant au privé sont accusés d'être de connivence avec des personnalités politiques »⁵⁰⁷.

Comme le souligne cette citation, le corps social gabonais s'est détourné au fil des années des médias officiels, publics comme privés, en remettant en cause leur crédibilité au profit des discours alternatifs, notamment ceux émanant des réseaux sociaux sur internet. Ayant tenu compte de cette réalité, les professionnels des sites natifs essaient donc de se dissocier de ces considérations partisans en utilisant le plus possible les genres journalistiques qui leurs permettent d'aller vers une forme de neutralité dans la transcription des événements qu'ils publient. Ce qui justifie le constat fait sur l'utilisation fréquente des reportages, des comptes rendus et des interviews que l'on retrouve dans le contenu des sites natifs tels que Gabonactu, Gabonreview, Gabonews et même Gaboneco qui, d'une certaine manière, essaie de ne pas montrer explicitement son soutien au pouvoir.

VI.5.2.6. Entre efforts d'équilibre médiatique dans la représentation des forces politiques pour certains médias natifs et déséquilibre de l'information politique chez les éditeurs de presse en ligne

La seconde différence entre les sites natifs et les médias en ligne se situe au niveau du principe d'équilibre dans la représentation médiatique des forces politiques en temps d'élection. Sur ce point, on ne pourra pas affirmer sans nuancer le fait que les sites natifs fassent preuve d'équilibre de l'information de façon efficiente, contrairement aux médias en ligne. Il se trouve que la quasi-totalité de sites natifs tout comme les médias en ligne ont accordé beaucoup plus d'espace de médiatisation aux acteurs politiques du PDG au détriment des acteurs des partis de l'opposition. C'est le cas de L'Union, Gaboneco et Gabonactu. Pour d'autres, il y a eu une forme de proportionnalité dans la médiatisation des sensibilités politiques en présence. Comme on l'expliquait déjà, cette proportionnalité a consisté à ne pas créer une forte disparité entre la fréquence des activités du PDG et les activités des acteurs de l'opposition. Ce sont là les sites natifs tels que Gabonreview, Gabonmediatime et Gabonews. Le média Echos du nord a la particularité de ne s'être pas

⁵⁰⁷. Marcy Delsione Ovoundaga, « Réseaux socionumériques et campagnes électorales au Gabon », <https://revue.surlejournisme.com/slj/article/download/424/398>. Consulté le 5 juin 2023.

beaucoup investi dans la médiatisation de l'actualité politique autour des législatives. Par contre, sur les thématiques où il s'est le plus appesanti, on note que le journal se focalise sur la critique acerbe des actions politiques d'Ali Bongo en particulier et du régime politique en général.

Sur ce, on peut reconnaître aux sites natifs la volonté de faire preuve de proportionnalité dans la représentation médiatique des identités politiques comparativement aux médias en ligne où le déséquilibre est manifeste. Un état de fait qui peut s'expliquer, d'une part, par l'étiquette de médias partisans que les organes d'information traditionnels ont toujours portée. Et comme l'a dit le rédacteur en chef de Gabonreview, la plupart des médias traditionnels au Gabon, surtout les journaux, les chaînes de télévision et même les radios d'information politique et générale sont la propriété des hommes politiques. Or, la plupart des sites natifs, du moins ceux qui se distinguent professionnellement, sont créés par des particuliers, notamment des journalistes eux-mêmes⁵⁰⁸. Et d'autre part, l'exigence que se donnent les journalistes des sites natifs pour se démarquer passe par le respect de la déontologie journalistique en matière de couverture des événements électoraux. Cette déontologie veut qu'en période électorale, chaque média puisse obéir au principe d'équilibre de traitement de l'information selon les obédiences politiques. A cet effet, lors de notre entretien, Harold Leckat est revenu sur cette recommandation en ces termes :

« Ces dernières années, la HAC est très regardante sur l'application de ce principe dans les médias nationaux pendant les élections. Un comité composé de journalistes venant de différents médias est mis en place à cette occasion pour veiller à cela, et ce, même dans les médias publics acquis le plus souvent à la cause du pouvoir ».

Au regard des profils et des objectifs des responsables des sites natifs et des professionnels qui y exercent, on peut donc comprendre cette particularité de présenter les informations via les caractéristiques de distanciation et de proportionnalité médiatique des identités politiques pendant les législatives.

VI.5.2.7. La visibilité médiatique des régions reculées dans les sites natifs contrairement aux éditeurs de presse en ligne focalisés sur les grandes villes

Aux deux premières différences, s'ajoute une troisième liée à la visibilité médiatique des régions ou territoires reculés rarement médiatisés par les grands médias traditionnels. L'analyse de contenu a pu nous montrer que plusieurs sites natifs dont *Gabonews* principalement, mais aussi *Gabonmediatime* et *Gaboneco* dans une moindre mesure, ont une tendance à médiatiser les faits de campagne s'étant déroulés dans des localités à l'intérieur du pays. Un cadrage de l'actualité politique assez original, car les grands médias nationaux ont pour habitude de beaucoup plus se centrer sur les événements se produisant au niveau de la capitale et ses environs. C'est d'ailleurs ce que nous avons pu constater une fois de plus avec L'Union et Echos du nord où l'essentiel des activités nationales mises en

⁵⁰⁸. Propos (paraphrasés) recueillis de l'entretien avec Jean Robert Mbasani, *Loc.cit.*

agenda correspond aux faits politiques des candidats basés dans la province de l'Estuaire. C'est dire que les sites natifs pour se démarquer davantage des médias en ligne ont trouvé comme alternative de s'intéresser à la médiatisation des législatives dans les régions pas très souvent prises en compte dans les médias conventionnels.

Mais comment ces sites natifs parviennent-ils à couvrir et médiatiser les manifestations électorales se produisant à l'intérieur du pays lorsqu'on sait qu'ils n'ont pas toujours les ressources financières pour se permettre aisément de telles réalisations ? L'explication sur cette interrogation se trouve dans la pratique fréquente du publireportage. En effet, comme le mentionne le rédacteur en chef de *Gabonews*, Martial Tsonga :

« Pendant les élections, les personnalités politiques nous sollicitent beaucoup pour la couverture de leurs événements politiques, les meetings et autres, car ils expriment le besoin de communiquer suffisamment sur leurs activités. Et quand il s'agit des candidats dont les sièges sont en province, ils paient non seulement le service de la couverture médiatique, y compris les charges pendant tout le séjour que nous l'accompagnons dans les différentes localités »⁵⁰⁹.

C'est par ce type de procédé que les journalistes issus des organes d'information en ligne se retrouvent le plus souvent en capacité de pouvoir se déplacer régulièrement à l'intérieur du pays pour aller couvrir des événements, alors qu'il n'aurait pas été évident de le faire avec des fonds propres au média. Aussi, le nombre limité du personnel dans ces sites natifs fait que lorsqu'un journaliste est mobilisé par un acteur politique pour aller couvrir ses activités à l'intérieur du pays, la capacité d'aller couvrir d'autres événements pour d'autres candidats se réduit et il devient impossible d'aller vers un nombre conséquent de manifestations politiques.

Au regard de ces déductions, que doit-on retenir comme conclusion en ce qui concerne les trois principaux critères de pluralisme recherchés dans l'analyse du contenu des sites d'information ayant constitué notre corpus ?

VI.6. Evaluation des critères du pluralisme à partir des déductions de l'analyse de contenu

L'ensemble du corpus textuel composé essentiellement d'articles publiés dans les sites internet des médias soumis à notre étude a été profondément exploité à partir de la méthode de l'analyse de contenu. L'objectif de cette démarche a été de trouver des éléments discursifs devant nous permettre d'évaluer trois principaux critères du pluralisme que nous avons établis. Il a s'agit d'identifier les critères suivants :

- La représentativité équitable dans la médiatisation des identités ou forces politiques par les sites natifs ;
- La diversité des cadres des sites natifs dans le traitement de l'actualité politique ;
- L'originalité des sites natifs par rapport aux médias en ligne.

⁵⁰⁹. Propos recueillis de l'entretien avec Martial Tsonga, *Loc.cit.*

Au regard des déductions faites sur la base des interprétations des résultats de l'analyse de contenu, voici présentées, ci-dessous, les conclusions que nous en tirons pour répondre aux différents critères d'évaluation.

VI.6.1. Equilibre et proportionnalité : la représentation des différences politiques dans les médias natifs

Sur la question du traitement équitable des différences politiques lors des législatives 2018 par les sites natifs, les deux catégories de médias qui en découlent dont les sites natifs faiblement impartiaux et ceux relativement impartiaux ont montré qu'en général, l'actualité politique reste dominée par la médiatisation des acteurs issus du pouvoir et de la majorité. Malgré l'effort d'équilibre que s'efforce d'exercer la catégorie des sites natifs relativement impartiaux, à l'instar de *Gabonreview*, *Gabonmédiatime* et *Gabonews*, les acteurs politiques issus des partis de l'opposition restent moins médiatisés, voire sous médiatisés ou absents pour les indépendants.

De facto, nous sommes passés de la notion d'équilibre de l'information à la proportionnalité de la représentativité médiatique. En effet, dans le contexte sociopolitique gabonais, il semble difficile pour les médias d'accorder strictement le même espace médiatique aux différentes sensibilités politiques en temps d'élection. La raison principale à cela est le fait que les partis et les acteurs politiques n'ont pas le même poids dans l'échiquier politique national. Le parti au pouvoir (le PDG) qui règne sans partage depuis plus de soixante ans, a eu le temps nécessaire pour s'enraciner dans toutes les régions et contrôler pratiquement tous les secteurs d'activité de la société, y compris le secteur des médias. L'organisation et le fonctionnement de la HAC est une illustration de la mainmise des autorités de l'Etat sur cette institution censée réguler les médias nationaux de façon indépendante. Aujourd'hui, Le PDG constitue ce qu'il appelle « le grand parti de masse ». C'est la plus grande organisation politique stable du pays, qui possède ainsi le plus d'acteurs politiques influents installés dans la quasi-totalité des contrées. Lorsqu'on y ajoute les partis alliés réunis au sein de la Majorité républicaine et sociale pour l'émergence (MRSE)⁵¹⁰, la suprématie de la majorité présidentielle creuse numériquement davantage d'écart avec les partis de l'opposition.

Les partis de l'opposition, quant à eux, sont en perpétuelle reconstruction. Depuis toujours, il y en a qui naissent et disparaissent (MORENA, FER) pendant que ceux qui arrivent à perdurer dans le temps perdent leur influence et partisans (UPG, RPG) au profit des nouveaux acteurs (RHM, UN)⁵¹¹. Cette précarité des partis et acteurs indépendants de

⁵¹⁰. La Majorité républicaine et sociale pour l'émergence (MRSE) est un groupement d'une dizaine de partis politiques membres de la mouvance présidentielle prompt à soutenir le chef de l'Etat, Ali Bongo Ondimba lors de grands enjeux électoraux même si certains de ces partis se retrouvent parfois en confrontation avec le PDG pendant des législatives et des locales pour obtenir des sièges.

⁵¹¹. Morena : Mouvement de redressement national ; FER : Front d'égalité républicain ; UPG : Union du peuple gabonais ; RPG : Rassemblement pour le Gabon ; RHM : Rassemblement héritage et modernité ; UN : Union nationale.

l'opposition n'est pas de nature à consolider leur poids politique malgré l'intérêt qu'ils parviennent à susciter auprès des populations lors des enjeux électoraux. La mobilisation d'une partie importante du peuple gabonais aux échéances électorales est motivée, sans doute, par le besoin d'alternance et de changement de la classe politique plutôt que par adhésion à une véritable opposition ayant une base électorale acquise.

Dans cette configuration, il apparaît qu'en temps d'élection, comme ce fut le cas des législatives 2018, les médias vont avoir tendance à privilégier les acteurs politiques qui font l'actualité, en fonction poids politique des candidats. Cette assertion a été éventuellement confirmée par la plupart des professionnels ayant participé à notre enquête. A la question de savoir quels sont les facteurs ayant orienté leurs choix sur la couverture d'un évènement par rapport à d'autres pendant cette période électorale, voici les réponses qui ont été fournies :

Tableau 15 : Les facteurs de choix de la couverture médiatique des sites natifs

Sites natifs	Les enquêtés	La notoriété du parti ou candidat	L'agenda médiatique	A la demande des acteurs	La recherche de l'originalité	La recherche de l'équilibre
Gabonreview	5	5		1		5
Gabonews	6	3		4	3	3
Gabonactu	3	3	1			2
Gabonmediatim	4	3	2			3
Total	18	14	3	5	3	13
Pourcentage %	100	77,77	16,66	27,77	16,66	72,22

Source : Angoué Minang A.

Sur ce tableau, on constate qu'en majorité les professionnels des sites natifs prétendent être motivés à près de 78% par la notoriété d'un parti ou un candidat politique dans le choix de la couverture des évènements. La recherche de l'équilibre vient derrière à plus de 72%. Ces pourcentages semblent correspondre aux résultats de notre analyse de contenu où nous avons trouvé à chaque fois un léger avantage de la médiatisation des partis et personnalités politiques du parti au pouvoir, ainsi que la particularité de mettre le focus sur certains candidats dont la notoriété est reconnue sur le plan national. C'est le cas de la couverture médiatique de la confrontation des candidats dans certaines localités. Au niveau des partis de l'opposition, on a décelé l'effort de certains sites natifs à rechercher l'équilibre de l'information entre les sensibilités politiques. Dès lors, on a plutôt parlé de proportionnalité de l'information, comme indiqué précédemment, du fait de ne pouvoir établir l'égalité parfaite dans la médiatisation des camps politiques.

En troisième position, apparaît le facteur lié à la demande des acteurs politiques, soit près de 28%. Il s'agit là des candidats qui sollicitent des publiportages. Cet aspect est aussi ressorti lors de notre analyse où il a été évoqué l'une des raisons pour lesquelles les grands

partis politiques, PDG et alliés en tête, sont les plus médiatisés. La précarité économique des sites natifs, favorise chez eux cette pratique. La publicité commerciale classique faisant moins recette, les journalistes des sites natifs s'adonnent beaucoup aux publiereportages. Cette pratique est encore plus saillante en période électorale du fait des acteurs politiques émettant le besoin de communiquer davantage.

A ce titre, les partis et acteurs politiques possédant plus de moyens pour se payer les services des médias seront ceux qui bénéficieront d'un agenda médiatique plus évident. Et c'est dans ce cadre que les candidats du parti au pouvoir, ceux de la majorité et quelque peu certains de l'opposition vont avoir le privilège de profiter de plus de couverture médiatique. Pour reprendre les dires du journaliste de *Gabonactu*, Y.L. Goma, les candidats issus du pouvoir ont plus de moyens et sont plus disposés à investir dans la communication de leurs activités de campagne politique. C'est aussi la raison pour laquelle plusieurs sites d'information opportunistes naissent à l'approche d'une échéance électorale et disparaissent aussitôt après la fin de cette dernière.

Ces différents paramètres ont conduit à ce que nous avons appelé la proportionnalité médiatique de la représentativité des identités politiques dans les sites natifs, pour répondre au critère d'évaluation sur la médiatisation équitable des forces politiques en période électorale.

VI.6.2. Les thématiques dans les médias natifs : entre similarité et spécificité éditoriale

L'analyse du discours médiatique qui a reposé sur le contenu des articles publiés permet de signifier que les thématiques abordées dans les sites d'information sont similaires, mais avec des orientations éditoriales spécifiques à chaque média. En d'autres termes, cette presse en ligne aborde majoritairement les mêmes cadres sur l'actualité politique, mais avec des angles différents.

En fonction du niveau d'emploi d'une thématique par les différents médias, d'une part, il en est ressorti des thématiques surinvesties par plusieurs sites d'information tels que celles relatives aux activités du PDG et des partis alliés, les activités des partis de l'opposition et des indépendants, ainsi que les activités politiques et diplomatiques d'Ali bongo. D'autre part, il en est ressorti des thématiques moins abordées par les médias, mais identifiées comme spécifiques de deux médias au-moins. C'est le cas des thématiques telles que les projets sociopolitiques, le déroulement des élections, l'adversité politique entre candidats de même siège, le cadre économique sur les dépenses publiques et le cadre juridique des législatives. Un nombre de thématique assez cohérent par rapport au contexte de la période de l'étude et qui se retrouve traité dans les différents sites d'information ayant constitué notre corpus.

La plus grande richesse va se trouver dans les différents angles par lesquels les sujets sont abordés par les différents sites d'information. C'est ainsi qu'on va découvrir les sites favorables aux acteurs du parti au pouvoir et moins à ceux de l'opposition à partir de la présentation faite des situations valorisantes ou dévalorisantes d'un bord politique (*Gaboneco*, *L'Union*) ; la dénonciation viscérale des maux imputés au régime au pouvoir

(Echos du nord) ; les réflexions sur le fonctionnement des institutions (*Gabonmediatime*) ; la confrontation des candidats sur les enjeux des législatives (*Gabonreview*) ; les politiques publiques sur les dépenses budgétaires (*Gabonews*).

Ces différentes facettes forment les grands cadres qui témoignent de la diversité de l'actualité politique que l'on retrouve dans les sites d'information en ligne en période électorale. Cependant, les sites natifs présentent des particularités éditoriales qui se dégagent par rapport aux médias en ligne.

VI.6.3. L'originalité éditoriale des sites natifs par rapport aux médias en ligne

De façon générale, il est apparu manifestement que les sites d'information partagent pratiquement les mêmes cadres sur les questions d'actualité politique en période électorale. Selon les objectifs de chaque média, les angles pour traiter ces thématiques sont variés. Mais encore, sur l'aspect éditorial, les sites natifs se démarquent des médias en ligne par le fait de se présenter comme des médias d'information plutôt que des médias d'opinion, sans omettre l'intérêt d'accorder plus de visibilité médiatique aux régions reculées.

La caractéristique des sites natifs à tendre vers des médias d'information plutôt que des médias d'opinion comme seraient Echos du nord (hostile au pouvoir) et L'Union (pro-gouvernemental), part du principe de la distanciation dont font montre ces médias dans la rédaction de leurs articles. A la base, tous les professionnels de ces sites définissent leurs médias comme indépendant, sans positionnement ou idéologie politique à défendre. C'est ce qui ressort de nos entretiens lorsqu'on leur a posé la question de savoir s'ils avaient des affinités politiques ou une idéologie politique à défendre par rapport à la situation sociopolitique du pays. A l'unanimité, aucun responsable de ces médias n'a reconnu avoir pensé son média sous une posture politique. François Djimbi de *Gabonreview* et Y.L. Goma de *Gabonactu* affirment à cet effet que de nos jours, la plupart des médias privés gabonais ne répondent plus à ces logiques de propagande politique. Toutefois, F. Djimbi apporte une nuance en déclarant que : « *c'est dans certains journaux papiers, les télévisions et radios que l'on peut encore retrouver ce genre de médias. Le plus souvent parce que ces médias appartiennent à des hommes politiques* ». Mieux encore, Harold Leckat de *Gabonmediatime* ira plus loin dans ses propos en certifiant que : « *ce sont les médias privés qui apportent l'information au Gabon. Les médias publics ne font que dans la propagande* ».

En évaluant ces propos avec les résultats sortis de l'analyse de contenu, on a bien relevé le principe de distanciation dans la présentation des faits énoncés que la quasi-totalité des sites natifs adoptent comme écriture. Cela passe par l'emploi régulier du reportage, du compte rendu et de l'interview, sans oublier l'utilisation fréquente du conditionnel qui singularise *Gabonmediatime* par exemple. Ces dispositions du genre journalistique sont un moyen pour les rédactions de ces sites natifs d'être toujours dans une forme d'objectivité ou de neutralité, selon leurs propres expressions qu'ils entendent comme le fait de ne pas prendre parti pris face à une information.

Par ailleurs, il faut distinguer les sites natifs constituant notre corpus à d'autres sites natifs gabonais qui ont des positionnements politico-éditoriaux pleinement assumés, à l'instar de La Libreville.com et Info 241. La différence entre ces deux sites d'information et les sites natifs de notre corpus se situe principalement au niveau la logique éditoriale. Ils ont déjà une ligne éditoriale politique clairement identifiée et qui ne souffre d'aucune ambiguïté à la lecture de leurs publications. On parlerait alors de médias d'opinion.

- La Libreville.com est un site d'information en ligne pro-pouvoir qui n'hésite pas à encenser les actions du PDG et certains de ses partis politiques alliés tout en n'hésitant pas à critiquer de manière frontale toute logique qui va à l'encontre des intérêts du pouvoir. Il s'agit là de s'attaquer, parfois ouvertement, aux opposants.
- Média 241 est un site natif hébergé en France par son promoteur qui y vit dont la posture éditoriale est de critiquer systématiquement les actions du régime gabonais. Par exemple, tout comme l'hebdomadaire Echos du nord qui a surnommé négativement le président gabonais « boa », Média 241 a, quant à lui, donné un tout autre surnom péjoratif à ce dernier :« Ibubu⁵¹² ».

Ces deux exemples de sites natifs montrent que sur internet qui est une plateforme libre, la floraison de sites qui se créent au fil du temps fait qu'on peut y retrouver toutes sortes de sites en ligne, aussi bien ceux mis sur la toile par des professionnels de l'information que par des militants d'un parti ou des activistes. « *C'est un fourretout* » regrette L. Philippe Mbadinga, de l'Agence gabonaise de presse (AGP), estimant qu'il y a trop de sites qui traitent de l'actualité gabonaise, mais qui en réalité ne sont que des sites amateurs possédés par des individus sans véritable formation dans le journalisme. Ils se lancent dans cette aventure du fait de la facilité avec laquelle on peut aujourd'hui créer un site internet. La HAC devrait se pencher sur la question afin de mieux réguler les sites d'information, sur la base de critères bien définis afin d'empêcher les amalgames dans la sphère médiatique. Beaucoup de ces sites véhiculent des *fakenews*, des rumeurs sans fondement et cela salit davantage la réputation des médias professionnels dont l'image n'est pas déjà très reluisante dans la société gabonaise⁵¹³.

En outre, pour revenir sur les différences éditoriales entre sites natifs et médias en ligne, les premiers ont largement médiatisé les activités politiques se déroulant dans les villes et localités de l'intérieur du pays, contrairement aux médias en ligne qui restent beaucoup focalisés sur les grandes villes, soit autour de la capitale politique, Libreville et ses alentours ou la capitale économique, Port-Gentil. Le constat sur la sous médiatisation des événements politiques se produisant dans les régions reculées du pays a souvent été mentionné dans les rapports d'organismes internationaux évaluant la couverture médiatique

⁵¹². Selon les rumeurs qui courent depuis plusieurs années, le président actuel, Ali Bongo Ondimba serait d'origine biafraise et aurait été adopté par la famille Bongo. Une rumeur qui s'est amplifiée en 2009 lors de sa première présidentielle. Les opposants et une partie de la population remettant en cause sa légitimité à se porter candidat à la présidentielle au vu de cette rumeur, propagée davantage par le journaliste français Pierre Péan dans son livre, *Nouvelles affaires africaines. Mensonges et pillages au Gabon*. Ibubu serait une façon pour le média Info241 de rappeler les origines du président gabonais.

⁵¹³. Propos recueillis de l'entretien avec Louis Philippe Mbadinga, *Loc.cit*.

pendant des échéances électorales au Gabon. C'est une remarque que semble avoir pris en compte les professionnels des sites natifs. On a pu observer la mise en visibilité médiatique des candidats étant allés faire campagne dans les localités rarement médiatisées. Le site de référence qui s'est le plus illustré dans ce cas de figure est *Gabonews*. Les autres médias comme *Gabonmediatime* et *Gabonreview* ont aussi tenté de suivre cette approche dans leurs contenus médiatiques.

Conclusion partielle

Ce chapitre a porté sur l'interprétation et les déductions des résultats issus de l'analyse de contenu avec *Iramuteq*. Afin d'approfondir l'analyse qualitative, la méthode socio-discursive a été logiquement mieux exploitée dans cette partie du travail. La démarche analytique a eu pour objectif de parvenir à répondre aux deux hypothèses suivantes :

- Le cadrage de l'actualité politique par les sites natifs gabonais se caractérise par un déséquilibre de l'information des différences politiques en période électorale ;
- Sur la dimension éditoriale, les médias natifs du web gabonais, comparativement aux éditeurs de presse en ligne, trouvent leur spécificité dans l'originalité des contenus de l'actualité politique.

Pour y répondre, des critères d'évaluation du pluralisme de l'information journalistique ont été définis, devant nous permettre de confirmer ou d'infirmer ces assertions. Ces critères d'évaluation ont été formulés comme suit :

- L'équilibre de l'information journalistique en temps d'élection
- La diversité des cadres dans le traitement de l'actualité politique par les sites d'information.
- La spécificité éditoriale des médias natifs de l'information.

Après examen des résultats de l'analyse de contenu, il semble y avoir deux types de sites natifs : les sites natifs faiblement impartiaux et les sites natifs relativement impartiaux. Les premiers font preuve de déséquilibre informationnel manifeste dans la représentativité médiatique des acteurs politiques alors que les seconds tendent vers la proportionnalité médiatique des identités politiques. De manière générale, les informations relatives aux partis au pouvoir restent dominantes.

Au niveau éditorial, les cadres sont principalement similaires entre les sites natifs et les médias en ligne, mais la différence va surtout se situer au niveau des angles. De là, vont être identifiés des sites impliqués implicitement pour certains (*Gaboneco*) et explicitement pour d'autres (*L'Union* et *Echos du nord*) dans les faits énoncés. Pour le reste des sites d'information (*Gabonactu*, *Gabonmediatime*, *Gabonews*, *Gabonreview*), on parlera de sites natifs sans implication dans les énoncés informationnels.

Quant à la plus-value, on note que les sites natifs, contrairement aux médias en ligne, constituent des médias plutôt que d'opinion de par leur effort de distanciation avec les faits. Aussi, les sites natifs mettent en exergue une couverture médiatique proche des

événements politiques à l'intérieur du pays, de manière bien plus importante que les médias en ligne plus limités à la couverture médiatique des événements dans les grandes villes.

En définitive, au regard de tout ce qui précède, les réponses aux deux hypothèses soulevées sont les suivantes :

- En général, le cadrage de l'actualité politique par les sites natifs gabonais se caractérise par un léger déséquilibre dans la représentativité médiatique des identités politiques en période électorale, car on devrait plutôt parler de proportionnalité dans la représentation médiatique des identités politiques.
- L'originalité éditoriale des sites natifs par rapport aux médias en ligne repose sur leurs capacités à diversifier les angles au sein des différents cadrages, à se distinguer des médias d'opinion et à donner de la visibilité médiatique à des régions rarement médiatisées.

CONCLUSION GÉNÉRALE

Cette recherche a porté sur le pluralisme de l'information dans la presse gabonaise en ligne en période électorale au Gabon. L'intérêt sous-jacent qui se dégage de ce sujet de thèse est relatif à la question de l'état de la démocratie gabonaise en matière de liberté d'expression et d'opinion, notamment dans le cadre de la presse. Le pluralisme est entendu ici comme une valeur normative de la démocratie (Rebillard, Loïcq, 2013), c'est-à-dire, un système médiatique organisé socio-institutionnellement pour mettre à disposition du public des informations diverses et variées, riches en contradiction des idées afin d'éclairer le jugement des citoyens. Les nombreux travaux et rapports sur la presse traditionnelle gabonaise ont démontré, à chaque fois, que cette dernière ne remplissait pas toutes les conditions du pluralisme dans un système médiatique, surtout lorsqu'il s'agit de les appliquer en contexte d'élections (Ndong Ngoua, 1999 ; Boyomo Assala 2013). Les médias numériques ont apporté un élan d'espoir pour améliorer le niveau de liberté de la presse dans ces pays où les pesanteurs sociopolitiques sont encore prégnantes dans la sphère médiatique. Le Gabon est compris dans cette lignée d'Etat d'Afrique centrale où les institutions censées être indépendantes, comme l'Autorité de régulation, sont au contraire soumises aux intérêts du pouvoir exécutif et du gouvernement.

La presse gabonaise en ligne, plus particulièrement les *pure-players* ou médias natifs du web, est visible dans l'espace internet depuis près de deux décennies. Elle hérite d'un système médiatique déjà établi dont le pluralisme est présenté par les pouvoirs comme assuré, sur le plan formel, par un cadre juridique et institutionnel. Mais dans les faits, de nombreuses insuffisances sont observées sur le plan socioéconomique pour les entreprises de presse, sur le plan socioprofessionnel pour les journalistes, se traduisant par un rendu déséquilibré des informations politiques en période électorale. D'où notre principal questionnement sur la façon dont se présenteraient certaines caractéristiques du pluralisme de l'information dans la presse gabonaise en ligne en temps d'élection. Plus précisément, le pluralisme répond à un certain nombre de critères nous permettant d'examiner les médias natifs du web gabonais dans leur fonctionnement. Parmi ces critères, nous avons opté pour les indicateurs suivants :

1. Leur indépendance politico-administrative ;
2. Leur autonomie socioéconomique ;
3. L'équilibre des informations politiques publiées en temps d'élection ;
4. Leur spécificité éditoriale.

C'est à partir de ces indicateurs du pluralisme que nous avons établi nos différentes hypothèses afin de répondre à la problématique générale. De là, différentes approches ont été mobilisées afin d'orienter notre réflexion et conduire à l'affirmation ou à la réfutation de nos différents postulats.

Ainsi, dans une approche communicationnelle des éléments sociohistoriques de la presse gabonaise, nous avons pu mettre en lumière les rapports d'influence qui ont émergé entre les changements politiques et les transformations sur le plan médiatique. Ce qui nous a conduit à étayer notre postulat de départ. En effet, celui-ci consistait à considérer l'existence

d'un décalage entre le *cadre formel de protection* de l'indépendance des médias en ligne et la capacité à la garantir *en pratique* vis-à-vis des acteurs politiques. Notre travail montre en effet que, certes, les normes juridiques et les institutions liées au bon déroulement des médias sont formellement mises en place, mais qu'elles sont fragiles face aux violations de liberté de la presse et à l'oppression que subissent les hommes de médias nationaux. Et cela est principalement dû aux situations sociopolitiques et socioéconomiques dans lesquelles baignent les médias en ligne. De la période pré et post indépendance, en passant par le renouveau démocratique de 1990 ayant entraîné le multipartisme, donc le pluralisme de la presse, jusqu'à l'heure actuelle avec l'avènement des médias numériques, les systèmes politique et médiatique gabonais ont toujours été, et demeurent, entremêlés. Bien que définissant le régime politique gabonais comme une République démocratique, les médias nationaux ont jusqu'alors du mal à pouvoir s'affranchir de l'autorité, voire de la dépendance du pouvoir politique. Des institutions ont été mises en place pour garantir les libertés fondamentales comme la liberté d'expression et d'opinion, incarnées par la liberté de la presse. Ces institutions partent de la réglementation du Code de la Communication, à l'instauration de la Haute autorité de la communication (HAC) jusqu'aux organisations syndicales de défense des intérêts des métiers de la communication telles le Syndicat des professionnels de la communication (SYPROCOM) ou l'Organisation patronale des médias gabonais (OPAM). Malgré tous ces outils pour rassurer le développement de la presse gabonaise en matière d'indépendance, les réalités socioprofessionnelles auxquelles sont confrontés les acteurs de la presse sont pour le moins contrastées.

L'ingérence du système politique dans le système médiatique est encore trop perceptible. Et cela se traduit par la subordination de l'Autorité de régulation des médias (la HAC) aux autorités politiques du gouvernement ou du président de la République. Les journalistes et responsables d'entreprises de presse vont jusqu'à qualifier la HAC de « gendarme ou de bras séculier de l'Etat ». En effet, les sanctions à répétition dont sont victimes les organes de presse par cette institution lorsqu'une publication sensible touche un haut dignitaire de l'Etat n'ont pas vocation à valoriser l'épanouissement et la liberté des médias. S'ajoutent à cela les perquisitions et destructions de matériels de certains organes d'information privés (le plus souvent proche de l'opposition) par les forces de police. Le cas de la destruction et détention du matériel de la chaîne de télévision privée *TV+* en 2009 ou l'arrestation d'une vingtaine d'agents du journal *Echos du nord* en 2016 en sont emblématiques. Deux cas parmi tant d'autres qui sont des exemples du niveau de répression encore possible sur les médias et les journalistes gabonais. On pourrait aussi parler de l'exil forcé de certains journalistes comme Désiré Ename et Jonas Moulenda dont la vie a été menacée pour avoir traité d'un dossier sur des assassinats, dits "crimes rituels" impliquant de hautes personnalités politiques. Sans oublier la faiblesse des structures syndicales qui peinent à constituer de véritables groupements d'influence capables de peser face aux injustices que subissent les professionnels de l'information.

A la charge de la corporation, un désordre manifeste concernant le profil de certains acteurs qui se lancent dans le métier du journalisme sans véritables formations est un autre mal qui empiète sur le regard même que la société a sur les médias gabonais. Entre pairs de la profession, beaucoup d'entre eux reprochent l'amateurisme, sinon le manque de

professionnalisme dont font montre certains confrères. Un constat que font aussi les agents de la HAC, qui s'en servent pour justifier leurs nombreuses sanctions auprès des médias. Toutes ces difficultés restreignent la latitude de la presse gabonaise à éclore et jouer pleinement son rôle d'éveilleur de conscience dans la société. C'est la raison pour laquelle nous sommes parvenus à estimer que le système médiatique gabonais, bien qu'ayant subi des avancées sur le plan juridique et institutionnel, demeure en pratique incapable de garantir l'indépendance des médias face aux pesanteurs sociopolitiques.

C'est dans ce labyrinthe que les médias natifs gabonais apparaissent, dont les principaux sont *Gabonews*, *Gaboneco*, *Gabonreview*, *Gabonactu* et *Gabonmediatime*. Ces nouveaux médias bénéficient d'un investissement conséquent dans le développement des technologies de l'information et de la communication (TIC) pour l'amélioration de la connectivité des réseaux de télécommunication et d'internet au point de faire du Gabon le pays d'Afrique centrale le plus connecté. Ainsi, grâce à la vulgarisation de l'utilisation des outils électro-informatiques tels le téléphone portable, les ordinateurs fixes et mobiles, les fournisseurs d'accès internet (FAI) qui se sont multipliés sur le plan national, la consommation d'information en ligne par les gabonais (nationaux et diaspora) s'ancre progressivement comme dans les habitudes quotidiennes. Cela crée une émulation dans la création des sites d'information en ligne. Certains sont des éditeurs de presse en ligne comme ceux figurant dans notre corpus (*L'Union* et *Echos du nord*), d'autres sont des médias natifs qui se créent avec un sérieux projet éditorial, pendant que beaucoup d'autres n'existent que ponctuellement et constituent des sites amateurs sans véritable organisation. Tout projet éditorial implique la constitution d'une organisation professionnelle et s'accompagne d'un modèle économique. Tout organe de presse se définissant comme une entreprise est contraint de trouver des stratégies de financement pour pérenniser son fonctionnement et assurer sa ligne éditoriale. La qualité de l'information journalistique dépend aussi de la source et du niveau de revenu de son média. D'où notre seconde hypothèse qui a consisté à mettre en doute la capacité des médias natifs gabonais à posséder un modèle économique efficient pouvant garantir leur autonomisation politique.

Après avoir procédé à une analyse socioéconomique des cinq médias natifs soumis à notre étude, notre hypothèse sur l'absence d'un modèle économique fiable fragilisant leur autonomie socioprofessionnelle est confirmée. En effet, nous constatons que le modèle économique de l'ensemble des médias natifs étudiés est limité au modèle de *flot*, c'est-à-dire au financement par la publicité. Dans un contexte où les médias traditionnels connaissent déjà des difficultés économiques - le marché de la publicité devenant de moins en moins lucratif au regard de la présence des nombreux organes d'information -, il est évident que les médias en ligne ne viennent que réduire davantage cette manne financière. Le marché publicitaire profite surtout aux médias publics pour deux principales raisons. D'une part l'influence, une fois de plus, des autorités politiques proches du pouvoir qui ont une emprise sur la majeure partie du secteur économique et favorisent ainsi les médias acquis à leur cause à accéder plus facilement aux différentes annonces. Et d'autre part, les médias privés ou indépendants étant, pour la plupart, critiques face aux actions du gouvernement, beaucoup d'entre eux auront moins de facilité à obtenir des marchés publicitaires, encore moins ceux réputés être des médias d'opposition. Quant aux annonceurs, plusieurs d'entre

eux craignent de ternir leur image auprès des autorités à la tête du pays en allant communiquer dans des médias hostiles au pouvoir. Toutes ces réalités embrigadent le marché de la publicité et donnent la latitude au système politique de pouvoir asphyxier économiquement tout média.

Cette configuration n'épargne pas les médias natifs du web qui ont axé l'essentiel de leur stratégie économique sur la publicité. Les acteurs (les journalistes ou journalistes *web* ou encore *cyberjournalistes*) avec qui nous avons échangé ont tous reconnu la faiblesse de leur modèle économique dépendant exclusivement de la publicité. La marge de revenu est presque inexistante après avoir payé les charges mensuelles (loyer, salaires, électricité et autres). C'est la raison pour laquelle chaque sanction par la HAC allant dans le sens de suspendre un média en ligne pendant plusieurs jours est très mal vécue par les professionnels qui y exercent. Aucun de ces médias ne peut prétendre avoir de la réserve financière pour survivre en cas d'interruption d'activité pendant plus d'un mois. Les salaires sont réduits et souvent irrégulièrement payés. Ceci entraîne la normalisation de la pratique du *gombo* qui consiste à payer des sommes dérisoires aux journalistes pour accompagner un promoteur d'évènement ou un homme politique afin de s'assurer de la bonne couverture médiatique de son activité. Ces médias natifs gabonais se retrouvent alors avec un modèle économique instable, ce qui fragilise la situation socioprofessionnelle des acteurs de l'information en ligne.

Face à ces nombreuses difficultés, d'une part, l'emprise des pouvoirs politiques et administratives à contrôler les médias, et d'autre part, la fragilité économique du secteur, l'actualité politique produite par les médias natifs ne peut que porter les germes de ces conditions complexes. Ayant pris appui sur la période de campagne électorale des législatives de 2018, nous avons voulu voir comment les médias natifs gabonais, comparativement aux sites d'information de deux grands journaux gabonais que sont *L'Union* et *Echos du nord*, se sont employés à rendre compte de l'actualité politique pendant cette courte, mais sensible période. L'objectif a été de déterminer les processus de cadrage de ces différents médias pour arriver aux cadres d'informations politiques médiatiquement mis en avant. Ceci pour répondre à notre troisième hypothèse selon laquelle le traitement de l'actualité politique par les médias natifs se caractériserait par une médiatisation déséquilibrée des oppositions politiques.

Pour parvenir à trouver la réponse à cette hypothèse, deux méthodes d'analyse des contenus nous ont été utiles. D'abord, une analyse lexicométrique à partir du logiciel *Iramuteq* avec ses modalités d'analyses que sont les « spécificités lexicales », illustrées par une AFC pour repérer les premières tendances distinctives entre les médias. La Classification hiérarchique descendante (CHD) nous a permis d'identifier des classes lexicales pour dégager les grands cadrages du corpus. Ensuite, la seconde méthode a été celle de l'analyse socio-discursive du contenu médiatique qui a consisté à l'interprétation des résultats de la première analyse. Cette seconde analyse tient compte de la description du contexte sociopolitique et socioéconomique du système médiatique gabonais développée dans les chapitres III et IV. A cela s'ajoute le fait de considérer les données issues des entretiens avec

les acteurs du monde de la communication au Gabon pour affiner davantage les interprétations.

Après toutes ces analyses, l'hypothèse sur la représentation équilibrée des orientations politiques dans la médiatisation des médias natifs gabonais se voit nuancée. Sur cette question, on ne peut catégoriquement répondre à l'affirmative ou à la négative. Il se trouve qu'en général, l'actualité politique liée aux activités des partis du pouvoir (PDG et majorité présidentielle) a été fortement mise en agenda particulièrement par *L'Union*, *Gabonews*, *Gabonmediatime* et *Gaboneco*. Le PDG et ses alliés ayant les candidats les plus déployés sur le plan national et possédant le plus de moyens financiers pour se payer les services des médias, il n'est pas étonnant qu'ils soient les plus médiatisés au détriment du principe de l'équilibre de la représentativité des acteurs politiques en période électorale.

Toutefois, certains médias natifs ne rentrent pas totalement dans ce déséquilibre informationnel. D'où l'intérêt de nuancer l'observation globale sur l'agenda médiatique dominé par l'actualité politique autour des candidats du PDG. En effet, les médias natifs tels que *Gabonmediatime*, *Gabonreview* et dans une moindre mesure, *Gabonews* tentent d'apporter un certain équilibre dans la manière de traiter l'actualité. En suivant les thèmes qui apparaissent dans leurs contenus, on note une volonté manifeste de mettre en place un certain équilibre dans le cadrage des informations. Cela se traduit par la médiatisation des événements mettant en scène les rivalités entre les candidats opposés, la médiatisation des projets politiques venant des discours de différents acteurs politiques, et le fait de mettre en lumière les questions ou préoccupations sociales qui reviennent le plus souvent pendant les campagnes électorales. On remarquera aussi que le cadrage médiatique sur ces thématiques par ces quelques médias natifs favorise beaucoup plus les genres journalistiques du reportage et du compte rendu et de l'interview comme pour marquer, à chaque fois, de la distance avec les faits rapportés. Bien que la tendance soit d'avoir un peu plus d'informations sur les événements politiques des partis du pouvoir, ces médias natifs essaient, tant bien que mal, de respecter le principe de parité médiatique des sensibilités politiques, contrairement à d'autres qui, comme *L'Union*, *Echos du nord*, et *Gaboneco*, montrent une appétence à orienter leurs informations vers une vision politique partisane.

Nous partions de l'hypothèse que les médias natifs du web gabonais ne se distinguaient que sur le plan technique en ce sens que les seuls avantages desdits médias étaient la rapidité de l'information, l'écriture multimédia, les hyperliens, l'ouverture au monde et la mobilité de l'information, sans oublier l'archivage et l'interactivité permanente avec les internautes. Les résultats de l'analyse de contenu ont montré que les médias natifs se distinguaient aussi par le fait, non seulement de s'efforcer à faire preuve d'équilibre informationnel en période électorale, d'être moins marqués par des positionnements politiques perceptibles, mais aussi, élargissent les thématiques vers les milieux ruraux. Ces endroits et les personnes qui y vivent sont rarement médiatisés par les grands médias du pays et c'est une niche que *Gabonews*, en l'occurrence, a su mettre en avant pour se distinguer au niveau éditorial.

En effet, en premier lieu, on constate que les médias natifs gabonais dont les responsables sont des journalistes ont l'avantage de bénéficier d'une certaine indépendance

éditoriale. *Gabonmediatime* et *Gabonreview* en sont les meilleurs exemples. Au-delà des sanctions qu'ils ont eu à subir de la HAC, surtout le cas de *Gabonreview* dont la sanction a été la plus dure, ces médias natifs ont brillé par un effort d'objectivité dans la représentativité des forces politiques en présence et par la distanciation qu'ils opèrent dans la transcription de leurs discours médiatiques. *Gabonmediatime* se positionne beaucoup plus dans le rapport des faits et *Gabonreview* se distingue par son côté analyse des faits tout en restant dans la description et non la prise de position. Sur cet aspect, *Gabonews* et *Gabonactu* sont dans la nuance. Le premier est un média natif dont la promotrice est une ancienne grande figure du PDG qui s'en est progressivement éloignée vers la fin de sa carrière politique. Ce qui fait que le média est passé d'une ligne éditoriale très institutionnelle au départ à une ligne éditoriale visant plus le social. De fait, pendant les législatives, le média a misé sur la carte de l'équilibre informationnel entre les acteurs politiques et les thématiques en lien avec les revendications sociales. Quant à *Gabonactu*, média natif créé par un journaliste de renom, il a médiatisé un peu plus les activités liées au PDG et ses alliés, mais sans pour autant tenir un discours partisan ou critique. Le ton utilisé pour rapporter les faits des acteurs de l'opposition a été le même que celui des partis du pouvoir.

Cependant, lorsque l'on en vient aux éditeurs de presse en ligne que sont *L'Union* et *Echos du nord*, on se rend compte que la posture éditoriale est visiblement orientée vers une opinion politique particulière. *L'Union* s'inscrit dans une logique de presse gouvernementale où l'information institutionnelle autour des activités du chef de l'Etat et du gouvernement prend une place primordiale en pleine campagne électorale des législatives. Et lorsque le journal aborde les questions liées aux élections, on y relève des discours visant à valoriser les actions de campagne et de succès des candidats du PDG tout en montrant les échecs des partis de l'opposition dans les quelques espaces qui lui ont été accordés par le média. C'est pratiquement le même traitement éditorial que *Gaboneco*. Ce média natif, devenu la propriété de promoteurs proches du pouvoir, a subtilement fait preuve d'un alignement sur le modèle d'organe partisan pour la cause des partis du pouvoir. Quant à *Echos du nord*, réputé comme média d'opposition, sans surprise, la ligne éditoriale est clairement établie. Le média s'est illustré par la critique contre le pouvoir sur tous les angles de son discours. Alors qu'il aborde plusieurs thèmes similaires à *Gabonreview*, notamment les dysfonctionnements juridiques et les préoccupations sociopolitiques, *Echos du nord* ne privilégie que les aspects négatifs des faits liés à la gestion du pays par le pouvoir politique en place. Tout ceci montre la première grande différence éditoriale entre les médias natifs gabonais et les éditeurs de presse en ligne.

En second lieu, l'originalité éditoriale des médias natifs gabonais comparativement aux médias traditionnels va se manifester au niveau de l'importance accordée à la médiatisation des événements politiques dans les zones reculées du pays. Alors que la grande majorité des médias (médias natifs comme éditeurs de presse en ligne) va s'intéresser à la couverture médiatique des faits se déroulant dans les grandes villes, un média va particulièrement se distinguer en mettant sur la scène médiatique des régions situées à l'intérieur du pays dont on ne parle que très peu et pour certains presque jamais dans les grands médias du pays. Il s'agit de *Gabonews*. Déjà en perte de vitesse depuis

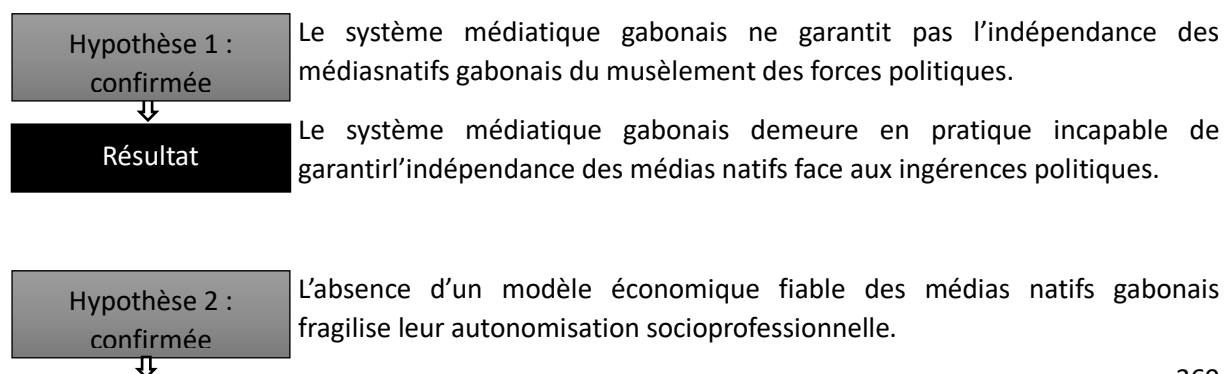
plusieurs années comme on a pu le souligner dans le chapitre IV, les journalistes de ce média ont cherché et identifié ce qui pourrait constituer l'originalité de leur site d'information par rapport au reste des médias. Ils ont ainsi misé sur la dimension sociale de l'actualité gabonaise. Ainsi, *Gabonews* a réalisé le pari d'aller jusque dans les milieux ruraux pour non seulement aller recueillir les avis des populations vivant dans ces milieux par rapport à leurs préoccupations, mais aussi couvrir les luttes politiques pour les sièges qui s'y trouvent. C'est la raison pour laquelle *Gabonews* est le média natif qui suremploie le plus la classe 8 de la CHD, suivi peu de *Gabonactu* et *Gabonreview*, dont le thème principal s'articule autour des préoccupations sociales.

Au terme de tout ce qui précède, à la question principale de savoir si finalement les médias natifs gabonais manifestent des caractéristiques du pluralisme de l'information dans le traitement de l'actualité politique en période électorale, la réponse sera relative. En effet, partant de la situation socioéconomique précaire de ces médias et des efforts d'équilibre informationnel, ainsi que de l'originalité éditoriale de certains médias, on peut conclure qu'avec l'avènement des médias natifs gabonais, il y a une amélioration du pluralisme dans le système médiatique gabonais, amélioration qui reste cependant encore non effective sur plusieurs points.

Par conséquent, la presse gabonaise en ligne, en l'occurrence les médias natifs du web, est un domaine d'activité encore en construction, dont la consolidation est fragile et dont la performance en matière d'effectivité des critères du pluralisme informationnel dépendent de l'évolution du système sociopolitique gabonais. Dans un régime politique où le pouvoir Bongo-PDG s'est enraciné pendant plus d'un demi-siècle, ayant installé des tentacules dans la presque totalité des secteurs d'activité et soumis à ses intérêts l'ensemble des institutions de la République, il n'est pas surprenant que les résultats de notre recherche conduisent à une réponse nuancée par rapport à la problématique posée. Les médias gabonais en général et les médias natifs du web en particulier exercent dans un environnement politico-médiatique qui ne leur est pas forcément favorable. Les médias fonctionnent en fonction de l'état de démocratie d'un pays, donc du niveau de liberté de la presse. Or, le Gabon est une démocratie balbutiante et les médias en paient le prix.

Un schéma récapitulatif résumant les résultats de notre recherche se présentera comme suit :

Schéma 5 : Synthèse des résultats de la recherche



Résultat Les médias natifs gabonais ont un modèle économique instable. Ce qui précarise les conditions socioprofessionnelles de ses journalistes.

Hypothèse 3 : nuancée Le traitement de l'actualité politique en période électorale par les médias natifs se caractérise par une médiatisation déséquilibrée des sensibilités politiques.



Résultat Les médias natifs font preuves d'un relatif équilibre informationnel dans la représentativité médiatique des différences politiques.

Hypothèse 4 : confirmée Sur la dimension éditoriale, les médias natifs du web gabonais, comparativement aux éditeurs de presse en ligne, trouvent leur spécificité dans l'originalité des contenus de l'actualité politique.



Résultat Les médias natifs présentent des spécificités éditoriales au niveau de la distanciation des faits, l'effort d'équilibre informationnel et des sujets marginaux.

Hypothèse principale Les médias natifs gabonais pourraient contribuer au pluralisme de l'information politique sur le plan socioprofessionnel et au niveau éditorial à partir du moment où ils bénéficieraient des conditions de production moins dépendantes des influences politico-économiques



Conclusion Le traitement de l'actualité politique par la presse gabonaise en ligne ne répond pas à l'ensemble des critères du pluralisme de l'information en période électorale, mais elle contribue modestement à son amélioration sur le plan éditorial. Cela se vérifie par l'effort d'équilibre informationnel ; la prise de distance dans le rendu des faits ; et la médiatisation d'espaces marginaux en milieu rural, notamment.

Limites et difficultés de la recherche.

Comme la plupart des travaux, notre recherche a connu un certain nombre de limites. La première est liée à la période couverte par notre étude. C'est un choix qui correspond à une nécessité de prudence sur deux points. On aurait pu choisir d'effectuer une analyse comparative entre la présidentielle de 2016 et les élections législatives de 2018. Mais la première expérience d'une étude sur la presse gabonaise en ligne pour l'obtention du Master en 2015, nous a fait réaliser qu'il était difficile d'obtenir d'anciennes publications des médias natifs gabonais. A cette période, le système d'archivage n'était pas encore bien utilisé par les médias natifs gabonais, donc on retrouvait très peu d'articles archivés, sans compter ceux des médias qui supprimaient des articles pour des raisons qui leurs sont propres. *Gabonews* par exemple, avait effacé plusieurs publications liées aux législatives de 2013 dont sa principale promotrice, Laure Olga Gondjout avait été battu. Ce serait peut-être l'une des raisons. Ajouter à cela le fait que les données sur internet évoluent assez vite. Des sites d'information présents en 2016 ont disparu en 2018, alors que d'autres sont apparus.

Voulant éviter d'inévitables biais dus à cette complexité, nous avons préféré travailler sur une période politique proche du début de notre thèse pour être au fait des changements au fur et à mesure qu'il se produisaient et pour obtenir plus facilement, de manière exhaustive, les publications réalisées. Raison pour laquelle la période des législatives de 2018 nous a paru idéale.

La seconde limite est au niveau des rubriques. Nous avons fait le choix de travailler sur la seule rubrique politique des médias en ligne de notre corpus pour plus d'homogénéité. Tout en restant focalisé sur la question du pluralisme de l'information, un élargissement à plus de rubriques comme le sport, l'économie, la culture etc., aurait permis de dégager davantage des cadres médiatiques pouvant enrichir les thématiques abordées par les médias natifs. Mais cela aurait certainement rendu l'analyse plus floue. Or, l'intérêt de cette étude était surtout d'observer si les nouveaux médias numériques gabonais essuient les mêmes revers que la presse traditionnelle en matière de couverture et de médiatisation des événements politiques en temps d'enjeux électoraux. La recherche sur une analyse plus large des thématiques relatives aux différentes rubriques des médias natifs gabonais peut s'entendre comme une possible ouverture vers une prochaine étude.

En outre des limites, des difficultés ont émaillé cette recherche. Outre un problème de santé important (opération chirurgicale et convalescence sur un trimestre en 2019), la principale difficulté est relative au travail de terrain. Il a débuté en février 2020 à Libreville (Gabon) au moment même où la crise sanitaire mondiale du Coronavirus commençait à se propager, ce qui a poussé la presque totalité des pays au confinement un mois plus tard. Dans cet état de fait, une partie des entretiens a pu se réaliser en présentiel lorsque d'autres ont dû se faire par voie téléphonique. Il a donc fallu être bref et concis dans les échanges. Les circonstances pour des entretiens semi-directifs n'étaient pas aisées en présentiel, du fait des restrictions des gestes barrières à respecter. Les entretiens par voie téléphonique non plus n'étaient pas commodes, car moins vivants et interactifs.

Perspectives de la recherche.

En termes de perspectives, le bouleversement dernier de la situation politique au Gabon va constituer un champ de recherche très intéressant pour continuer à interroger le rôle et la participation des médias nationaux, la presse en ligne en l'occurrence, dans les mutations de la société gabonaise. Ce changement part de la révolution militaire ayant surpris la classe politique et la population gabonaises, ainsi que le monde lors de la dernière présidentielle. En effet, arrivant au paroxysme de son déni de démocratie, le régime Bongo-PDG a subi un renversement, un coup d'Etat, par sa propre armée le 30 août 2023 après la proclamation des résultats de la présidentielle qui donnait vainqueur Ali Bongo pour la troisième fois consécutivement. A cette occasion, les putschistes rassemblant presque toutes les forces armées et de sécurité du pays se baptisent sous le nom de Comité de la Transition pour la Restauration des Institutions (CTRI). Ce coup d'Etat que les gabonais dans leur

majorité appellent un « coup de liberté »⁵¹⁴ suscite de nombreux espoirs quant à l'avenir du pays après plus de cinquante ans de règne sans partage d'une même famille à la tête de l'Etat. Les médias ont été en première ligne depuis cet épisode et le nouvel homme fort du Gabon, le président de la transition, Oligui Nguéma, s'est adressé aux acteurs de la presse et leur a promis qu'il veut garantir la liberté de la presse tout en reconnaissant que les médias nationaux ont beaucoup souffert. « *La presse, c'est le quatrième pouvoir, nous allons vous rendre vos lettres de noblesse. Faites votre travail, faites-le bien* »⁵¹⁵, a-t-il mentionné. La transition ne devrait durer officieusement que deux ans, le temps de remettre à plat les institutions galvaudées et organiser de meilleures élections dans un climat plus serein et transparent. Ce nouveau contexte, qui pourrait impliquer un changement de régime, est une nouvelle donne pour la presse gabonaise en ligne. Il serait donc intéressant de poursuivre l'étude sur les médias natifs dans cette nouvelle ère, qui préfigure de nombreux défis à relever pour la réinstauration des institutions républicaines, longtemps réduites à de simples « valets » de l'ancien régime, sans omettre le retard accusé en matière de développement dans plusieurs secteurs d'activité.

Cependant, à peine deux mois après l'ouverture de cette phase de transition, l'on enregistre déjà les premières actions allant à l'encontre de la liberté de la presse. En effet, quatre journalistes de *Gabonmediatime* dont le directeur de publication, Harold Leckat, ont été gardés à vue à la suite d'une convocation *manu militari* de la Direction générale de renseignements (DGR) sur instruction du procureur de première instance de Libreville. Cette détention part d'un article⁵¹⁶ publié par le média dénonçant un vice de procédure engagé par ledit procureur lors d'une saisine de fonds public chez un oligarque du régime déchu. Les journalistes seront libérés très tardivement dans la nuit grâce à l'intervention des nouvelles autorités de la transition, en tête desquelles la ministre de la Communication. A peine cette affaire était-elle terminée que quelques jours plus tard, la HAC suspendait le média natif *Dépêche 241*, un média récent et encore peu connu dans le paysage médiatique gabonais. Le point de départ étant un reportage mettant en cause des déclarations de l'ancienne présidente de la Cour Constitutionnelle lors de sa passation de service pour l'installation du nouveau président de l'institution⁵¹⁷. Le responsable dudit média, Pharel Boukika, a été auditionné par la HAC et s'en est suivie une suspension administrative qui, par ailleurs, n'avait rien avoir avec la principale raison de l'interpellation. Ces deux situations révèlent que les mentalités et pratiques de l'ancien régime sur le musèlement de la presse ne s'effaceront

⁵¹⁴. Gabonreview, « Prise de pouvoir des militaires : la population gabonaise en liesse », publié le 30/09/2023. <https://www.gabonreview.com/prise-de-pouvoir-des-militaires-la-population-gabonaise-en-liesse/>

⁵¹⁵. Rfi.fr, « Gabon : le général Oligui Nguema, devant la presse, veut rassurer « le quatrième pouvoir », publié le 03/09/2023. <https://www.rfi.fr/fr/afrique/20230903-gabon-le-g%C3%A9n%C3%A9ral-oligui-nguema-devant-la-presse-veut-rassurer-le-quatri%C3%A8me-pouvoir>

⁵¹⁶. Gabonmediatime, « Liberté de la presse : le directeur de publication et 3 journalistes de GMT placés en garde à vue à la DGR », publié le 05/10/2023. <https://gabonmediatime.com/liberte-de-la-presse-le-directeur-de-publication-et-3-journalistes-de-gmt-places-en-garde-a-vue-a-la-dgr/>.

⁵¹⁷. TopinfosGabon, « Dépêche 241 sanctionné pour avoir dénoncé « le foutage de gueule » de Mborantsuo au lendemain de son limogeage » publié le 13/10/2023. <https://topinfosgabon.com/articles/depeche-241-sanctionne-pour-avoir-denonce-le-foutage-de-gueule-de-mborantsuo-au-lendemain-de-son-limogeage>.

pas de sitôt. Il s'agit là encore d'un autre défi que les médias gabonais dans la nouvelle République en construction vont devoir affronter.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages

- Anderson Chris, *Free ! - Entrez dans l'économie du gratuit*, Pearson Village mondial, 2009.
- Atenga Thomas, *Cameroun, Gabon : la presse en sursis*, Paris, Muntu, 1^{ère} éd., 2007 ; 2^{ème} éd., 2009.
- Auracher Tim, *Le Gabon, une démocratie bloquée ? Reculs et avancées d'une décennie de lutte*, Paris, L'Harmattan, 2001.
- Ba Abdoul, *Télévisions, paraboles et démocraties et Afrique Noire*, Paris, L'Harmattan, 1996.
- Badouard Romain, *Le désenchantement de l'internet. Désinformation, rumeur et propagande*, Limoges, FYP éditions, 2017.
- Baker Edwin C., *Media concentration and Democracy*, New York, Cambridge University Press, 2007
- Bateng Heugène, *Le développement de l'information au Cameroun*, L'Harmattan Cameroun, 2014.
- Berelson Bernard, *Content analysis in communication research*, Glencoe III, Free Press, 1952
- Bernier, Marc-François, *Éthique et déontologie du journalisme*, Québec, Presses de l'Université Laval, 2004.
- Bertho-Lavenir C., *La démocratie et les médias au XX^{ème} siècle*, Paris, Armand Colin, 2000.
- Bonville Jean, *L'analyse de contenu des médias. De la problématique au traitement statistique*, Paris, De Boeck, 2000.
- Bonville Luc, Grosjean Sylvie, Lagacé Martine, *Introduction aux méthodes de la recherche en communication*, Montréal, Ed. de la Chenelière Inc., 2007.
- Boulc'h Stéphane, *Radios communautaires en Afrique de l'Ouest : Guide à l'attention des ONG et des bailleurs de fonds*, Bruxelles, COTA, 2003.
- Bourges Hervé, *L'Afrique n'attend pas*, Paris, Actes Sud, 2010.
- Boyomo Assala, Mbede Emmanuel, *Étude sur le développement des médias au Gabon : Basée sur les indicateurs de développement des médias de l'UNESCO*, Unesco, 2013.
- Cagé Julia, *Sauver les médias. Capitalisme, financement participatif et démocratie*, Paris, Le Seuil, 2015.
- Capitant, Sylvie, et Marie-Soleil Frère. « Les Afriques médiatiques. Introduction thématique », *Afrique contemporaine*, vol. 240, no. 4, 2011, pp. 25-41.

Cardon Dominique, *La démocratie internet. Promesses et limites*, Paris, Seuil et la République des Idées, 2010.

Charon Jean Marie, *La Presse en France de 1945 à nos jours*, Paris, Seuil, « Points », 1991.

Charon Jean-Marie, Le Floch Patrick, *La presse en ligne*, Paris, la Découverte, 2011.

Chupin Ivan, Hubé Nicolas, Kaciaf Nicolas, *Histoire politique et économique des médias en France*, Paris, La Découverte, 2009.

Dagiral Eric, Parasie Sylvain, *Presse en ligne*, Paris, La Découverte, 2010.

Daloz Jean Pascal, Quantin Patrick, *Transitions démocratiques africaines : dynamiques et contraintes (1990-1994)*, Paris, Karthala, 1997.

Danique Roger T., *Afrique : unité de mesure de la démocratie*, Paris, L'Harmattan, 1997.

De la Brosse Renaud, *Médias et démocratie en Afrique : l'enjeu de la régulation*, Bruxelles, Rruylant, 2013

Demers David P., *The Menace of the Corporate Newspaper : Fact or Fiction ?* Iowa, Iowa State University Press, 1996.

Doyle Gillian, *Media Ownership*, Londres, Sage, 2002.

Ellul Jacques, *Le bluff technologique*, Paris, Hachette, 1988.

Enam Alain Henry, *L'audiovisuel en Afrique francophone : du monopole à la régulation publique*, thèse de doctorat en Droit public, Université de Paris 2 Assas, 2009.

Esquenazi Jean-Pierre, *L'écriture de l'actualité : pour une sociologie du discours*, Presse universitaire de Grenoble, 2013.

Faye Mor, *Presse privée écrite en Afrique francophone : Enjeux démocratiques*, Paris, L'Harmattan, 2008.

Flichy Patrick, *Le sacre de l'animateur, Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Paris, Le Seuil, 2010.

Frère Marie-Soleil, *Médias d'Afrique. Vingt-cinq années de pluralisme de l'information (1990-2015)*, Paris, Karthala, 2015.

Frère Marie-Soleil, *Journalismes d'Afrique*, Louvain-la-Neuve, De Boeck supérieur, Ed. 2016 ; 2020.

Frère Marie-Soleil, *Presse et démocratisation en Afrique francophone : les mots et les maux de la transition au Bénin et au Niger*, Paris, Karthala, 2000.

Gerstlé Jacques, *La communication politique*, Paris, Armand Colin, 1^{ère} édition, 2004 ; 2^{ème} édition, 2008.

Gibbons Thomas, *Regulating the Media*, Londres, Sweet et Maxwell, 1998.

Gitlin Todd, *The Whole World Is Watching*, Berkeley, Los Angeles, University of California Press, 1980.

Grawitz Madeleine, *Méthodes des sciences sociales*, Paris, Dalloz, 1990.

Harcup Tony, *Journalism principles and practice (2e ed.)*, Londres, Sage Publications, 2009.

Howaerd Becker, *Propos sur l'Art*, Paris, L'Harmattan, 1999.

Hubert Vincent, Mfouakou Léopold, *Culture du dialogue, identités et passage des frontières*, Paris, éditions des Archives contemporaines, 2011.

Huntington Samuel, *The thrid wave. Démocratisation in the Late Twentieth Century*, Norman, University of Okhlahoma Press, 1991.

Institut Panos Paris, *Presse francophone d'Afrique. Vers le pluralisme*, Paris, L'Harmattan, 1991.

Jouët Josiane, Rieffel Remy, *S'informer à l'ère du numérique*, Rennes, Presse universitaire de Rennes, 2013.

Keller Stephen H., Longino Helen E., Waters Kenneth C., *Scientific pluralism; volume XIX in Minnesota Studies in the Philosophy of Science*, Presse Universitaire du Minnesota, 2006.

Kombila Thierry D'argenlieu, *Démocratie, droit de la communication et politiques publiques au Gabon de 1960 à 2010*, Libreville, Ntsame, 2010.

Lacroix Jean-Guy., Tremblay Gaëtan, *Les autoroutes de l'information : Un produit de la convergence*, Presses de l'Université du Québec, 1995.

Lafon Benoit (dir.), *Médias et médiatisation. Analyser les médias imprimés, audiovisuels, numériques*, Fontaines, Presses Universitaires de Grenoble, 2019.

Larousse, Paris, Poche, 2020.

Lebart Ludovic, Salem André, *Analyse statistique des données textuelles. Questions ouvertes et lexicométrie*, Paris, Dunod, 1988.

Malick Ndiaye El Hadj, *Ce que les GAFAM font aux médias africains. Enjeux socioéconomiques, éditoriaux et politique de l'information*, Paris, L'Harmattan, 2022.

- Mandela Nelson, *Un long chemin vers la liberté*, Paris : éditions Fayard. 1995.
- Mark Briggs, *Manuel de journalisme web. Blogs, réseaux sociaux, multimédia, info mobile*, Paris, Ed. Eyrolles, 2014.
- Martin Colas, *Le Monde romain*, Paris, Armand Colin, 1998.
- Mathien Michel, *Les journalistes. Histoire, pratiques et enjeux*, Paris, Ellipses, 2007.
- Mathien Michel, *Les journalistes et le système médiatique*, Paris, Hachette, 1992.
- Mattelart Armand, Mattelart Michelle, *Histoire des théories de la communication*, Paris, La Découverte, 2004.
- Mbembé Joseph Achille, *Les jeunes et l'ordre politique en Afrique noire*, Paris, L'Harmattan, 1985.
- Mercier Arnaud, *Le journalisme*, Paris, CNRS Editions, Les Essentiels d'Hermès, 2009.
- Miège Bernard, *La Société conquise par la communication. Tome III Les Tic entre innovation technique et ancrage social*, Grenoble, PUG, 2007.
- Miège Bernard, Pajon Patrick, Salün Jean Michel, *L'industrialisation de l'audiovisuel. Des programmes pour les nouveaux médias*, Paris, Aubier, 1986.
- Mossé Claude, *Histoire d'une démocratie. Athènes*, Paris, Seuil, 1971.
- Ndombet Wilson-André, *La transmission de l'État colonial au Gabon : Institutions, élites et crises (1946-1966)*, Paris, Karthala, 2009.
- Ndombet Wilson-André, *Partis politiques et unité nationale au Gabon (1957-1989)*, Paris, Karthala, 2009.
- Ndombet Wilson-André, *Processus électoraux et immobilisme politique au Gabon (1990-2009)*, Paris, L'Harmattan, 2015.
- Ndong Ngoua Anaclet, *Vers le pluralisme de la presse en Afrique noire francophone : le cas du Gabon*, Presses universitaires du Septentrion, 2002.
- Ndzang Nyangone Pamphile, *La liberté de la presse au Gabon : réalité, mythe ou utopie ?*, Paris, St Honoré, 2020.
- Neveu Erik, *Sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte, 2004.
- Nga Ndongo V., *Le politique, le journaliste et l'intellectuel dans la société camerounaise : jeux et enjeux du pouvoir*, Paris, L'Harmattan, 2018.

Ngono Simon (dir.), *L'économie des médias et le numérique en Afrique*, Saint-Denis, Presses universitaires Indianocéaniques, 2022.

Ntoutoume Ndong Maixent G., *Alerte sur le journalisme au Gabon*, Paris, Edilivre, 2023.

N'Solé Biteghe Moïse, *Échec aux militaires au Gabon en 1964*, Paris/Dakar, Éditions Chaka, coll. « Afrique contemporaine », 1990.

Nzé-Nguéma, *Fidèle Pierre, L'Etat au Gabon, de 1929 à 1990*, Paris, L'Harmattan, 1998.

Ovoundaga Delsione Marcy, *La télévision publique gabonaise et la construction d'une communauté nationale : 1963-2014*, Paris, L'Harmattan, 2020.

Ovoundaga Delsione Marcy, *Les moyens de communication au Gabon. Mutations sociopolitiques et enjeux de gouvernance*, Préface de Madébé Georice, Paris, L'Harmattan, 2021.

Paré Michèle, Desberats Peter, *Liberté d'expression et technologies nouvelles*, Montréal, IQ Collectif. Orbicom, 1998.

Perret Thierry, *Le temps des journalistes. L'invention de la presse en Afrique francophone*, Paris, Karthala, 2005.

Popper Karl, *Toute vie est résolution de problèmes. Tome2 : Réflexions sur l'histoire et la politique*, Arles, Actes Sud, 1998.

Rebillard Franck, Loicq Marlène, *Pluralisme de l'information et media diversity. Un état des lieux international*, Bruxelles, De Boeck Supérieur, 2013.

Reszler André, *Le pluralisme. Une idée dominante de notre fin de siècle*, Genève, Georg, 1990.

Ringoot Roselyne, *Analyser le discours de la presse*, Paris, Armand Collin, 2014.

Rousseau Jean Jacques, *Le contrat social*, Paris, Flammarion, 2012.

Sabi-Djaboudi Arthur Félicien, *Politique(s) de communication, enjeux et défis de la mondialisation. Reculs et avancées de l'expérience gabonaise*, Paris, Academia-L'Harmattan, 2021.

Sabi Djaboudi, *Les médias d'Etat au Gabon : permanence et mutations*, Paris, L'Harmattan, 2017.

Sokhna Fatou Seck-Sarr, *La presse en ligne en Afrique francophone. Dynamiques et défis d'une filière en construction*, Paris, L'Harmattan, 2017.

Toussaint-Desmoulins Nadine, *L'économie des médias*, Paris, PUF, 2011.

Tuchman Gaye, *Making News*, New York, Free Press, 1978.

Tudesq André-Jean, *Les médias en Afrique*, Paris, Ellipses, 1999.

Tudesq André-Jean, *Feuilles d'Afrique. Etude de la presse de l'Afrique subsaharienne*, Talence, MSHA, 1995.

Tudesq André-Jean, *L'Afrique noire et ses télévisions*, Paris, Anthropos/INA, 1992.

Tudesq André-Jean, *L'Espoir et l'illusion. Actions positives et effets pervers des médias en Afrique subsaharienne*, Talence, MSHA, 1998.

Vinck Dominique, *Sociologie des sciences*, Paris, A. Colin, coll, 1995.

Weissberg Jean-Louis, *Présences à distance*, Paris, L'Harmattan, 1998.

Wilcox Dennis L., *Mass Media in Black Africa. Philosophy and control*, Londres-New York-Washington, Praeger, 1975.

Zaller John R., *The nature and origins of mass opinion*, New York, Cambridge University Press, 1992.

Articles et Revues scientifiques

Amouroux Henri « De la presse de la Libération à la presse d'aujourd'hui », in *Communication et langages*, n°103, 1995. pp. 4-24.

Atenga, Thomas. « La presse privée et le pouvoir au Cameroun. Quinze ans de cohabitation houleuse », in *Politique africaine*, vol. 97, no. 1, 2005, pp. 33-48.

Aterianus Owanga Alice, Debain Mathilde, « Demain, un jour nouveau ? Un renversement électoral confisqué au Gabon », *Politique africaine*, vol. 144, no. 4, 2016, pp. 157-179.

Aterianus-Owanga, Alice, « Rap et démocratie dans le Gabon contemporain : les stratégies musicales d'invention du politique », *Emulations, Revue de sciences sociales*, (9), 2018, pp. 81-96.

Babacar Gueye, « La démocratie en Afrique : succès et résistances », *Pouvoirs*, n°129, 2009/2, pp. 5-26.

Badibanga André, « la presse africaine et le culte de la personnalité », *Revue française d'études politiques africaines*, vol 14, n°159, 1979, pp.40-57.

Balima Théophile, « La régulation de la communication en Afrique : enjeux et perspectives », communication présentée au séminaire atelier Médias et élections en Afrique, Ouagadougou, octobre 2005.

Ballarini, Loïc. « Julia Cagé, Sauver les médias. Capitalisme, financement participatif et démocratie. Paris, Éd. Le Seuil/Éd. La République des idées, 2015, 128 pages », *Questions de communication*, vol. 28, no. 2, 2015, pp. 350-352.

Baidouri, Armelle, Faouzi Bensebaa, « Le réseau social numérique, entre perturbation et rationalisation », *La Revue des Sciences de Gestion*, vol. 263-264, no. 5-6, 2013, pp. 99-105.

Berger Peter L., Luckmann Thomas, « Aspects sociologiques du pluralisme », In *Archives de sociologie des religions*, n°23, 1967. pp. 117-127

Bernault-Boswell Florence, « Un journal missionnaire au temps de la décolonisation : La Semaine de l'A.E.F. (1952-1960) », in *Revue française d'histoire d'outre-mer*, tome 74, n°274, 1987. pp. 5-25.

Bodier Stéphane. « Le Web, un média qui regroupe tous les médias », in, *Le web marketing*, Paris, Presses Universitaires de France, 2014, pp. 15-21.

Bonnet Valérie, Mennesson Christine, « Presse, sportifs, lecteurs : du schème explicatif à l'assignation identitaire », *Questions de communication*, vol. 35, no. 1, 2019, pp. 7-22.

Bonville Jean, Charon Jean, « Le journalisme et le marché : de la concurrence à l'hyperconcurrence », in Bonville Jean, Brin Colette, Charron Jean, *Nature et transformation du journalisme - Théorie et recherches empiriques*, Québec, Les Presses de l'Université Laval, 2004, pp. 273-317.

Boudzanga Bertrand Noël, *Le Gabon. Une démocratie meurtrière*, Paris, L'Harmattan, 2017.

Bourdieu Pierre, *Sur la télévision, suivi de L'Emprise du journalisme*, Liber, Raisons d'agir, 1996.

Bourgi Albert, Casteran Christian, *Le Printemps de l'Afrique*, Paris, Hachette, 1991.

Bousquet Franck, Amiel Pauline, « IV / Une information contrainte et concurrencée », in Franck Bousquet éd., *La presse quotidienne régionale*. Paris, La Découverte, 2021, p. 57-71.

Cadoux Jean-Noël, « Le Parti Démocratique Gabonais à la recherche de la Nation », *Le Monde diplomatique*, juillet 1974.

Cardon Dominique, « La démocratie Internet. Entretien avec Dominique Cardon », in *Transversalités*, vol. 123, n° 3, 2012, pp. 65-73.

Carlson Matt, « Dueling, Dancing, or Dominating ? Journalists and Their Sources July 2009 », *Sociology Compass*, n°4, vol 3, p.526 – 542.

Charon Jean, De Bonville Jean, « Le journalisme dans le “système” médiatique », *Études de Communication Publique*, vol. 16, 2022, p.1-57.

Chartron Ghislaine, Rebillard Franck, « La publication sur le web, entre filiations et innovations éditoriales », in Pedauque Roger T., *La redocumentarisation du monde*, Toulouse, Edicions Cepaduès, pp.201-2013.

Chevallier Jacques, « L’analyse institutionnelle », *In L’Institution*, Paris, PUF, 1981, pp. 3-61.

Diangitukwa Fweley, « La lointaine origine de la gouvernance en Afrique : l’arbre à palabres », *Revue Gouvernance*, vol.11, 1, 2014, pp.1-21.

Dibakana Mouanda Jean-Aimé, « NTIC et dynamiques sociales en Afrique : l’exemple du téléphone portable au Congo-Brazzaville », in Kiyindou Alain (dir.), *Cultures, technologies et mondialisation*, Paris, L’Harmattan, 2010, p. 25-36.

Dolbeau-Bandin Cécile, Elsa Jaubert. « Romain Badouard, Le désenchantement de l’internet. Désinformation, rumeur et propagande, Limoges, FYP Éditions, 2017, 179 p. », *Réseaux*, vol. 216, no. 4, 2019, pp. 253-256.

Duarte Laurent, « Afrique – Quand la démocratie se joue en ligne », *Revue Projet*, vol. 371, no. 4, 2019, pp. 60-67.

Entman Robert, « Framing: Toward clarification of a fractured paradigm », *Journal of Communication*, 43(4), 1993, p.51–58.

Entman Robert M., « Framing Bias : Media in the Distribution of Power », in *Journal of Communication*, vol.57, n°1, 2007, pp. 163-173.

Eric George, et al, « internet et pluralisme de l’information : un point de vue du Québec », in, Franck Rebillard, Marlène Loicq, *Pluralisme de l’information et media diversity. Un état des lieux international*, Bruxelles, De Boeck Supérieur, 2013, pp. 211-230.

Frère Marie-Soleil, « Médias en mutation : de l’émancipation aux nouvelles contraintes », *Politique africaine*, vol. 97, no. 1, 2005, pp. 5-17.

Gamson William A., André Modigliani, « The Changing Culture of Affirmative Action Research », in *Political Sociology*, 3, 1987, pp. 137-177.

Gitlin Todd, *The Whole World Is Watching*, Berkeley, Presse Universitaire de Californie, 1980.

Glasser Théodore L., « Objectivity and News Bias », in Cohen Elliot D. (dir.), *Philosophical Issues in Journalism*, New York, Oxford University Press, 1992. pp. 176—185.

Greer J. D., « Adeversiting on Traditional Media Sites: Can the Traditional Business Model be Translated to the web ? », *Social Science Journal*, 41 (1), 2004, pp. 107-113.

Guichaoua André, et al, « Aspirations démocratiques et “démocraties autoritaires” en Afrique centrale. Introduction », in *Revue Tiers Monde*, 2016, vol.4, n° 228, pp. 9 à 21.

Grosser Alfred, « Le parti unique en Afrique », *Preuves*, Juillet 1962, pp.22-25.

Hagel J, Rayport J.F, « The coming Battle for Customer Information », *Harvard Business Review*, vol. 75, n°1, 1997, pp.53-65.

Henkens Anne Martine, « Activist ou militant ? », *Analyse de L'HIOES*, n°182, 29 décembre 2019.

Heungoup Hans D.M., Tanda Theophilus, « Facteurs de résilience des régimes autoritaires en Afrique Centrale », in *Réseaux sociaux numériques et processus démocratiques en Afrique centrale : entre systèmes hégémoniques et nouveaux régimes de dissidence*, Bruxelles, Egmont Institute, 2019, pp. 19-27.

Jenson Jane, Mamoudou Gazibo, « Chapitre 7. L'approche historique », in *La politique comparée : Fondements enjeux et approches théoriques*, Montréal, Presses de l'Université de Montréal, 2015. pp. 203-224.

Jobart Jean-Charles. « La notion de Constitution chez Aristote », in *Revue française de droit constitutionnel*, vol. 65, n°1, 2006, pp. 97-143

Jouët Josiane, « Retour critique sur la sociologie des usages », in *Réseaux*, 2000, vol 18 n°100, pp. 487-521.

Keese Alexander, « L'évolution du leader indigène aux yeux des administrateurs français : Léon M'Ba et le changement des modalités de participation au pouvoir local au Gabon, 1922-1967 », *Afrique & Histoire*, vol. 2, 2004, p. 141–170.

Kiyindou Alain, « Technologies de l'information et de la communication, développement et démocratie en Afrique », REFSICOM [en ligne], DOSSIER : Communication et changement, mis en ligne le 25 octobre 2016. URL : <http://www.refsicom.org/129>

Koumba Emmanuel Thierry, « Médias et construction démocratique au Gabon. Enquête sur la presse et son pouvoir », in Madébé Georice Berthin, *Les enjeux de la communication. NTIC, médias, démocratie et relations publiques au Gabon*, Libreville, Presses Universitaires du Gabon, 2013.

Labarthe Gilles, « Éric George, dir., Concentration des médias, changements technologiques et pluralisme de l'information : Québec, Presses de l'université Laval, 2015, 288 pages », In *Questions de communication*, vol 2, n°30, 2016, pp. 464-466.

Lectures, *Hermès, La Revue*, vol. 73, no. 3, 2015, pp. 259-270.

Landry Olivier, « Concentration de la propriété des médias et diversité des contenus dans les quotidiens du groupe Cesca », in *Recherches sociographiques*, vol. 52, n°2, 2011, pp. 233-435.

Leclerc Jacques, « Gabon », in *L'aménagement linguistique dans le monde*, Québec, CEFAN, Université Laval, 2020.

Lits Marc. « L'espace public : concept fondateur de la communication », *Hermès, La Revue*, vol. 70, no. 3, 2014, pp. 77-81.

Mabileau Albert, « La personnalisation du Pouvoir dans les gouvernements démocratiques », *In Revue française de science politique*, 10^e année, n°1, 1960. pp. 39-65.

Malaval Catherine. « L'histoire de l'entreprise à travers sa presse. Organisation et développement de l'information », *Entreprises et histoire*, vol. 11, no. 1, 1996, pp. 49-60.

Martin Guy, « Continuité et changement dans les relations franco-africaines », in *Afrique 2000*, N°26, 01/97, pp. 7-17.

Marty Emmanuel, « Chapitre 3. Contenus et discours des médias : concepts, méthodes, outils », Benoît Lafon éd., *Médias et médiatisation. Analyser les médias imprimés, audiovisuels, numériques*. Presses universitaires de Grenoble, 2019, pp. 79-103.

Marty Emmanuel, « Les élections municipales au miroir de la presse quotidienne régionale. Des cadres médiatiques aux thématiques politiques », *Mots. Les langages du politique*. <https://journals.openedition.org/mots/21991>.

Marty Emmanuel, et al. « Diversité et concentration de l'information sur le web. Une analyse à grande échelle des sites d'actualité français », *Réseaux*, vol. 176, no. 6, 2012, pp. 27-72.

Marty Emmanuel et al, « Appréhender le pluralisme de l'information sur le web français : le projet de recherche Ipri », in Rebillard Franck, Marlène Loicq, *op.cit*, pp. 189-207.

Mathien, Michel, « Une Approche des rapports médias et société. La systémique de la communication de masse », vol. 14, no. 3, 1988, pp. 65-70.

Mba Allo E., « Histoire de la presse au Gabon », *Interstages*, n°145, 1^{er} juillet 1980.

McQuail Denis, « La diversité de l'information dans toute sa diversité : évolution d'un concept pour les médias et les politiques publiques », in Rebillard Franck, Loicq Marlène (dir), *Pluralisme de l'information et media diversity. Un état des lieux international*, *Op.cit*, pp. 19-38.

Meier Werner A., « Media Concentration Governance : Une nouvelle plate-forme pour débattre des risques », in Bernard Miège (dir.), *La concentration dans les industries de contenu*, Paris, Lavoisier, 2005, pp. 17-25.

Mercier Arnaud, « Présentation générale. L'utile fiction de l'opinion publique », In, *Médias et opinion publique*, Paris, CNRS Éditions, 2012, pp. 15-40.

Midepani Lévi Martial. « Pratiques électorales et reproduction oligarchique au Gabon. Analyses à partir des élections législatives de 2006 », *Politique africaine*, vol. 115, no. 3, 2009, pp. 47-65.

Miège Bernard, « Les industries culturelles et médiatiques : une approche socio-économique », Stéphane Olivesi éd., Sciences de l'information et de la communication. *Presses universitaires de Grenoble*, 2014, pp. 173-192.

Minso J.M. « Fondements historiques du retour au pluralisme au Gabon » (1960-1990), In, CERGEP, *Le Processus démocratique en Afrique subsaharienne (1960-1994) : Bilans et perspectives*, Colloque CERGEP à Libreville, Octobre 1994.

Moeglin Pierre, « Pour une économie politique de la création. De la trivialité à la créativité », *Communication et langages*, N° 185, 2015, pp. 49-66.

Mouckaga hugues, « Les Comités d'Action Politique (C.A.P) et les Cool-Moondjer's dans la violence en période électorale au Gabon à travers la presse écrite privée (janvier-décembre 1993) », in Ndombet W-A., *Processus électoraux et immobilisme politique au Gabon (1990-2009)*, 2015, pp. 43-62.

Ngono Simon, « Les dispositifs médiatiques comme lieu de (re)production de la dominance sociale. Illustration à partir des débats télévisés au Cameroun », in *Revue Oudjat*, vol.1, n°1, 2018, pp. 1-11.

Nicolas Pélissier, et al, « L'information en ligne : un nouveau paradigme pour le journalisme ? », in *Pragmatiques des communications instrumentées*, Paris, L'Harmattan, 2002, pp. 21-63.

Paterson, C., *International news on the internet: Why more is less. Ethical space : The International Journal of Communication Ethics*, 4 (1), 2007, pp. 57-66.

Payeur Alain, « Michel Mathien (1992), *Les journalistes et le système médiatique* », *Communication. Information Médias Théories*, vol. 14 n°2, automne 1993. pp. 324-333.

Pélissier Nicolas, « Cyberjournalisme : la révolution n'a pas eu lieu », *Quaderni*, n°46, 2001.

Pélissier, Nicolas. « Un cyberjournalisme qui se cherche », *Hermès, La Revue*, vol. 35, no. 1, 2003, pp. 99-107.

Perrot Claude-Hélène. « Chefs traditionnels : le cas du sud-est de la Côte d'Ivoire », in *Afrique contemporaine*, vol. 217, no. 1, 2006, pp. 173-184.

Pigneur, Yves. « Une perspective institutionnelle », *Systèmes d'information & management*, vol. 16, no. 2, 2011, pp. 3-7.

Pritchard, David, et Christopher Terry. « Politiques publiques de communication et diversité de l'information aux États-Unis », Franck Rebillard éd., *Pluralisme de l'information et media diversity. Un état des lieux international*, De Boeck Supérieur, 2013, pp. 61-77.

Proulx Serge, « Trajectoires d'usages des technologies de communication : les formes d'appropriation d'une culture numérique comme enjeu d'une société du savoir », in *Annales des télécommunications*, 2002, tome 57, n°3-4, pp. 180-189.

Reber Bernard, « Pluralisme », in Casillo I. avec Barbier R., Blondiaux L., Chateauraynaud F., Fourniau J-M., Lefebvre R., Neveu C. et Salles D. (dir.), *Dictionnaire critique et interdisciplinaire de la participation*, Paris, GIS Démocratie et Participation, 2013, ISSN : 2268-5863.

Rebillard Franck, Nikos Smyrnaio. « Les infomédiaires, au cœur de la filière de l'information en ligne. Les cas de google, wikio et paperblog », *Réseaux*, vol. 160-161, no. 2-3, 2010, pp. 163-194.

Rebillard Franck, « Modèles socioéconomiques du journalisme en ligne et possibilités d'une information diversifiée », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°12/3, 2011, p.81- 95.

Rebillard Franck, Marlène Loicq, « Intervention des pouvoirs publics et recherches sur le pluralisme et la diversité en France », in Rebillard Franck, Marlène Loicq, *Pluralisme de l'information et media diversity. Un état des lieux international*, Bruxelles, De Boeck Supérieur, 2013, pp. 79-96.

Rebillard Franck, Touboul Annelise, « Promises unfulfilled ? "Journalism 2.0", user participation and editorial policy on newspaper websites », in *Media, Culture and Society*, 2010, pp. 323-334.

Rebillard Franck, « Modèles socioéconomiques du journalisme en ligne et possibilités d'une information diversifiée », in *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°12/3, 2011, p.81 - 95.

Reese Stéphane D., « The Framing Project: A Bridging Model for Media Research Revisited », in *Journal of Communication*, vol. 57, n°1, 148-154.

Renaud de La Brosse, « Le rôle des médias et des nouvelles technologies de la communication et de l'information dans la démocratisation des sociétés d'Afrique subsaharienne », in, *Les Cahiers du journalisme*, n°9 – automne 2001, pp.174-187.

Reinert Max, « Une méthode de classification descendante hiérarchique. Application à l'analyse lexicale par contexte », *Les Cahiers de l'analyse des données*, vol. VIII, no 2, 1983, pp. 187-198.

Ricoeur Paul cité par MicheRodet I, « Pluralisme et diversité des opinions dans les médias », in *Autres Temps. Les cahiers du christianisme social*, n°16, 1987. pp. 30-36.

Ringoot Roselyne, Utard Jean-Michel, « Genre journalistique et dispersion du journalisme », in, Ringoot R, Utard J. M. (dir), *Le journalisme en invention. Nouvelles pratiques, nouveaux acteurs*, Rennes, PUR, 2005, pp. 21-47.

Rossatanga-Rignault Guy, « Gabon : Radioscopie du théâtre électoral », in, *L'Afrique politique*, CEAN, 1997, pp. 271-293.

Ruellan, Denis. « Les journalistes et le système médiatique (Michel Mathien) », *Réseaux*, vol. 57, no. 1, 1993, pp. 153-155.

Sabi Djaboudi Arthur, « Les médias publics et l'élection présidentielle d'Août 2016 au Gabon », in, Ovoundaga D.M, *Les moyens de communication au Gabon. Mutations sociopolitiques et enjeux de gouvernance*, 2021, pp. 71-104.

Schöpfel, J., Littérature « grise » : de l'ombre à la lumière. *I2D - Information, données & documents*, 52, 2015, p.28-29. <https://doi.org/10.3917/i2d.151.0028>

Sock Boubacar Mor, « griot-griotisme et la pratique du journalisme en Afrique », *Ethiopies, Revue socialiste de culture négro-africaine*, n°11, 1977, pp. 20-26.

Sonnac, Nathalie, Jean Gabszewicz. « V. Diversité et qualité des contenus médiatiques », in Nathalie Sonnac, *L'industrie des médias à l'ère numérique*. La Découverte, 2013, pp. 85-98.

Taussig Sylvie, « La pluralité des mondes au miroir de l'Europe et de la Chine : pluralisme politique et pluralisme religieux dans un monde globalisé », *Le Philosophoire*, 2014/1 (n° 41), p. 139-158.

Toussaint-Desmoulin Nadine, « Traits généraux et spécificité économique des médias », in *L'économie des médias*, Paris, PUF, 2015, pp. 7-32.

Tredan Olivier. « Le "journalisme citoyen" en ligne : un public réifié ? », *Hermès, La Revue*, vol. 47, no. 1, 2007, pp. 115-122.

Van Gorp B., « The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back », In *Journal of Communication*, vol. 57, n°1, 2007, pp. 60-78.

Vincent Bullich, Laurie Schmitt, « La socio-économie des médias : les stratégies de production et de valorisation des contenus », in Benoit Lafon (dir.), *Médias et médiatisation*, Grenoble, PUG, 2019, pp. 19-46.

Wahl-Jorgensen K., « Subjectivity and story-telling in Journalism », in *Journalism Studies*, vol.14, n°3, 2013, pp.305-320.

Webster Edward, « Syndicats et partis politiques en Afrique : nouvelles alliances, stratégies et nouveaux partenariats », dans *La Coopération syndicale internationale. Document d'information*, n° 3, 2008.

Zarka Yves C., « Démocratie et pouvoir médiatique [*] », in *Cités*, vol. 10, n°2, 2002, pp. 119-129.

Thèses et mémoires.

Bonnet H, Mobilisations multisectorielles et crise politique au Gabon (janvier-juin 1990) , Mémoire de DEA en Études africaines, IEP/CEAN-Bordeaux, 1991.

Bousquet Franck, Pour une approche globale de l'information infranationale. Éléments d'analyse du papier au numérique, mémoire d'HDR, Université Toulouse III, 2014.

Cavellier-Croissant V, La Presse quotidienne française sur internet : stratégies, discours et représentations des acteurs de presse quotidienne d'information générale dans le cadre du développement de leur site internet, Thèse en SIC, Université Stendhal Grenoble III, Grenoble 2002.

Diamouangana Gilles Alain, Vie et mort des médias au Congo-Brazzaville (1989-2006) : contribution de La Semaine Africaine à l'émergence d'un espace public, Thèse en Sciences de l'information et de la communication, Université Michel de Montaigne - Bordeaux III, 2013.

Marty Emmanuel, Journalismes, discours et publics : une approche comparative de trois types de presse, de la production à la réception de l'information. Thèse de doctorat en SIC, Université de Toulouse II, 2010.

Matsanga Nziengui Marina, « La production et la diffusion de la culture dans les chaînes de télévisions publiques africaines. : L'expérience gabonaise. Sciences de l'information et de la communication », Thèse en sciences de l'information et communication, Université Grenoble Alpes, 2018

Mavoungou Vincent, Institutions et publics de la radio-télévision au Gabon. Essai sur la personnalisation du pouvoir à travers la communication politique par les médias, Thèse de doctorat en sciences de l'information et communication, sous la direction de Francis Balle, Paris II, 1986.

Mbang Menie Grace, La presse d'opposition au Gabon, un entrepreneur de l'alternance politique : les cas d'Échos du Nord et Le Mbandja, Thèse en Sciences de l'information et de la communication, soutenue à l'Université Grenoble-Alpes, 2022.

Météghé N'Nah Nicolas, Histoire de la formation du peuple gabonais et de sa lutte contre la colonisation coloniale (1839-1960), Thèse de doctorat d'Etat ès Lettres et sciences humaines, Université Paris I, 1994.

Ndong Ngoua A., Vers le pluralisme de la presse en Afrique noire francophone : le cas du Gabon, Thèse de doctorat en sciences de l'information et communication, sous la direction de Jacques Barrat, Paris II, 1999.

Ondo Nzuey Griffin, Le cyberjournalisme au Gabon : pratiques et représentations chez les professionnels de l'information, Mémoire de Master en Communication de masse, DSIC, Université Omar Bongo (UOB), Libreville, 2013.

Paré Cyriaque, Médias et société de l'information en Afrique de l'Ouest. Enjeux, discours et appropriations, Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université de Bordeaux III, 2007.

Sabi Djaboudi A., Les journalistes de la Radiodiffusion Télévision Gabonaise (RTG) : profils et pratiques, Thèse de doctorat en Sciences de l'information et de la communication, Université de Bordeaux III, 1999.

M'Boumba M'Boumba Riva, Usages et pratiques des technologies de l'information et de la communication au Gabon : Freins et attractivité en milieu rural, Thèse de doctorat en SIC, Université de Grenoble-Alpes, 2021.

Salles Chloë, Les mutations d'une presse de « référence » ; évolution des stratégies d'acteur à partir de représentations et pratiques journalistiques sur Internet. Les Blogs au cœur des stratégies de repositionnement de la presse écrite, le cas du journal Le Monde, Thèse de doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université Grenoble-Alpes, 2010.

Rapports

Fraser Colin, Manuel de la radio communautaire, Documents UNESCO, 2005.

Institut Panos Paris, Afrique centrale. Des médias pour la démocratie, Paris, Karthala, 2000.

Lopez Escartin, Données de base sur la population : Gabon, Paris, *CEPED*, 1991.

Observatoire de la couverture médiatique des élections (OCME-Gabon) _Rapport N° 2_Août 2016.

PNUD, Rapport de la Gouvernance en Afrique III : Etude sur les élections et la gestion de la diversité au Gabon, Commission Economique des Nations Unies Pour l'Afrique CEA, Libreville, avril 2012

Rogy Michel, Dubow Jacqueline, Technologies de l'Information et de la Communication, Langues Vernaculaires et Stimulation du Haut Débit au Gabon, Note pour le ministère de l'Économie Numérique, de la Communication et de la Poste (MENCP), 2014.

UNESCO, PIC, Etude sur le développement des médias au Gabon. Etude basée sur les indicateurs de développement des médias de l'UNESCO, Paris, Ed. UNESCO, 2013.

Kenmoe Mike (Michel), KOUMBA Emmanuel Thierry, Etat des Lieux de la Communication au Gabon : Défis et Perspectives, Rapport élaboré avec l'appui du bureau de l'UNESCO, Libreville, 2014.

Webographie.

BBC News Afrique, « Guy Pierre Biteghé : au Gabon "la HAC fait systématiquement recours à la sanction extrême ». <https://www.bbc.com/afrique/region-49492308>

Béché Emmanuel, L'Internet en politique au Cameroun : Usages, cyberprésence et enjeux démocratiques, communication orale au colloque international Les médias au Maghreb et en Afrique subsaharienne : Formes discursives, publics et enjeux démocratiques, Berne, 13-15 juin 2013.

https://orbi.uliege.be/bitstream/2268/151255/1/Beche_Internet_politique_Cameroun.pdf

Cavallin Jens, « European policies and regulations on media concentration », International Journal of Communication, in Law and Policy, 3, 1, 1998. [[Http://www.ijclp.net/ijclp_web-doc_3-1-1998.html](http://www.ijclp.net/ijclp_web-doc_3-1-1998.html)].

Cheval Jean-Jacques, Lenoble-Bart Annie, Paré Cyriaque, Tudesq André-Jean, Médias africains et Internet, 2001. https://www.msha.fr/msha/publication_en_ligne/netafriq/media/partie1.htm#_ftnref26.

Dayan Daniel. « À propos de la théorie des effets limités », *Hermès, La Revue*, vol. 4, no. 1, 1989, pp. 93-95.

<https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-1989-1-page-93.htm>.

Degand Amandine, « Le multimédia face à l'immédiat. Une interprétation de la reconfiguration des pratiques journalistiques selon trois niveaux », *Communication*, Vol. 29, n°1. <http://communication.revues.org/2342>.

Dieko Steeve N'Zegho, Démocratie et organisation des partis politiques au Gabon, 2014. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00942757>

Le Figaro, « Aux États-Unis, les sites d'information se consultent d'abord sur mobile », <https://www.lefigaro.fr/medias/2015/04/30/20004-20150430ARTFIG00005-aux-etats-unis-les-sites-d-information-se-consultent-d-abord-sur-mobile.php>

La Banque mondiale, « Le Gabon : premier pays connecté aux TIC en Afrique centrale et de l'Ouest grâce à des investissements judicieux ». <https://www.banquemondiale.org>

Mon Gabon, « Les ethnies du Gabon ». http://www.mon-gabon.com/cultures_divers/ethnies_du_gabon.html.

Jeune Afrique, « Suspension de France 2 au Gabon : la HAC accuse la chaîne d'« acharnement » et de « Gabon Bashing ». <https://www.jeuneafrique.com/621760/politique/suspension-de-france-2-au-gabon-la-hac-accuse-la-chaine-d-acharnement-et-de-gabon-bashing/>

Journal du net, « Parts de marché des moteurs de recherche dans le monde ». <https://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/1087491-parts-de-marche-des-moteurs-de-recherche-dans-le-monde/>

La Revue des médias, « Les radios internationales en Afrique ». <https://larevuedesmedias.ina.fr/les-radios-internationales-en-afrique>

Le Monde, « Pierre Mamboundou, opposant gabonais ». https://www.lemonde.fr/disparitions/article/2011/10/18/pierre-mamboundou-opposant-gabonais_1589794_3382.html

La Lettre.pro, « Rfi et france 24 confirment leur succès en afrique francophone ». https://www.lalettre.pro/RFI-et-France-24-confirment-leur-succes-en-Afrique-francophone_a22048.html

Universalis, « La presse sportive ». <https://www.universalis.fr/encyclopedie/sport-histoire-et-societe-la-presse-sportive/>

GabonReview, « 10 mois sans salaire, mais fidèles au poste à TéléAfrica ». <https://www.gabonreview.com/gabon-10-mois-sans-salaire-mais-fideles-au-poste-a-teleafrica/>

Info241, « Affaire TV+/Franck Nguema : Quel avenir pour “ la télévision du futur” ». <https://info241.com/affaire-tv-franck-nguema-quel-avenir-pour-la-televison-du-futur,5506>

Le Club de Médiapart, « Suspension de France 2 : Communiqué du Ministre Gabonais de la communication ». <https://blogs.mediapart.fr/amdb/blog/260818/suspension-de-france-2-communique-du-ministre-gabonais-de-la-communication>

Le Monde Afrique, « Gabon : victime d'un AVC, Ali Bongo demeure hospitalisé en Arabie saoudite ». <https://www.lemonde.fr>

Marcy Delsione Ovoudaga, « Les réseaux sociaux du web et les nouvelles formes d'engagement politique au Gabon : le cas de Facebook », French Journal For Media Research. <https://frenchjournalformediaresearch.com:443/lodel-1.0/main/index.php?id=1678>

Marty Emmanuel, « Les élections municipales au miroir de la presse quotidienne régionale. Des cadres médiatiques aux thématiques politiques », *Mots. Les langages du politique*, 108, 2015, pp. 39-55. URL : <http://journals.openedition.org/mots/21991> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/mots.21991>.

M. Mouissi, « Gabon : l'ANGT et le scandale des marchés publics par entente directe », www.mays-mouissi.com/2016/04/26/gabon-langt-scandale-marches-publics-entente-directe/

Najar Sihem, « Mouvements sociaux en ligne, cyberactivisme et nouvelles formes d'expressions en Méditerranée » in, La lettre de l'IRMC, n°6 2011. <https://irmc.hypotheses.org/249>

Ngounou Ingrid Alice, La presse en ligne dans la démarche d'information des étudiants immigrés : le cas des Camerounais de France. https://www.memoireonline.com/09/06/207/m_place-presse-en-ligne-etudiants-immigres-cameroun-ile-de-france7.html.

N'tambwe Tshimbulu Raphaël, « La politisation de l'Internet en Afrique en question », Contribution au colloque international réuni à Douala en avril 2006. <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/wp-content/uploads/2019/02/06-2009A-Actes-de-Douala-Tambwe.pdf>

Ovoundaga Marcy Delsione, «Les réseaux sociaux du web et les nouvelles formes d'engagement politique au Gabon : le cas de Facebook», French Journal For Media Research [en ligne], Browse this journal/Dans cette revue, 10/2018 Le web 2.0 : lieux de perception des transformations des sociétés, Le web 2.0 : lieux de perception des transformations des sociétés/Web 2.0: Places of perception of the transformations of societies, mis à jour le : 28/06/2018, URL : <http://frenchjournalformediaresearch.com/lodel-1.0/main/index.php?id=1678>

Pignard-Cheynel Nathalie, « Journalisme participatif » Publicationnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics. <https://publicationnaire.humanum.fr/notice/journalisme-participatif>

Rebillard Franck, « L'externalisation des activités de création dans les ICIC. A propos des tendances observables dans le secteur de la presse », in *Actes du colloque Mutations des ICIC*, 2007. http://www.observatoire-omic.org/colloque-ici/omic_icic_atelier11.php_5.

Ronald Matthews, « Forecast for Africa: More Plots, More Coups », *The New York Times*, 10 avril 1966. <https://archive.wikiwix.com/cache/index2.php?url=http%3A%2F%2Fselect.nytimes.com%2Fghost%2Fabstract.html%3Fres%3DF10F11F9395C15768FDDA90994DC405B868AF1D3#federatio n=archive.wikiwix.com>

RSF, « Gabon : "la politique de sanctions systématiques des médias a créé un climat de défiance" selon RSF », rsf.org

Wolton Dominique, « La médiation au regard de la communication » In, *Médiations*, Paris, CNRS Éditions, 2010. <http://books.openedition.org/editions-cnrs/14772>. ISBN : 9782271121875. DOI : <https://doi.org/10.4000/books.editions-cnrs.14772>

Table des tableaux

<u>Tableau 1</u> : Résumé de la problématique et des hypothèses.....	106
<u>Tableau 2</u> : Quelques stations de radios régionales publiques et privées dans les différentes régions provinciales du Gabon.....	161
<u>Tableau 3</u> : Les chaînes de télévision privées proches ou appartenant à des acteurs politiques.....	167
<u>Tableau 4</u> : Les chaînes de télévisions gabonaises actuellement fonctionnelles.....	170
<u>Tableau 5</u> : Récapitulatif du temps d’antenne dans les médias audiovisuels des candidats les plus emblématiques.....	175
<u>Tableau 6</u> : Les espaces attribués aux candidats dans certains titres pendant la présidentielle 2016.....	176
<u>Tableau 7</u> : L’identification des quartiers qui abritent les sièges sociaux des sites natifs.....	238
<u>Tableau 8</u> : Statut des journalistes des médias natifs du web.....	242
<u>Tableau 9</u> : Les motivations des journalistes à travailler pour un site natif.....	244
<u>Tableau 10</u> : Les capacités financières des sites natifs.....	246
<u>Tableau 11</u> : Les directeurs de publication des sites natifs et potentiels liens politiques.....	255
<u>Tableau 12</u> : Composition définitive de l’Assemblée nationale à la suite des partielles de 2019.....	283
<u>Tableau 13</u> : Récapitulatif du contenu de chaque classe.....	302
<u>Tableau 14</u> : Les médias correspondants aux différentes classes.....	303
<u>Tableau 15</u> : Les facteurs de choix de la couverture médiatique des sites natifs.....	356

Table des illustrations

<u>Illustration 1</u> : Les pages gabonaises d’engagement politique sur Facebook.....	217
<u>Illustration 2</u> : Deux exemples de comptes twitter d’Ali Bongo et Jean Ping.....	220
<u>Illustration 3</u> : La médiatisation de la rumeur sur le sosie du président gabonais.....	224
<u>Illustration 4</u> : Image de la page d’accueil du blog du BDP.....	228
<u>Illustration 5</u> : Exemple d’infomédiation d’un hyperlien sur Google vers le site de Gabonreview.....	250
<u>Illustration 6</u> : La page d’accueil du site gabonews.com.....	261

<u>Illustration 7</u> : La page d'accueil de gabonreview.com.....	263
<u>Illustration 8</u> : La page d'accueil de Gabonactu.com.....	266
<u>Illustration 9</u> : La page d'accueil de Gabonmediatime.com.....	268
<u>Illustration10</u> : Modèle de présentation visuelle de Gaboneco.com à l'ouverture d'un article.....	270
<u>Illustration 11</u> : La page d'accueil du site de <i>L'Union</i>	272
<u>Illustration 12</u> : Page d'accueil du site d'Echos du Nord.....	274
<u>Illustration 13</u> : Un article de Gabonactu sur un candidat du PDG dans le cadre des législatives de 2018.....	316
<u>Illustration 14</u> : Les bandes publicitaires défilantes en glissant vers le bas de la page.....	317
<u>Illustration 15</u> : Article de <i>L'Union</i> présentant l'actualité diplomatique du président Ali Bongo pendant la période des législatives 2018.....	319
<u>Illustration 16</u> : Reportage faisant état de l'agression des reporters de Gabonews lors du meeting du PDG à Akébé dans le troisième arrondissement de Libreville.....	323
<u>Illustration 17</u> : Article remettant en cause l'attitude d'un candidat du PDG sur la problématique de la fraude électorale.....	326
<u>Illustration 18</u> : Article sur une question relative au phénomène d'abstention pendant les élections dans l'ensemble du pays.....	328
<u>Illustration 19</u> : Article d'Echos du nord sur la valorisation médiatique d'une activité de campagne d'un candidat de l'opposition.....	333
<u>Illustration 20</u> : Article sur le questionnement de l'état de santé d'Ali Bongo dans Gabonmediatime.....	337
<u>Illustration 21</u> : Article sur la communication de la présidence sur l'état de santé d'Ali Bongo rapporté par Gabonactu.....	337

Table des graphiques et graphes

<u>Graphique1</u> : Distribution du temps d'antenne des candidats dans les médias audiovisuels à la présidentielle de 2016.....	174
<u>Graphique 2</u> : chiffre d'affaires annuel dans les secteurs de la télécommunication au Gabon.....	208
<u>Graphique 3</u> : Part d'abonnés des entreprises de télécommunication au Gabon.....	209
<u>Graphique 4</u> : Avis des gabonais sur les réseaux sociaux.....	223
<u>Graphique 5</u> : Dendrogramme issu de la CHD.....	293

<u>Graphique 6</u> : Graphique des modalités de la variable média pour déterminer les rapports entre les classes et les médias.....	302
<u>Le Graphe de classe 1</u> : Le déroulement et dénouement des élections.....	296
<u>Le Graphe de classe 2</u> : Les préoccupations sociopolitiques.....	298
<u>Le Graphe de classe 3</u> : Les promesses ou projets de campagne politique.....	300

Table des figures.

<u>Figure 1</u> : Carte politique du Gabon.....	13
<u>Figure 2</u> : L'AFC des spécificités lexicales des médias.....	286
<u>Figure 3</u> : L'AFC des formes lexicales.....	287

Table des schémas.

<u>Schéma 1</u> : L'analyse du pluralisme à partir des corpus d'étude selon les approches.....	88
<u>Schéma 2</u> : L'analyse du pluralisme à partir des contenus médiatiques selon les approches.....	89
<u>Schéma 3</u> : La présentation des approches liées au contexte de production de l'information de la presse en ligne pour examiner les différentes hypothèses.....	109
<u>Schéma 4</u> : La présentation des approches liées à l'analyse du corpus textuel pour vérifier les hypothèses sur les contenus d'articles publiés par les médias en ligne retenus.....	110
<u>Schéma 5</u> : : Synthèse des résultats de la recherche.....	369

Table des images.

<u>Image 1</u> : Le logo de <i>Gabonews</i>	262
<u>Image 2</u> : Le logo de Gabonreview.....	265
<u>Image 3</u> : Le logo de Gabonactu.....	267
<u>Image 4</u> : Le logo Gabonmediatime.....	269
<u>Image 5</u> : Le logo Gaboneco.....	271

Table des annexes

Annexe 1 : Le Guide des entretiens semi-directifs avec les acteurs de la presse au Gabon.....	398
Annexe 2 : Les entretiens avec les responsables hiérarchiques des médias natifs du web gabonais.....	399
Fiche n°1 : Entretien du 28 février 2020 avec Harold Leckat Igassela, Promoteur et Directeur de publication de Gabonmédiatime.....	399
Fiche n°2 : Entretien du 2 mars 2020 avec Demba Wo-Bangagnet, Rédacteur en Chef de Gabonmédiatime.....	403
Fiche n°3 : Entretien du 4 février 2020 avec François Djimbi, Directeur de publication de Gabonreview.....	407
Fiche n°4 : Entretien du 6 février 2020 avec Jean Robert Mbasani, Rédacteur en Chef de Gabonreview.....	412
Fiche n°5 : Entretien du 13 février 2020 avec Yves Laurent Goma, Directeur de publication de Gabonactu.....	416
Fiche n°6 : Entretien du 14 mars 2020 avec Martial Tsonga, Rédacteur en Chef de Gabonews.....	420
Fiche n°7 : Entretien du 14 mars 2020 avec Patrick Charferry, Journaliste et responsable des programmes de la Radio (web et fm) de Gabonews.....	423
Fiche n°8 : Entretien du 06 avril 2020 avec Ondo Ebiaghe, Conseiller juridique de la Haute Autorité de la Communication.....	426
Fiche n°9 : Entretien du 06 avril 2020 avec Doumbeneny, Conseiller en communication de la Haute Autorité de la Communication.....	428
Annexe 3 : Synthèse des entretiens par téléphone avec les journalistes des différents médias.....	430
Annexe 4 : L'ensemble des publications soumis à notre analyse.....	433
Annexe 5 : Loi n°019/2016 du 09 août 2016 portant Code de la Communication en République Gabonaise.....	452
Annexe 6 : Loi n°07/2001 portant Code de la communication audiovisuelle, cinématographique et écrite. (Code de la Communication avant l'intégration des médias numériques).....	466
Annexe 7 : Liste de la presse gabonaise en ligne reconnu par la HAC. 2019.....	486

Annexe 8 : Liste des médias suspendus, non conformes par la HAC, 2022.....488

Annexe 1 : Le Guide des entretiens semi-directifs avec les acteurs de la presse au Gabon.

NB : Les entretiens se sont déroulés à Libreville, Gabon de février à mai 2020. Comme acteurs, nous avons eu les responsables des médias natifs en ligne (*pure-players*), les journalistes (journaliste web), des journalistes d'agence (AFP et AGP), les journalistes de journaux (Echos du nord et L'Union), les responsables administratifs de la HAC. En tout, 24 entretiens dont les interrogations ont varié en fonction des interlocuteurs. Les questions ont tourné autour des thématiques suivantes :

1. Présentation, fonction, parcours et biographie
2. Données factuelles et économiques : création du média, chiffre d'affaires, si groupe industriel (part du média dans le CA du groupe), taille de l'audience, sources de financement/modèle d'affaire, effectif du média dont journalistes permanents, média rentable/à l'équilibre ou pas, etc.)
3. Division et coordination du travail : (distribution des sujets entre membres de la rédaction, distribution des postes techniques et/ou extra-journalistiques (CM, veille et desk, RSN, postes commerciaux, etc.)
4. Pratiques et outils au quotidien (part de journalisme de terrain et de « desk », usages des RSN, lesquels, encadrés comment ? Critères de choix des sujets et des angles, méthode de recherches des sources, attention aux fils d'agence, à la presse de référence et à la production des concurrents, volonté ou pas de s'extraire de l'agenda dominant, exhaustivité des nouvelles ou au contraire sélectivité.
5. Relations aux lecteurs/ aux audiences (données de fréquentation, dispositifs pour faciliter l'accès à l'information, référencement, stratégies RSN pour l'audience, dimension participative et interactive, si oui où et comment concrètement : commentaire, modérés comment, RSN, espaces dédiés, rencontres avec lecteurs ?
6. Positionnement dans l'environnement (rapports, individuels et du média, aux confrères dans l'espace local, national et international, aux élus politiques, aux entrepreneurs et décideurs, aux citoyens, aux partis, aux organes de régulation et d'encadrement de la profession, etc.)
7. Valeurs fondatrices ou défendues par le média, positionnement éditorial, originalité dans le paysage, engagement politique éventuel (sans forcément être partisan), modèle éventuel de journalisme, etc.
8. Avis général sur le pluralisme de l'information dans le système médiatique gabonais : point de vue du niveau de liberté de la presse au Gabon sur le plan pratique, les interventions de la HAC dans la régulation des médias, le niveau d'application de la censure et de l'autocensure sur des sujets sensibles touchant de hautes personnalités.
9. Pluralisme et législatives 2018 : Le rapport avec les acteurs politiques en présence (la démarche pour couvrir leurs évènements, le choix de couverture des activités politiques), comment se manifeste le souci du pluralisme dans la représentativité des oppositions politiques.
10. L'intérêt social de la presse en ligne au Gabon : la plus-value des médias natifs comparativement aux médias traditionnels dans la médiatisation et l'éditorialisation de l'actualité nationale.

Annexe 2 : Les entretiens avec les responsables hiérarchiques des médias natifs du web gabonais.

NB : L'ensemble de ces entretiens ont pour but, dans un premier temps, d'obtenir des informations sur la particularité, les objectifs, l'organisation et le fonctionnement des différents sites natifs. En deuxième lieu, ils ont aussi pour intérêt d'arriver à comprendre comment les acteurs des organes d'information perçoivent eux-mêmes l'environnement médiatique dans lequel ils évoluent par rapport à leur métier. Toutes ces données nous ont permis d'avoir des éléments d'interprétation et de compréhension sur les conditions de production des informations des médias natifs gabonais.

Fiche n°1 : Entretien du 28 février 2020 avec Harold Leckat Igassela, Promoteur et Directeur de publication de *Gabonmediatime*. (Durée 01h 05 min).

Angoué Minang Alfred (AMA) : Bonjour M. Leckat, pouvez-vous vous présenter succinctement sur votre fonction, parcours et biographie ?

Leckat Igassela Harold (LIH) : Je suis Harold Leckat, j'ai 34 ans, je suis Directeur de la publication de *Gabonmediatime*. A la base, je suis juriste de formation. Après mon diplôme à l'Université Paris Sorbonne Cité, je suis rentré au Gabon pour travailler en tant qu'avocat. J'ai travaillé dans un cabinet d'avocat pendant un an qui malheureusement s'est soldé par un licenciement. Pourquoi, Parce que j'avais une passion pour l'écriture. Même lorsque j'étais étudiant en France, j'arrivais déjà à prendre position sur des questions liées aux violations des libertés et que je publiais dans les médias locaux. J'ai envoyé des mails au journal Libre Vilois et certains d'entre eux ont été publiés. J'ai donc continué cet exercice. Lorsque j'étais au cabinet d'avocat, j'ai écrit un blog en juin 2015, qui s'intitule Que dit la loi ? dans lequel je commentais le courant juridique et politique du pays. Ainsi, en juin, en août 2015, il y a eu une réforme de l'organisation de la justice. J'ai critiqué la réforme d'octobre, car lors de l'audience judiciaire, l'ordonnance qui avait été présentée au gouvernement n'était toujours pas en vigueur, et la conséquence était que les procès en cours n'avaient aucune base légale. Et pendant tout le dernier trimestre 2015, j'ai continué à écrire ces articles. Et mon professeur stagiaire a certainement eu peur. Je ne sais pas ce qui a motivé sa décision, mais il m'a licencié pour, dit-il, avoir publié des articles dans la presse. Quelques jours après mon licenciement, j'ai été contacté par ceux qui sont devenus aujourd'hui mes confrères, dont le patron de la Loupe, L'Aube et Mutuki, qui m'a proposé de travailler chez eux. Naturellement, j'ai accepté. J'ai commencé par ça et je me suis proposé au regard de ce que je percevais comme salaire de travailler davantage en allant sur le terrain, faire des reportages, écrire des articles pour me perfectionner dans ce nouveau métier. En parlant de salaire, C'était le double de ce que j'avais en cabinet. Ça, c'est un petit clin d'œil pour ceux qui font des études, ceux qui font les études de droit. Je me dis, je suis ici, titulaire d'un master en droit des contentieux et j'étais moins bien payé dans un cabinet d'avocats que dans un journal.

Ensuite, j'ai proposé au responsable du média dans lequel je travaillais de se lancer en ligne. Bon, il était un peu réticent. C'est un secteur qu'il ne connaissait pas. Moi j'étais déjà un blogueur. J'avais déjà une certaine connaissance des outils, notamment, l'outil informatique

des sites comme WordPress, Facebook, Twitter. A cette époque je me considérais comme un influenceur parce que je faisais des choses que beaucoup ne faisaient pas aujourd'hui. Quand je vois les activistes là et tout bon, nous on faisait ça déjà. C'est comme ça qu'avec quelques-uns de mes collaborateurs actuels, on a décidé de lancer un média en ligne, au vu du refus du responsable du journal à ne pas le faire. J'ai donc lancé mon propre média pendant que j'étais encore dans le groupe de média la Loupe, à L'Aube. C'est ainsi que nait timidement le site *Gabonmediatime* dès fin 2015 et au début ce sont mes amis qui animaient le site au quotidien. Mais c'est à la présidentielle de 2016 où on a vraiment gagné du terrain parce qu'on on a essayé de faire des directs, des contenus un peu inédits. Et dans la même lancée, on a commencé à avoir des contacts des autorités.

AMA : les collaborateurs avec qui vous avez lancé *Gabonmediatime*, étaient-ils des journalistes ou des passionnés comme vous ?

LIH : Oui. Ils étaient trois et parmi eux, un journaliste. Les deux autres avaient une appétence pour le journalisme. Mais de 2015 jusqu'en 2017 on est un peu dans un flou. C'est vers 2017 qu'on arrive à avoir notre premier contrat publicitaire, on ouvre notre compte bancaire et là je commence à payer les premiers salaires, à raison de 150000 francs tous les mois. Ce qui n'était déjà pas mal par rapport aux traitements qu'ont les autres journalistes dans certains médias, jeunes médias en ligne comme le nôtre. En janvier 2018, j'ai décidé d'arrêter de travailler pour le Journal où j'ai exercé pendant deux ans. Je veux dire que pendant 2 ans, j'ai appris le métier dans la rédaction en même temps que j'expérimentais ce que je faisais sur le site. Et après j'ai décidé de me lancer sur *Gabonmediatime* de façon quotidienne et exclusive. Et donc là, on a cherché un local, c'est ici où nous sommes établis. J'ai recruté 2 stagiaires. J'ai recruté un relecteur et puis on a commencé à publier régulièrement. Aujourd'hui, nous sommes parmi les sites les plus lus au Gabon, sinon le premier.

AMA : Sur quoi vous basez vous pour affirmer que votre site d'information est le premier en termes de lectures au niveau des médias en ligne gabonais ?

LIH : Écoutez, aujourd'hui pour savoir qu'un site est vu, il y a le principe du « clic ». C'est à chaque fois que les gens cliquent que l'on peut évaluer la visibilité d'un site. Et sur ce point, un rapport récent, j'ai oublié l'intitulé, nous classait déjà dans le top 10 des sites les plus regardés et comme je le disais, le premier site en ligne gabonais le plus suivi. Je pourrais vous trouver ce rapport et vous l'envoyer. J'ai reçu d'ailleurs un blogueur Olivier Ona qui a interpellé l'opinion là-dessus récemment. C'est un *blog* spécialisé dans les nouvelles technologies au Gabon. « *Ona Parle Tech* » Vous pouvez noter et aller sur son blog pour vous rendre compte de cela sur un article qu'il a publié à cet effet. Aussi, on a des sites logiciels comme *Google Analytics* qui permettent de voir le niveau de fréquentation d'un site. Pour ce qui est de *Gabonmediatime*, en 2019, on était évalué à 3 millions de vues par trimestre, soit 1 million de vues par mois.

AMA : En parlant justement de moyens financiers, comment avez-vous obtenu les fonds pour lancer le média et quel est votre modèle économique ? Aussi, vos sources de financement sont-elles rentables, en équilibre, en développement ou en difficulté ?

LIH : Tout est parti de mes fonds propres. J'ai suffisamment pu réunir un peu d'argent pour lancer le média avec mes autres collaborateurs. L'avantage avec le lancement d'un site en ligne, c'est que ça ne demande pas grand-chose. Il faut juste avoir un webmaster pour créer le site en ligne et trouver l'hébergeur. Puis, j'ai suivi la procédure administrative de création d'une entreprise de presse dont les modalités inscrites dans le Code de la communication sont les mêmes d'avec les organes de presse écrite et audiovisuel. Les éléments du dossier pour légaliser administrativement le média en ligne pour obtenir l'autorisation de publication est d'environ 1 million. Donc nous, nous sommes un média légalement constitué, contrairement à beaucoup d'autres médias en ligne qui sont des blogs et se font passer pour des entreprises de presse et sans avoir des agréments constitutifs permettant à ces derniers de fonctionner.

Quant au modèle économique, nous fonctionnons essentiellement de la publicité et des publi-reportages. Il y a des partenaires qui communiquent. Ça va être les maisons de téléphonie mobile. Ça va être les hôtels, quand ils ont un événement particulier. Ça va aussi être des sociétés du secteur minier, comme *Comilogue*, qui veulent parler de leurs responsabilités sociétales, des entreprises qui veulent parler de leur image de marque. Pour ça, ils vont payer des publi-rédactionnels, car pour nous, tout cela c'est de la publicité. Après, quand je dis publicité, Je pars du principe qu'à partir du moment où une société vient vers nous pour couvrir un évènement, même à caractère social, c'est qu'elle nous appelle pour communiquer. C'est de la publicité parce que si c'était une actualité générale, elle n'aurait pas besoin de nous appeler. Nos revenus sont donc essentiellement tirés de la publicité.

Maintenant, est-ce que notre modèle économique aujourd'hui est rentable, je ne dirais pas vraiment. En réalité, il est extrêmement difficile d'avoir une stratégie financière aboutie dans les médias en ligne au Gabon pour le moment. Il y a le problème du manque de régulation de la publicité où les médias publics se gavent de la grande part du marché pendant que dans les médias privés, il apparait beaucoup de médias fantômes et moins organisés qui réduisent la part de la publicité que les médias privés se battent à obtenir. Il serait impératif que la HAC fasse du nettoyage dessus. Par exemple, il pourrait publier un communiqué officiel des médias en règle pour distinguer les médias sérieux des médias non en règle. Ceci permettrait à ce que les annonceurs ne soient orientés que vers les médias reconnus officiellement. Bref, en ce qui concerne, *Gabonmédiatime*, nos sources de financement nous permettent au-moins de régler les charges mensuelles comme le loyer, les salaires ; les salaires ici sont de l'ordre de 250000, c'est très faible. Mais on arrive à les payer. Donc on peut dire que nous sommes à l'équilibre.

AMA : Avez-vous quand-même perçu des aides ou développer des relations particulières avec des personnalités publiques, des hommes d'affaire ou des individus anonymes pour soutenir d'une quelconque façon la pérennité de votre média ?

LIH : Non, non, non. Nous sommes un média totalement indépendant. Les seuls rapports que nous avons avec les personnalités publiques ou politiques, puisque je sais que c'est là où vous voulez en venir, c'est au niveau des sources d'information. Un journaliste, à plus forte raison le manager que je suis, se doit d'avoir un carnet d'adresse important pour faciliter l'accès à l'information sur un certain nombre de situations. C'est vrai qu'à une certaine

époque, au sortir du parti unique, après la conférence nationale, les partis politiques ont voulu avoir des supports de communication. Les hommes politiques avaient leurs journaux, mais le nouveau texte dit désormais qu'il est interdit aux personnes qui ont des fonctions politiques, aux membres du gouvernement et des institutions d'être propriétaires d'un média. En tant que porte-parole de l'organisation patronale des médias, je peux dire qu'avec la trentaine de patrons de presse composant cet organe, on se réunit souvent pour discuter des problématiques sur la survie des médias, car fonctionnant de manière autonome. Je n'exclus pas qu'il y a des médias toujours chapeautés par les politiques comme le site en ligne *LaLibreville* qui est un organe de presse édité à la présidence. Il en existe beaucoup d'autres malheureusement. Mais *Gabonmediatime*, nous sommes un média indépendant.

AMA : Que pensez-vous du niveau de liberté et du pluralisme dans la presse gabonaise en général et pensez-vous avoir fait preuve de pluralisme lors des législatives de 2018 ?

LIH : En partie, dans la presse d'abord, ce que je vais penser, enfin ce que je pense, c'est que le service public de la communication est assuré par la presse privée qui informe au Gabon de façon générale. La presse publique va être en fait une presse de propagande. Pour eux, tout est bien, tout est rose. Voilà pourquoi ils vont choisir des sujets sur le président pour ne dire et ne montrer que ce qu'il fait de bien. Donc je pense qu'en fait ils ont galvaudé le rôle qu'ils doivent jouer. C'est ça qui est dommage.

Pour ce qui est des libertés, pour moi, je reste persuadé d'une chose, au Gabon la presse est libre. La presse est libre, je le dis au regard des sujets que nous traitons. Vous savez qu'il y a une certaine liberté de lutte et un certain professionnalisme. Par contre, ce que moi je condamne, c'est les confrères qui viennent affirmer des choses sans preuve sur des gens. Moi, il m'est arrivé de recevoir ici des gens qui nous disent des choses. Je prends mon stylo et j'écris le courrier à l'autorité qui est incriminé. Je cherche à savoir sa version. S'il ne veut pas répondre, j'écris parce que, à partir de ce moment, j'ai fait l'effort de confronter les sources. Or, il y en a qui ne se donnent pas ce mal. Il s'arrête à celui qui est venu dire oui, il m'a dit ça. Mais non, ce n'est pas ça le journalisme et c'est là où il pêche. Mais je pense qu'au Gabon, la presse est libre, même s'il y a des réalités, il y a des pesanteurs, il y a des journalistes qui ont déjà été arrêtés parce qu'ils ont traité de certains sujets. Mais ils sont arrêtés des fois parce qu'ils ont traité ces sujets là avec légèreté.

Quant aux législatives de 2018, nous étions essentiellement basés à Libreville, ce qui s'est passé à cette période-là, c'est que la HAC a mis en place une commission d'accès équitable aux médias et nous a appelés. Elle nous a informé de sa volonté de garantir un accès équitable et le modus operandi c'était lorsque vous publiez un article sur la majorité, il faut publier dans le même format, dans le même horaire, un article sur l'opposition et c'est ce qu'on a fait.

AMA : Quelles seraient les difficultés auxquelles vous êtes confrontées dans l'exercice de votre activité ?

LIH : La première insuffisance, c'est la régulation, parce qu'aujourd'hui, nous on est une entreprise, on a un agrément technique. Et à côté, tu as des gens qui créent des médias qui diffusent de l'actualité, alors que ce sont des médias fantômes. Et il y en a trop. Et le

problème avec ces médias fantômes, c'est qu'en fait, c'est eux qui véhiculent les *fakenews* et ça discrédite les médias en ligne, alors qu'il y en a qui sont de qualité. Figurez-vous qu'il y a des gens aujourd'hui qui disent, tant que je n'ai pas vu cette information sur *Gabonmediatime* ou *Gabonreview*, je pense que ce n'est pas vrai, parce que certains arrivent à distinguer les vrais médias des faux médias. Et je pense qu'à ce niveau-là, l'autorité de régulation doit pouvoir publier chaque année ou chaque trimestre l'ensemble des médias qui se sont mis en règle, la liste exhaustive des médias pour que la population puisse savoir les médias en ligne qui ont l'autorisation légale de publier. Et ce serait aussi intéressant parce qu'à côté, les opérateurs vont dire nous on ne va pas communiquer là-bas parce que ce n'est pas des médias, ce n'est pas des entreprises, ils ne payent pas de patente, ils n'ont pas de local, ils n'ont rien quoi. Et donc c'est un peu cet objectif qu'il faut atteindre pour préserver la corporation, préserver le secteur. C'est un secteur d'avenir puisqu'aujourd'hui le monde se tourne vers le numérique.

AMA : Merci beaucoup Monsieur Leckat pour cet échange enrichissant.

LIH : C'est moi qui vous remercie.

Fiche n°2 : Entretien du 2 mars 2020 avec Demba Wo-Bangagnet, Rédacteur en Chef de Gabonmédiatime. (Durée 00h 45 min).

AMA : Bonjour Monsieur Demba, pouvez-vous vous présenter brièvement sur votre fonction et parcours.

Demba Wà-Bangagnet (DWB) : Je suis Rédacteur en chef de Gabonmediatime. J'ai 33 ans. J'suis diplômé de licence en droit des affaires et fiscalité. J'ai toujours été passionné par l'écriture et lorsqu'Harold Leckat, ami et actuel directeur de publication de Gabonmediatime m'a proposé le projet de participer à la création dudit média, c'était en 2015, j'ai adhéré et progressivement nous sommes parvenus de la conception et la concrétisation du site en ligne. Cela fait près de 5 ans que nous travaillons ensemble au sein de l'entreprise de presse. Mon rôle est de me rassurer de la qualité des articles produits et leur publication.

AMA : Comment organisez-vous le choix et le traitement de vos sujets ?

DWB : Le matin, on a une conférence de rédaction. Chacun propose son sujet. Ça peut être un sujet institutionnel, une conférence de presse ministérielle qui requière présence mobile, une activité provenant d'une institution ou d'une société publique et on va voir si le sujet a une portée générale. En fait, lorsqu'un sujet peut faire l'objet d'une actualité, on le valide collectivement en conférence de presse, on discute sur l'angle et on assigne un journaliste. Chacun d'eux a son champ de compétence. On a par exemple ici, un journaliste qui fait de l'actualité politique, un autre qui fait de l'actualité économique et sportive, etc. Sauf qu'en cas de nécessité pour la boîte, celui qui fait l'actualité politique peut être amené à faire de l'actualité sportive, souvent parce que celui qui doit faire l'actualité sportive peut être en mission à l'intérieur du pays. Donc c'est un peu comme ça que nous sommes organisés. Quand la charge de travail est forte comme là récemment avec les cas des rumeurs sur les enlèvements, à chaque heure on avait un élément et nous on a un site d'actualité en continu.

Donc si on voit qu'un journaliste est sur un élément et est surchargé, on va demander à un autre d'arrêter ce qu'il fait et de se mettre d'abord sur ce qui constitue l'actualité. Et en général, le journaliste est orienté. Moi je vais dire, voilà l'angle que je souhaite, que je pense être la mieux à même de mettre en avant la thématique qui est abordée par le sujet. Et c'est cet angle en fait, dans lequel le journaliste va se ranger. Il renvoie et je vérifie qu'il a bien fait.

AMA : Quel est donc votre ligne éditoriale ?

DWB : Pour moi, la ligne éditoriale ça va être, via les faits divers et autres. Nous on est un média généraliste. On traite toute l'actualité. Avec une liberté de ton et on choisit de voir le verre à moitié vide dans certains cas et le verre à moitié plein dans d'autres cas. C'est un choix et en tant que rédacteur en chef, je dois faire transparaître la singularité du média à travers les sujets que nous traitons. Ce n'est pas subjectif, mais je suis quelqu'un qui est foncièrement attaché à la liberté. Et à ce titre, je me refuse de ne pas évoquer ou de ne pas me questionner ou de questionner les autorités sur tout ce qui à attrait à la liberté.

AMA : Comment faites-vous pour recueillir vos informations quand on sait que les médias en ligne font généralement du *desk*, du journalisme de bureau ? Quelle est la part que vous réservez au terrain et les outils à votre disposition pour le faire ?

DWB : On fait la part des choses. Franchement, on essaie de faire la part des choses et une de mes batailles c'est justement de faire sortir du bureau mes journalistes, là sur ce point vous avez raison. Mais heureusement aujourd'hui, certaines informations ou certains sujets font qu'on n'est pas obligés de se déplacer sauf si c'est nécessaire. Quelqu'un envoie là tout de suite les éléments, j'ai quand même une base de données et de contacts importants. Je peux appeler le procureur, je peux appeler les membres du gouvernement, je peux appeler un responsable syndical qui, au téléphone, va me dire ce qu'il en est, et je pense que ça suffit et ça permet de gagner du temps, surtout quand il y a une actualité brûlante.

Quant aux outils, écoutez, aujourd'hui avec son téléphone, je pense qu'on a tout. Moi j'ai un peu de mal, mais la plupart de mes collègues journalistes écrivent sur leurs smartphones et prennent des photos avec. Le smartphone est utilisé comme un dictaphone qui permet de récolter des informations. On peut scanner des documents quelquefois, quand on couvre une déclaration de presse. On scanne la déclaration et c'est souvent ce qui se fait. Puis, on envoie à la rédaction pour que ceux sur place, préparent déjà l'article. Donc c'est un peu notre façon de travailler. C'est vraiment un travail qui est participatif.

AMA : En tant que journaliste de média en ligne, avez-vous des difficultés à récolter des informations sur le terrain ?

DWB : De façon générale, c'est difficile d'avoir l'information, c'est à dire que les autorités aussi, notamment les autorités publiques, elles ont en tête l'idée que le journaliste n'est là que pour leur créer des problèmes, alors que la loi est claire. L'information appartient au peuple. L'information appartient au domaine public. C'est pour ça qu'il y a eu presque dans tous les pays, surtout un pays qui se veut démocratique, le droit à l'information. On publie aujourd'hui des actes administratifs dans le Journal Officiel par exemple, c'est pour que nul ne puisse ignorer ces informations parce que ces informations sont publiques. Mais vous

voyez, au Gabon, il y a des décrets, des arrêtés qui sont secrets. Donc la rétention des informations dans les administrations est une difficulté qui rend complexe le travail du journalisme en général, pas seulement pour les journalistes des médias en ligne. C'est un problème qui touche toutes les presses, c'est à dire que les autorités vont avoir besoin du journaliste pour qu'il dise ce qu'ils veulent. Et quand vous allez au-delà de ce qu'ils veulent dire, on va vous dire, *fake news*, on va vous dire qu'on vous a payé pour écrire. Bon, moi j'ai une équipe de 7 journalistes. Je vous dis le minimum ici, c'est la licence, les autres ont le master 2, c'est une émulation de connaissances qui est là. Ils sont jeunes, le journaliste le plus âgé à 34 ans, enfin, 36 ans. Le moins âgé a 25 ans. Ce sont des jeunes diplômés qui aiment leur pays, qui aiment leur travail, qui sont passionnés, qui sont certes mal payés parce que les conditions ne s'y prêtent pas. Mais qui travaillent quand même avec un certain professionnalisme.

AMA : Selon vous, c'est quoi la particularité de *Gabonmediatime* par rapport aux autres médias ?

DWB : On notera d'abord que *Gabonmediatime*, la devise c'est « à L'heure de l'info ». Et donc nous, ce qu'on fait, c'est d'essayer de traiter le plus rapidement possible une information, de la vérifier et de la publier. Aujourd'hui, beaucoup de gens vous diront, je ne suis pas en train de me jeter des fleurs, beaucoup de gens vous diront tant qu'on n'a pas lu ça sur *Gabonmediatime*, vous avez peut-être dû l'entendre, Je ne pense pas que c'est vrai. Et même quand on publie certaines informations comme la démission du ministre Engandji pendant que les gens étaient dans la spéculation, c'est nous qui avons annoncé qu'il avait effectivement démissionné en premier dans les médias. Donc on essaie à chaque fois de prendre ce courage-là, de prendre cette hauteur là et de dire des choses, certes assez vites, mais en étant certain après vérification.

AMA : Quels sont vos rapports avec vos confrères et l'autorité de régulation ?

DWB : Nos rapports avec nos confrères sont cordiaux. Y a pas de de souci à ce niveau. Nous sommes d'abord une Corporation et on travaille pour la liberté. Quand un confrère s'est mal comporté, on ne doit pas automatiquement et uniquement le juger. On doit rechercher ce qui a conduit le confrère à faire une erreur et la rectifier à ce niveau-là, mais sans jeter l'anathème. Quant à la HAC, n'y a pas de problème pour l'instant. Je pense qu'on a été abusivement sanctionné une fois et je connais les tenants et les aboutissants de cette sanction. Je sais même qui a sollicité qu'on soit sanctionné, mais je ne suis pas revanchard. Je ne suis pas haineux. Je sais que dans la marche de toute chose, il y a ce genre de difficultés et heureusement pour nous, à l'issue de cette fonction, on a réussi à profiter de ce mois d'inaction pour créer un deuxième média qui aujourd'hui, est en train de prendre sa place dans son positionnement en tant que média type, le *Lifestyle*, c'est la référence. Cela étant, il faut dire que c'est une nouvelle institution, ça il faut le dire. Déjà la HAC régule les médias en ligne, la HAC n'a pas de site internet. La HAC est censée réguler les contenus sur les réseaux sociaux, la HAC n'a pas de page Facebook. La HAC est censée former pour améliorer l'offre médiatique, la HAC n'a jamais fait de formation aux journalistes. La HAC est censée prévenir avant de sanctionner, mais elle transmet rarement le droit de réponse. Dans le reste des cas, c'étaient des sanctions. Et n'eut été notre levée de boucliers en octobre dernier lorsque cette

fois-ci, Yves Laurent Goma, promoteur de Gabonactu et correspondant de RFI, a été sanctionné une quarantaine de jours. On s'est dit non, surtout qu'il ne décrivait que des faits. On a trouvé qu'en fait la HAC allait trop loin et que le comportement du président s'apparentait à l'abus d'autorité.

AMA : Pendant les législatives de 2018, comment avez-vous couvert l'actualité politique du moment par rapport au principe du pluralisme de l'information ?

DWB : On a couvert pas mal de meetings de causeries politiques à Libreville, à Akanda, à Ovendo. On avait l'obligation de respecter les mesures dictées par la HAC qui a mis en place une commission pour veiller à l'équilibre médiatique des candidats aux élections. Mais il faut avouer que les candidats où il y avait du mouvement comme les sièges sur lesquels il y avait des pointures de l'opposition en face d'autres pointures de la majorité sont ceux dont on privilégiait la couverture. C'est par exemple le cas dans le 4e arrondissement de Libreville entre Chambrier et Maikabakounia. Il y avait d'autres aussi à Akanda avec Jean Gaspard Ntoutoume Ayi qui avait en face de lui, le PDG, mais aussi un candidat indépendant, Franck Nguéma. Il y en avait quand même pas mal qui suscitait plus d'intérêt que d'autres et fait en sorte qu'on puisse se déplacer parce qu'on sentait que ces challengers intéressaient la population.

AMA : Du coup, le pluralisme tel qu'il est souvent défini en période électorale, où les acteurs politiques devraient bénéficier d'un même traitement médiatique équitable ne peut être effectif ?

DWB : Non, je. Vais, je vais dire non. Pourquoi ? Parce que déjà les candidats indépendants ne bénéficient pas des mêmes avantages que les candidats du pouvoir. En fait, le système est fait de telle sorte qu'il n'y ait que 2 camps, majorité et opposition, alors qu'on sait que l'opposition est plurielle. Donc moi je pense que le pluralisme n'est pas garanti parce qu'il faut-il faut donner le temps de parole à tous les candidats, y compris. Si c'est 5 minutes, faut que ça soit 5 minutes pour tous les candidats. Ce qui n'est pas évident.

AMA : Avez-vous des stratégies pour promouvoir la mise en visibilité de votre média, sinon de vos productions ?

DWB : En termes de mise en visibilité pour faciliter le parcours de de l'internaute sur nos différentes publications. C'est pour ça qu'en fait, nous, on a accès à toutes nos stratégies sur les réseaux sociaux. Tout à l'heure, je vous ai dit, soyez à l'heure de l'information et suivez-nous partout où vous êtes connectés. C'est pour ça, par exemple, qu'on a *WhatsApp* qui nous permet de ramener au moins 10 à 20 pourcents sur les 30000 visites par jour sur notre site. On a *Facebook*, on a *Twitter*. Et on a aussi la possibilité, par exemple de sponsoriser certains contenus. On va sponsoriser un article parce qu'on estime que c'est une enquête qu'on a faite et on aimerait que l'opinion puisse s'en imprégner. C'est comme on l'a fait il y a un an et demi, une enquête sur les placements, la prostitution 2 point 0. Ces dames et hommes proxénètes-là qui prennent des jeunes filles et puis par *Facebook* ou par *WhatsApp*, ils vous envoient des photos. On a fait toute une enquête dessus. On avait sponsorisé cet article parce qu'on voulait vraiment qu'il soit bien lu étant donné qu'on avait vraiment passé du temps dessus. Les réseaux sociaux sont des voies de passage aujourd'hui. Au Gabon, il y a

près de 800000 personnes connectées sur *Facebook*. Près de 75000 sur *Twitter* et *WhatsApp* fait partie des 10 médias les plus consultés. Donc forcément c'est des plateformes qui nous aident à ramener du monde, à drainer du monde vers le site internet.

AMA : Comment gérez-vous les interactions ou les commentaires qui apparaissent dans l'espace de discussion sur votre site d'information ?

DWB : Ici, on a des groupes qu'on a identifié et on sait que dans ces groupes, les gens nous le lisent, donc nous faisons un peu de publication des articles. Les journalistes partagent ces articles dans ces groupes-là, soit que je vous dis, On a réussi à créer une communauté, ce qui fait que dès fois ce sont les internautes qui viennent prendre position en notre faveur lorsque d'autres internautes nous attaquent. En général le débat, on le laisse entre eux et puis après finalement certains à travers les commentaires comprennent quel était finalement notre posture. Beaucoup vont lire le titre et commence à commenter et d'autres internautes qui leur disent mais non, là vous lisez le titre, allez lire le contenu d'un paragraphe. Nous n'intervenons que lorsque c'est nécessaire, on peut bannir quelqu'un qui a des propos très haineux, insultants. Là on va on va le virer de la page lorsqu'il y a une forme d'apologie de la violence sur notre plateforme.

AMA : Dernière question. Que pensez-vous de votre activité de journalisme en ligne au Gabon et en quoi pensez-vous apporter une plus-value dans le pluralisme informationnel en temps d'élection ?

DWB : Nous sommes des journalistes au même titre que les journalistes de la presse conventionnelle, donc nous avons la même responsabilité sociale qui est d'informer la population sur les faits de société qui les concerne. Pour ce qui est de notre apport pour le pluralisme, je dirais simplement que nous apportons une qualité et une pertinence dans les informations traitées qui sont propres à Gabonmédiatime. On s'efforce d'être le plus objectif possible et le succès et la considération que nous avons acquis aujourd'hui sur le plan national et dans la diaspora démontrent la suffisance que nous apportons quelque chose en plus dans les médias au Gabon.

AMA : Merci Monsieur Demba pour vos réponses.

DWB : Je t'en prie.

Fiche n°3 : Entretien du 4 février 2020 avec François Djimbi, Directeur de publication de Gabonreview. (Durée 00h45 min).

AMA : Bonjour M. Djimbi. Nous allons discuter avec vous du cadre général de l'organisation de *Gabonreview* et avec votre directeur de rédaction, nous allons aborder la phase beaucoup plus opérationnelle du fonctionnement de votre média en matière de pluralisme et de la rédaction des sujets politiques pendant les législatives de 2018. Déjà, que pouvez-vous nous dire sur votre fonction et votre parcours professionnel ?

François Djimbi (FD) : Je suis donc François Djimbi. Je dirige le média en ligne *Gabonreview*. À l'origine, je suis diplômé en économie. À l'époque, ça s'appelait DEUG d'économie, diplômé

d'études générales d'économie, ça sanctionnait 2 années d'études économiques à l'université. Pour un peu mon parcours, j'ai enseigné à l'Université pendant 2 ans. Après quoi j'ai laissé tomber et je me suis consacré à la presse dès le début des années 90 en créant un des premiers journaux indépendants qui s'appelait *L'Aura*. Oui, parce que beaucoup pensent que le premier journal indépendant est *La Clé*. Mais *La Clé* est un journal politique adossé au RNB ou proche du RNB, même si c'en était pas forcément une émanation, ce parti a fini par fortement influencer ce média. Donc nous on crée *L'Aura* avec Timothée Mémé qui est actuellement à la haute autorité de la communication et Benny Momo qui est aussi à la haute autorité. J'ai ensuite intégré le parti politique *Le Progressiste* et j'y suis resté pendant longtemps, progressiste avant de revenir me consacrer uniquement à la presse.

AMA : Comment naît le média *Gabonreview*, quels étaient les objectifs ?

FD : Tout est parti d'un ancien média en ligne, *Gaboneco*. Tout le monde faisait de l'information politique. Et il y avait peu d'informations dédiées à l'économie, à la vie des entreprises qui peuvent intéresser les hommes d'affaires. On s'est donc fixé comme ambition d'en faire l'écho et avec un certain nombre d'amis journalistes, on a mis sur pied, *Gaboneco*. Mais après, au vu des besoins, *Gaboneco* est devenu un journal généraliste. On l'a animé pendant de longues années. Je sais plus de quelle année en quelle année j'ai oublié. Mais en tout cas, à la mort d'Omar Bongo en 2009, *Gaboneco* était devenu le site internet numéro 1 du Gabon le plus suivi. Ali Bongo prend le pouvoir en 2011, les émergents font une opération pour acheter les droits du site *Gaboneco*. On a commencé à se prendre la tête entre nous. Ils ont approché le webmaster et lui ont donné 50 millions de Francs. Et il a vendu le site. Et nous, on s'est retrouvé un peu découragé. Sans payer tout le monde, on s'est brouillé. Luc le Maire et moi qui étions journalistes à *Gaboneco* décidions de créer un autre média, notre propre média, et c'est de là que naît le projet *Gabonreview*. Nous décidions d'attendre novembre 2011 pour le lancer à deux mois de la CAN (Coupe d'Afrique des Nations). Nous nous sommes beaucoup focalisés sur le sport au début du site et profitant de l'effervescence de la CAN, cela nous a valu un nombre conséquent de vues en peu de temps. Et après la CAN et dès 2012, *Gabonreview* s'est généralisé et est devenu en peu de temps l'un des meilleurs sites, sinon le meilleur, devançant *Gaboneco* qui avait perdu de sa notoriété avec sa nouvelle équipe après notre départ. En mars 2013, Luc LeMaire décède et je prends le pari de continuer l'ouvrage en renforçant l'équipe par de nouveaux recrutements qui constituent le personnel actuel, dont 6 journalistes, le webmaster et la technicienne de surface.

AMA : Comment organisez-vous les tâches au sein de votre entreprise ?

FD : Comme je le disais, je suis le directeur de publication. Je m'occupe de la toute la partie administrative du média tout en rédigeant des analyses sur certains sujets d'ordre politique et économique. Mais je le fais de moins en moins, car je laisse à mes journalistes suffisamment d'espace pour animer le site. Il y a Monsieur Mbasani qui est le rédacteur en chef qui coordonne toute la partie production et correction des articles. Les quatre autres journalistes sont polyvalents en ce qui concerne les domaines d'actualité ou les rubriques, c'est-à-dire, qu'en fonction des disponibilités, ils doivent pouvoir écrire sur tout type de sujets, cultures, social, sport, politique etc. Mais cela n'empêche que l'on sait qui est plus à

l'aise dans telle ou telle spécialité. Donc on peut souvent faire confiance à un journaliste particulier sur un type de sujet bien précis. Le *webmaster* s'occupe de la partie technique du site et la dame de ménage pour la qualité hygiénique du bâtiment. Donc, voyez le cadre, je pense qu'il n'y a pas beaucoup de médias privés au Gabon avec un tel espace avec du matériel informatique sophistiqué. Toutes nos machines sont des *Mac*, parce que pour travailler dans la presse en ligne et pour un travail de qualité, il a fallu un investissement conséquent sur le matériel électro-informatique.

AMA : En parlant justement d'investissement, comment avez-vous financé la création du média et la logistique qui va avec ? Et quel est votre modèle économique ? Financièrement l'activité est-elle rentable ?

FD : Avec Luc LeMaire, nous sommes partis de nos propres moyens. Il faut dire qu'il est plus facile de créer un site en ligne que de créer une rédaction, un journal papier. C'est moins de dépenses et de tracasseries en termes de matériel de production. Pour ce qui est des machines, nous les avons achetées progressivement. Nous avons eu pas mal d'aides venant d'amis et des anonymes-lecteurs qui apprécient notre travail. Pour nous encourager, plusieurs nous ont surpris en nous offrant des dons à la fois financiers et matériels. Et lorsque nous avons commencé à avoir nos premiers contrats publicitaires, nous avons enrichi la logistique, changé de local, car au début, nous étions dans un local plus modeste. Et parlant de modèle économique, nous vivons uniquement de la publicité. Le modèle payant a été envisagé, mais nous ne n'y sommes pas risqués, car nous pensons que les lecteurs gabonais, avec tout ce qu'ils ont comme organe d'information, notamment ceux qui abondent sur internet, bons ou mauvais, je ne suis pas sûr qu'un site d'information politique et général puisse parier sur le fait que les gabonais paieront pour lire leurs articles. Maintenant, est-ce que ce modèle est rentable ? Je ne dirais pas rentable, mais il arrive des mois où nous réalisons un bon chiffre d'affaires nous permettant de payer aisément les salaires et les charges. Et d'autres mois où c'est plutôt compliqué. Je dirais que le modèle économique est plutôt stable, mais fragile. Cette fragilité économique est encore plus accentuée avec l'attitude de la HAC qui n'arrête pas de suspendre les médias, ne réalisant pas que c'est un grand manque à gagner pour la presse qui souffre déjà d'énormes difficultés économiques. Nous par exemple, cela fait près de trois mois que notre site est bloqué au niveau du Gabon parce que suspendu pour un article où nous remettions en cause les méthodes de régulation de la HAC. Or, si l'on n'apparaît pas, ce sont les annonceurs qu'on perd et la précarité pour les agents s'installe. Donc ce sont ces situations qui déséquilibrent davantage la situation financière de la plupart des médias en ligne gabonais.

AMA : Quelles sont vos stratégies de visibilité par rapport aux lecteurs et l'intérêt que vous accordez à ces derniers dans la production de vos contenus ?

FD : Nous n'avons pas forcément des stratégies spécifiques pour booster notre visibilité, si ce n'est que compter sur la pertinence de nos articles, de nos analyses. C'est par la qualité de nos informations que nous avons fini par devenir le site numéro 1 du Gabon. Et pour cela, nous n'avons pas eu besoin de faire comme beaucoup de nouveaux sites agressifs qui sont sur tous les réseaux sociaux. Nous à la limite, on publie certains de nos articles sur Facebook, car c'est le réseau social le plus fréquenté par les gabonais. Donc c'est un moyen pour nous

d'attirer plus d'internautes sur notre site grâce aux hyperliens incorporés dans les articles sur le réseau social. Et parfois, on peut constater que certains articles peuvent aller de partage en partage par les internautes eux-mêmes qui, finalement booste la visibilité de nos articles sur les réseaux. Il y a aussi Google qui reprend assez régulièrement nos articles. Ce qui est un atout non négligeable pour la visibilité de nos productions, sinon de notre média. Donc tout ça, c'est de la publicité gratuite qui nous permet de gagner en image. D'ailleurs, c'est une stratégie payante étant donné le fait qu'il y a des organismes internationaux qui, en 2016 avaient observé le paysage de la presse gabonaise et nous ont classé, avec Africa n°1, comme les médias de référence parmi les plus objectifs au Gabon.

AMA : Quels sont les éléments tangibles qui vous permettent de justifier que vous êtes le média en ligne le plus suivi parmi tant d'autres ? Parce que les autres médias en ligne, du moins, ceux dont j'ai rencontré les acteurs revendiquent aussi cette place de leader.

FD : Comme tout le monde, sur les nouveaux sites, vous avez les statistiques du site. Nous avons un outil informatique de statistique interne qui nous permet de voir l'évolution des fréquentations sur notre site. Mais tous les sites maintenant ont leur *Jetpack*. C'est un *plugin*, c'est à dire une application qu'on ajoute à un site qui permet d'avoir vos statistiques. Je vais vous prendre un exemple. Aujourd'hui en page d'accueil, mais on est très peu vu ces jours-ci parce qu'on est interdit, l'article sur COVID 19, on a eu 8500 vues, 858 vues. Vous avez par exemple le 23, le 25, on a eu 23000 vues. Regardez, Vous allez voir que notre record absolu en un jour, c'est 109000 vues. Bon ces statistiques là, ça c'est nos statistiques internes. Maintenant, il y a d'autres outils. Vous avez *Google Analytics*. Ça c'est mondialement connu, parce qu'en fait, lorsqu'on va chez un annonceur publicitaire, je vais pas lui dire qu'on a tel nombre de vues par mois, et il va nous croire. Pour me croire, je vais lui sortir un outil objectif qui juge les gens sans les connaître. Et c'est *Google Analytics*. Un autre outil est *Alexa.com* qui fait dans le classement mondial des sites. Et c'est *Alexa.com* qui a démontré que le site *Gabonreview* est le média d'information en ligne gabonais le plus suivi. Contrairement aux sites autoproclamés numéro 1, *Alexa* en faisant le classement des sites les plus consultés au Gabon, *Gabonreview* est classé 8^{ème} après les sites comme Google, Facebook, Yahoo...Le site d'information qui vient après *Gabonreview* est *Gabonméditime*, mais il est classé à la 35^{ème} place, donc bien loin de *Gabonreview*, comme pour dire que nous n'avons vraiment pas de concurrents. Et cette publication date de mars 2019.

AMA : Que faites-vous de ces données et vous servent-elles à orienter vos sujets en fonction des préférences de vos lecteurs ?

FD : Comme je vous le disais déjà, ces données nous permettent de présenter aux potentiels partenaires comme des annonceurs à voir la vitalité de notre site. ça nous sert en général d'argument commercial. Pour ce qui est des lecteurs, nous pouvons constater que l'on consomme beaucoup de politique au Gabon. Lorsqu'on écrit un article sur la culture, on pourrait parler de l'arrivée de Booba à Libreville, un article sur une intervention d'Ali Bongo aura toujours plus d'audience. Mais ce n'est pas pour autant que nous orientons nos sujets en fonction des goûts des internautes. C'est l'actualité qui guide au préalable nos choix, tout dépendra donc des faits majeurs qui suscitent de l'intérêt dans l'espace public.

AMA : Au niveau du rapport avec le public, comment gérez-vous les interactivités avec vos lecteurs ?

FD : L'actualité politique est celle qui suscite le plus souvent des réactions de la part des internautes. Nous nous avons une politique de laisser les internautes discuter librement dans les espaces de commentaire. Nous intervenons rarement, sauf en cas de nécessité. Il arrive parfois qu'un internaute remette en cause une information ou certaines affirmations contenues dans un article. Et dans ce genre de situation, nous nous permettons de réagir pour apporter des éclaircissements. Sinon, le reste du temps, nous laissons les discussions se faire entre les lecteurs. Il arrive parfois que les lecteurs nous fassent des propositions sur des sujets dont ils estiment que nous ne parlons pas assez ou pas du tout. Et dans ce cas de figure, on-en tient compte. On peut encore réagir à certains moments pour supprimer certains commentaires à caractère haineux ou injurieux. Mais c'est de plus en plus rare ce genre de commentaires désobligeants. Je pense que notre public en majorité est fonction de la rigueur et du caractère responsable de notre média. Ce n'est pas un site de divertissement et nos lecteurs l'ont certainement compris et sont potentiellement des personnes d'une certaine moralité.

AMA : Disposez-vous d'un poste dédié au référencement ?

FD : Non. Nous ne faisons, nous n'utilisons pas des outils de référencement. Le référencement sur internet permet de mieux se positionner sur les moteurs de recherche. Nous on préfère que notre montée sur les réseaux sociaux et les moteurs de recherche se fasse naturellement. Le référencement artificiel consiste à mettre plein de mots clés, payer un référenceur, des spécialistes pour optimiser le site pour qu'il soit visible. Ça c'est le référencement qui n'est pas naturel et il ne dure souvent pas. A un moment, les moteurs de recherche changent, les algorithmes aussi, puis vous redescendez. Moi je préfère le référencement naturel qui est durable. Et nous, on n'a jamais payé un référenceur. A on écrit des articles et en fonction des clics ou des vues, notre site monte, monte dans le référencement. Là au-moins, on est sûr que lorsque c'est monté, c'est du solide. Et ça repose sur un intérêt du public sur notre site qui est réel et non artificiel.

AMA : Pour finir, comment considérez-vous l'apport de votre média dans le système médiatique gabonais ?

FD : Je pense que notre apport par rapport à ce qui se faisait déjà avec les médias traditionnels et ce qui se fait avec les médias en ligne, c'est surtout au niveau de l'impartialité et l'objectivité de notre média. Il est difficile d'avoir un média au Gabon qui est neutre, c'est-à-dire, qui n'a pas une logique éditoriale orientée systématiquement soit contre les actions du pouvoir ou pour le pouvoir, même si beaucoup d'entre eux veulent parfois jouer à l'équilibre, mais la plupart a déjà une coloration idéologique connue. A Gabonreview nous arrivons à nous extraire de cette image collée aux médias nationaux. Nos analyses sont difficilement remises en cause même lorsque nous produisons des articles contre le pouvoir ou pour apprécier certaines réalisations ou décisions faites par le gouvernement. On peut parfois trouver notre site assez dure sur certains sujets critiques, mais notre fil conducteur c'est l'objectivité des analyses et de la présentation des faits. D'ailleurs, j'ai une anecdote à

vous raconter. Lors de l'ouverture de la chaîne publique Gabon 24, installée au sein de la présidence, nous avons été invités par les autorités pour couvrir l'évènement et j'ai personnellement été sollicité par les organisateurs pour participer au panel devant communiquer sur l'évènement en face des autorités. Après la cérémonie, le président lui-même est venu s'entretenir avec moi pour me faire savoir qu'il suivait et lisait assez régulièrement nos articles. Il a félicité notre travail et m'a confié que c'est souvent grâce aux informations que nous publions qu'il est au courant de certains problèmes sociétaux qu'il pensait résolus. Pourtant nous ne sommes pas toujours tendres avec le président et son gouvernement. C'est dire à quel point notre manière de travailler suscite de l'intérêt et reconnu comme objectif.

AMA : Merci Monsieur Djimbi pour cet échange.

Fiche n°4 : Entretien du 6 février 2020 avec Jean Robert Mbasani, Rédacteur en Chef de *Gabonreview*. (Durée 00h56 min).

AMA : Bonjour M. Mbasani, pouvez-vous nous présenter brièvement votre parcours professionnel qui vous a amené à travailler sur *Gabonreview* et nous parler de votre fonction dans ledit média.

Jean Robert Mbasani (JRM) : Je suis le coordonnateur de la rédaction de *Gabonreview*. En fait, quand je parle de coordonnateur c'est pour dire que j'occupe le poste de directeur de rédaction de *Gabonreview* et j'ai 53 ans. Mon parcours professionnel, moi j'ai fait l'école de journalisme au Cameroun d'où j'ai obtenu un Master. Après je suis allé faire la diplomatie. J'ai fait l'école de diplomatie à l'Institut des relations internationales de Yaoundé en cycle doctoral. J'ai terminé, mais j'ai pas voulu aller dans la diplomatie. J'ai donc fait l'enseignement. J'ai enseigné à l'École de journalisme de Yaoundé pendant 5 ans, des cours de journalisme en relation publique. Et après, j'ai fait des cours dans d'autres établissements supérieurs du Cameroun. Puis, j'ai été sollicité par un cabinet de communication avec lequel j'ai travaillé. Puis finalement, je suis venu au Gabon dans le cadre d'un colloque international intéressant en relation internationale. Sur place, mon cabinet m'a donné des contrats. J'ai commencé à travailler sur place. Il s'agissait de l'élection présidentielle de 1998 où mon cabinet a été chargé de gérer les plans de communication de certains candidats. Ensuite, on m'a proposé des enseignements dans des universités du Gabon comme l'IUSO, l'Université de Kougooueu et l'UOB. Et en 2005, *Gaboneco* est créé et j'intègre l'équipe. Sauf qu'en 2009, Edgard Yonkeu qui travaille avec la mère du président décide d'acheter *Gaboneco* pour profiter de notre capital confiance, de la notoriété que le média s'était construite au profit du président Ali Bongo, nouvellement installé. L'opération se fera avec le *webmaster* qui recevra, on l'apprendra plus tard, 26 millions sur les 50 millions qu'il était censé recevoir. Les nouveaux patrons pensaient que le média étant acheté, l'équipe rédactionnel suivrait aussi. Ce qui n'a pas été le cas. Beaucoup sont partis. Et c'est ainsi que Luc Lemaire et François Djimbi décident de créer leur propre média, *Gabonreview* qui verra officiellement le jour en 2011. Moi entre-temps, j'étais aussi parti de *Gaboneco*. Je travaillais déjà à Airtel-Gabon comme manager de relations publiques. Et étant donné que ce sont les anciens de *Gaboneco*

qui avaient créé *Gabonreview*, François m'a demandé de les rejoindre pour travailler avec eux et j'ai accepté. Donc parallèlement à mes activités d'enseignement aujourd'hui, je m'occupe de la rédaction de *Gabonreview*. Voilà mon parcours.

AMA : Vous intégrez Gabonreview et à quelle période le média commence à pouvoir assurer les charges financières, entre-autres, le modèle économique est-il viable ?

JRM : On a vraiment commencé par des moyens très modestes. Au-delà de nos propres moyens, nous avons reçu pas mal d'aides d'amis et connaissances sous différentes formes. Par exemple, lorsqu'une connaissance voyageait pour l'Europe, on pouvait en profiter pour lui faire des commandes sur des appareils à acheter. Les *Macs* dont nous disposons aujourd'hui ont été progressivement payés de la sorte. Donc les débuts ont été assez laborieux et tout ce que l'on a reçu comme aides était consigné. Pour éviter plus tard que certains revendiquent des droits sur notre média, nous avons progressivement remboursé les sommes des personnes ayant contribué dès le départ. Aujourd'hui, je ne peux pas vraiment parler d'autonomie niveau financier, c'est à ce stade encore un gros mot. Même parler de viabilité, ce n'est pas ça. Disons qu'on marche sur le fil du rasoir. C'est-à-dire que nous avons très peu de marge de manœuvre qui nous reste lorsque nous payons toutes les charges fixes relatives aux dépenses mensuelles de l'entreprise. Nous n'avons pas de fonds de roulement, comme on dit dans le commerce, pour prétendre avoir un fond de visibilité sur une année par exemple. Et comme modèle économique, nous dépendons uniquement de la publicité. Si je prends le modèle économique d'un média classique, on a trois modèles : la vente de son produit, la publicité et les aides de l'Etat. Dans notre cas, si je prends, les aides de l'Etat, c'est quasiment nul. Les premières années, lorsque la subvention d'aide allouée aux médias a été élargie à la presse en ligne, nous avons reçue 15 millions la première année. Puis, plusieurs médias ont commencé à se créer. Et là, nous sommes descendus à 10 millions la deuxième année. Et ça ne fait que baisser au fil des années. En 2019, nous n'avons pas reçu de subvention, mais l'année 2018, nous avons reçu 3 millions. Et je suis sûr qu'à un moment nous allons recevoir 500 milles, 300 milles, 100 milles et puis plus rien, car chaque année, le nombre de médias ne fait qu'augmenter. Donc c'est vraiment la publicité qui reste. Le problème aussi avec la publicité, c'est que le marché n'est pas organisé. Si c'était comme en Europe, où le marché est organisé où on essaie de réguler les proportions du marché publicitaire entre les médias publics et les médias privés, ce serait mieux pour nous. Généralement chez nous ici, c'est la jungle. On se bat soi-même sur le terrain pour obtenir des marchés sans aucune règle. Il arrive aussi que nous fassions des publi-reportages. Des petites entreprises qui souhaitent communiquer sur leurs produits commerciaux, on les taxe généralement à 500 milles francs. Mais cela varie en fonction de la taille de l'entreprise. Il peut aussi arriver que des promoteurs d'évènements veulent communiquer, et ça aussi c'est du publi-reportage que nous taxons. Voilà un peu comment fonctionne les paramètres de notre modèle économique.

AMA : Au regard donc de la fragilité de votre modèle économique, comment faites vous pour assurer l'indépendance éditoriale de votre média face aux influences sociopolitiques ?

JRM : L'un des problèmes majeurs que nous avons avec les médias de ce pays, notamment dans les rapports que les autorités, est le fait d'avoir un bon nombre de personne qui est

entrée dans ce métier par effraction, c'est-à-dire, qui n'ont pas fait d'école de journalisme. Beaucoup confondent communication et journalisme. Lorsqu'un homme politique sollicite un média, il a l'idée de vouloir faire passer un message et tout ce qu'il construit autour de ce message, c'est de la communication. Il revient au journaliste de reprendre les éléments de communication du politique pour les retravailler sous la forme d'une information journalistique. Donc même si le politique paie le déplacement et l'hébergement du journaliste dont il se sert pour couvrir une activité ou une tournée à l'intérieur du pays, comme il arrive souvent, le journaliste doit savoir faire la différence entre communication et information journalistique dans sa transcription de l'évènement. Nous on a eu parfois, des hommes politiques qui appellent pour se plaindre d'un article qu'ils ne trouvent pas répondre à leurs attentes selon que nos journalistes ayant couvert l'évènement ont bénéficié d'une certaine largesse de leur part. Nous refusons catégoriquement d'écrire des articles faisant la promotion d'un acteur politique. La frontière entre communication et propagande étant mince, nous nous attelons toujours à appliquer les méthodes de traitement de l'information journalistique comme l'interview par exemple pour se détacher des propos de la personne source ou ressource. Cet esprit journalistique nous permet de sauvegarder notre indépendance en toute éventualité face aux influences politiques. Ce qui suscite le respect de notre média et de nos agents vis-à-vis de ces hommes politiques quel que soit leur rang.

AMA : Comment organisez-vous le choix de vos sujets et la couverture des évènements sur le terrain ?

JRM : Logiquement, chaque jour, il y a une conférence de rédaction organisée autour de 10h. Chacun envoie son sujet et on discute sur ce sur quoi porte le sujet et l'angle à adopter. Mais nous allons de plus en plus vite et le contact humain pour ce genre de travail est davantage réduit. Nous avons mis en place un groupe de travail sur Whatsapp qui permet à ce que nous puissions être au taquet à tout moment, même à 24 heures lorsqu'il y a une urgence, un article à envoyer tardivement, mes journalistes peuvent me contacter. Je vérifie l'article envoyé si tout est bon. Si c'est ok, je permets de lancer la publication. Cette méthode nous permet de gagner en temps. Ainsi, nous ne sommes pas obligés d'organiser des conférences de rédaction tous les jours. Pour ce qui est du terrain, on a forcément besoin de consulter des sources pratiques, des personnes ressources de même qu'il faut toujours aller rechercher des sources écrites, des données documentaires, des archives, des chiffres. Tout cela fait partie de la collecte des données. Pour cela, nous travaillons tous avec nos téléphones, nos smartphones. Ces outils multifonctions nous permettent de tout faire : enregistrer des audios, prendre des photos et vidéos, écrire des textes et même publier. Bref, tout ce dont nous avons besoin pour effectuer notre terrain, nous le faisons avec nos téléphones.

AMA : Comment vous vous êtes organisés pour couvrir les évènements politiques pendant les législatives de 2018 ?

JRM : Alors, si l'on compare avec la couverture de l'élection présidentielle de 2018, nous avons attribué à chaque candidat de principaux partis politiques un journaliste qui devait le suivre pendant toute la période de la campagne et de l'élection. Les candidats Ali Bongo et Jean Ping qui étaient les deux principaux challengers avaient deux de nos journalistes. Quant

aux autres candidats, ceux des indépendants notamment, nous gérons ça en fonction de la disponibilité des journalistes et de l'intérêt que pouvait susciter leurs événements. Lors des législatives, c'était beaucoup plus compliqué. Déjà, parce que nous sommes un nombre assez restreint de journaliste et que le nombre d'acteurs politiques est beaucoup plus important. D'autant plus que les législatives se déroulent dans les 9 provinces, à l'intérieur de chaque commune et dans différents départements. Nous avons tenté de faire une couverture globale. Mais tout dépendait des zones de couverture. Nous avons eu des candidats qui ont demandé à avoir des journalistes, comme le ministre Engandji au niveau de Port-Gentil. Et dans ce cas, nous disions juste que c'est payant. Griffin est parti également avec le ministre de Fougamou, Mapangou. Et ainsi de suite. On pouvait aussi avoir un journaliste de Gabonactu qui se trouve dans une province et nous pouvions lui demander de nous fournir des éléments de ce qui se passe là-bas. Et c'était réciproque. On a aussi essayé de suivre les candidats en fonction des groupes de partis, c-a-d, que si un candidat a été investi par tel groupe de parti et on prenait attache avec le leader de ce parti pour suivre ces déplacements à travers le territoire pour aller soutenir trois, quatre de ses candidats. Ainsi, on pouvait faire un papier global qui couvre l'actualité du parti et des localités traversées. On a aussi eu des correspondants qui étaient de simples citoyens instruits pour nous envoyer de la matière informative que l'on pouvait corriger nous-mêmes avant de publier. Au nord par exemple, dans la ville d'Oyem, nous avons une maîtresse qui a fait ce travail pour nous. Voilà un peu comment nous nous sommes organisés.

AMA : Pensez-vous avoir pu présenter les enjeux de ces élections à partir de la représentativité des forces politiques en présence ?

JRM : Je pense que oui. Déjà, nous avons fait plusieurs papiers où nous avons parlé des partis politiques déjà existants, les grands partis politiques et les partis politiques naissants comme l'AJEV, bon c'est vrai que ce n'est pas un parti politique, mais c'est un mouvement politique proche du pouvoir qui a présenté des candidats. Nous avons parlé de tout ça pour monter justement les enjeux qui se jouaient. Et à travers les stratégies que nous avons mises en place pour couvrir les événements politiques des différents candidats, je pense que nous avons fait preuve d'un certain équilibre. Même si ce n'était pas parfait, on peut dire qu'on était dans une proportion presque égale.

AMA : Que pensez-vous alors du niveau de liberté de la presse et du pluralisme dans le système médiatique gabonais ?

JRM : Comparativement à d'autres pays de la sous-région, on peut dire que la presse au Gabon jouit quand-même d'une certaine liberté. Au Cameroun ou au Congo, je pense que beaucoup de journalistes seraient en prison au regard de ce que l'on retrouve comme écrit dans la presse gabonaise. Je pense que nos politiques ont quand-même une espèce de maturité à ce niveau. Et si les hommes de médias étaient bien formés, on bénéficierait d'encore un peu plus de liberté. C'est-à-dire que vous avez des médias qui insultent le chef de l'Etat en le traitant de bâtard. Quand vous sortez d'une école de journalisme, vous ne pouvez pas écrire ça. Je vous assure que lorsque vous avez été bien formés, vous ne pouvez pas tenir ce genre de propos. Même si vous voulez choquer, vous allez trouver d'autres mots. Et ça ce sont des attitudes qui déteignent sur la liberté de la presse au Gabon. Donc il faut

vraiment créer des écoles, créer des instituts pour que les générations qui viendront après, s'ils ont appris le métier dans les lieux habilités, ils auront moins de problèmes avec les autorités et le niveau de liberté sera mieux utilisé. Quant au pluralisme, oui il a bien une dynamique, une floraison de médias dans notre pays. Mais ce pluralisme est obstrué par le phénomène du taux de mortalité de ces médias. En vérité, on peut bien déclarer qu'il y a une centaine de médias au Gabon, mais très peu sont véritablement épanouis et fonctionnent de façon régulière et pérenne. La plupart ferme, disparaît après quelques temps. Il y a aussi le problème de la rétention des documents dans les administrations. Souvent lorsque l'on demande à avoir des informations dans une administration, il y a toute une opacité mise en place pour ne pas donner les informations. Par conséquent, on est dans un environnement qui semble approprié pour une presse libre et pluraliste, mais avec des carences, des obstructions encore pesantes.

AMA : Monsieur Mbasani, merci pour votre disponibilité et les réponses à mes questions.

JRM : Ce fut un plaisir et bon courage pour la suite de votre thèse.

Fiche n°5 : Entretien du 13 février 2020 avec Yves Laurent Goma, Directeur de publication de *Gabonactu*. (Durée 01h05 min).

AMA : Bonjour Monsieur Goma. Peut-on avoir une petite genèse de votre parcours professionnel et une description de votre fonction actuelle au sein de *Gabonactu* ?

Yves Laurent Goma (YLG) : Je suis Yves Laurent Goma, Directeur de la publication de *Gabonactu.com*. Moi j'ai 49 ans. J'ai fait mes études universitaires à Brazzaville où j'ai obtenu une licence en journalisme. J'ai fait mes premières expériences à Brazzaville. Après je suis rentré au Gabon et j'ai commencé à faire des piges à *L'Union*. Puis, je suis parti de là pour des raisons de salaire très insignifiant pour aller travailler dans un autre journal appelé *Esprit d'Afrique*, là-bas c'était mieux payé. En 2001, j'ai été pris dans l'Agence panafricaine de presse, *PANAPRESS*, basé à Dakar. Et pendant que je travaillais pour *Panapress*, j'ai entendu parler du poste de correspondant à *RFI* qui était proposé pour suppléer un blanc. J'ai donc postulé. Dieu merci, j'ai été recruté. Mais je n'étais que numéro 2, je suppléais le correspondant principal qui était français lorsque ce dernier était absent. En 2003, Madame Gondjout qui était la secrétaire particulière du président Omar Bongo était entrain de vouloir mettre sur pied un média *Gabonews*. Et comme elle appréciait mes articles sur *Panapress*, par l'entremise des responsables du média où je travaillais, elle obtint mon contact et m'invita dans son bureau pour me faire part de son projet et me demander de travailler pour elle dans le cadre du lancement de *Gabonews* qu'elle voyait au départ comme une agence. N'étant pas très motivé au départ, elle a fini par me convaincre en me proposant le double du salaire où je travaillais et tout en me laissant séduire par la grandeur du projet. Et c'est comme ça qu'en 2004, je me suis embarqué dans cette aventure qu'est la presse en ligne uniquement gabonaise. A cette époque, il n'y avait vraiment pas une véritable presse en

ligne, un média sur internet pour informer les gens au quotidien sur l'actualité du Gabon. Il y avait quelques sites qui parlaient du Gabon, mais ce n'était pas des sites d'information sous le modèle de presse d'information politique et générale journalière. Par exemple, le site BDP était le site le plus présent à cette époque. Mais c'était plutôt un blog géré par le professeur Daniel Mengara installé aux Etats-Unis qui, comme l'indique son nom, Bongo doit partir, n'avait pour objectif que la propagande politique contre le régime du système Bongo. Et ce n'est que plus tard que j'ai compris que l'objectif de *Gabonews* était justement d'éteindre la suprématie de *BDP* sur internet. Et pour cela, les moyens avaient été sérieusement investis pour le recrutement de très bons agents, les correspondants à l'intérieur du pays comme à Port-Gentil et Franceville, en Afrique du Sud et en France. Franchement, je n'avais jamais travaillé dans de si bonnes conditions qu'à *Gabonews* pendant les premières années. Et lorsque *BDP* a découvert *Gabonews* et commencé à relayer les dépêches de *Gabonews*, ça a été son erreur. Les internautes ayant réalisé que les articles de *Gabonews* se retrouvaient sur *BDP* et au fil du temps, le public s'est finalement tourné vers *Gabonews* pour recevoir l'information sur le Gabon et c'est ainsi que le site *BDP* a perdu son monopole sur internet.

AMA : Comment vous partez de *Gabonews* à *Gabonactu* ?

YLG : *Gabonews* est créé en 2004 avec un personnel et une organisation bien structurée. Jusqu'en 2005 tout se passe bien, malgré les quelques incompréhensions avec la promotrice qui se plaignait souvent lorsque nous publions un article pas très favorable au pouvoir. Mais je lui rappelais que si elle veut que son organe de presse dure, elle ne devrait laisser les gabonais se retrouver dans son média et non en faire un outil de propagande pour le pouvoir. C'est en 2006 que les problèmes commencent. Le média avait pris de l'ascension et certains proches de la promotrice ont commencé à lui dire que les journalistes qu'elle avait recrutés n'étaient pas bons. Au fil du temps, elle a cédé à ces oiseaux de mauvais augures et les licenciements sans raison valable ont commencé. Les correspondants internationaux ont été supprimés. Les correspondants à l'intérieur du pays ont été limogés et j'étais resté pratiquement seul à tenir la rédaction. Réalisant que le média avait complètement décliné, je me suis dit qu'il faut que je pense à moi-même. Et c'est de là que j'ai commencé à nourrir l'idée de créer mon propre média, car j'estimais avoir suffisamment accumulé de l'expérience. Et c'est en 2008 que je quitte *Gabonews*. Quand je quitte *Gabonews*, j'ai dans mon sac un projet nommé *Gabonpage* que je traîne pendant plusieurs mois. Puis je suis mis en relation avec le ministre des Finances de l'époque, Paul Toungui à qui je présente le projet et qui y adhère en investissant de son argent pour la matérialisation du site et des locaux, ainsi que du matériel qui vont avec. On crée donc *Gabonpage* en 2009, seulement après quelques mois de collaboration, je démissionne, car les clauses financières avec le ministre ne suivent pas. C'est au sortir de là, piqué au vif, je décide de créer mon propre média dont je serai cette fois ci, fondateur et propriétaire. C'est ainsi que j'ai pensé à *Gabonactu*. A l'époque pour créer un site, il fallait pratiquement 3 millions. Je n'avais pas d'argent. J'ai donc pensé à l'ancien webmaster de *Gabonews*, Ralph, que je suis allé présenter mon projet et lui proposer un partenariat pour la création du site. Sous les conseils de sa femme, il accepte de créer le site et on lance *Gabonactu* la même année en 2009.

AMA : Et quel est votre modèle économique et est-il rentable ?

YLG : Notre modèle économique repose sur la publicité, la subvention de l'Etat, bien que pas très énorme, juste symbolique au vu de nos charges. Et quelquefois aussi des publi-reportages. Mais nos financements sont encore très très fragiles. Et cette faiblesse est surtout dû au volet marketing. Dans mon entreprise tout le monde est praticien de la presse. Il n'y a pas un spécialiste marketing pour le moment. Depuis qu'on a lancé la professionnalisation de notre activité, on s'attarde à payer les salaires du personnel et les charges. Moi-même, je n'ai pas de rémunération fixe, le co-actionnaire n'a pas de salaire non plus. Nos finances sont hyper fragiles. On n'a pas de matelas financier qui nous permettrait de profiter d'un revenu. Nous misons sur la qualité de nos services pour attirer davantage d'annonceurs. Nous sommes persuadés que si nous trouvons notre place dans le microcosme politico-social du Gabon, les gens viendront vers nous et là ça nous évite la négociation. Nous avons une grille tarifaire qu'on soumet et si ça vous convient, vous y souscrivez et si vous avez des soucis en fonction de vos moyens, on peut faire des abattements. Pour le moment, en attendant de recruter un service efficace de marketing, nos finances sont très fragiles.

AMA : comment organisez-vous le choix de vos sujets et les parts réservés au desk, ainsi qu'au terrain ?

YLG : Généralement, nous utilisons un forum *Whatsapp* où l'on se partage les idées sur les sujets même si on ne se retrouve pas physiquement ici. Vous savez les sujets, il y a les invitations, les annonces que l'on écoute à gauche et à droite, puis nous-mêmes, on peut prendre l'initiative de construire un sujet. Donc en fonction de nos échanges que ce soit sur notre groupe *Whatsapp* ou physiquement en nous retrouvant ici, au siège social, que nous décidons des sujets à faire et de la répartition des tâches à réaliser. Par ailleurs, nous pratiquons à la fois le journalisme assis et le journalisme de terrain. Même si nous avons tendance à plus pratiquer le terrain, cela n'enlève pas le fait que nous pratiquons beaucoup le desk. Je vais vous surprendre, mais l'une des principales sources d'information au Gabon c'est Facebook. Le gabonais a atteint un niveau où lorsqu'il assiste à un évènement, il filme, commente et poste sur les réseaux sociaux. Nous quand on fait la veille sur *Facebook*, lorsqu'on tombe sur une actualité publiée par des amateurs, nous en tant que professionnel, on procède à la vérification qui peut être une source policière ou les habitants aux alentours où s'est passé les faits relevés. Après le constat est que le journalisme de siège fait plus dans les faits divers. Ce n'est pas sur Facebook où tu vas trouver des informations relatives à l'actualité institutionnelle. Mais l'avantage est que les faits divers attirent plus l'attention des lecteurs.

AMA : Quelles sont alors vos principales sources d'information ?

YLG : Je privilégie les sources propres aux médias. J'ai un carnet d'adresse très fourni qui me permet de connaître tout type de personnes, des hauts cadres de la société jusqu'aux gabonais lambda de la société civile. Il peut aussi arriver que nous consultations des médias reconnus selon qu'ils ont une exclusivité sur un sujet. Dans ce cas, j'insiste dans mon média à ce que l'on puisse citer les auteurs. En cas d'erreur, au-moins nous en sommes épargnés.

AMA : Qu'est-ce qui selon vous fait la particularité de votre média par rapport aux autres médias concurrents ?

YLG : Notre slogan c'est *''une véritable source de l'information''*. Nous courrons tous vers l'actualité. Mais notre première particularité c'est d'abord être le premier à toujours publier une actualité bien avant les autres. Quoique nous ne pouvons avoir la prétention d'être toujours les premiers à diffuser des scoops. Nous avons un personnel réduit dont 3 journalistes et un stagiaire. Donc pas toujours évident d'être les premiers. Mais nous mettons un point d'honneur à le faire. La seconde particularité est au niveau de nos faits divers ou de société. Chaque journaliste de *Gabonactu* a l'obligation d'apporter un fait divers par semaine qui nous est propre et cela nous suscite de nombreux lecteurs. Il nous arrive aussi d'aller interviewer des personnes rien que pour le compte de *Gabonactu* afin de créer nos propres actualités. Autre chose qui nous singularise, c'est la simplicité et la façon de conduire les sujets, c-a-d, qu'il est facile pour quiconque sait lire de comprendre aisément nos articles. On reste aussi sur le rapport des faits et évitons les commentaires et les analyses comme le fait *Gabonreview*.

AMA : Comment percevez-vous le rôle de la HAC sur la régulation des médias au Gabon ?

YLG : La HAC joue son rôle, mais parfois un peu trop zélée, parce que lorsqu'on regarde le type d'information que la HAC se permet souvent de censurer de manière très sévère, on se dit quand-même qu'il y a des fautes qui méritent des mises en garde, mais interdire jusqu'à un mois, deux mois, trois mois, jusqu'à six mois, ça laisse réfléchir sur les actions de cette institution.

AMA : Pensez-vous que la presse est libre de parler de tout au Gabon ?

YLG : Non. Malheureusement, non. Il y a des sujets au Gabon qui sont un peu comme tabou. On peut encore parler avec beaucoup de liberté du président d'Ali Bongo. Mais c'est beaucoup plus compliqué avec certains membres de son entourage. Je préfère m'arrêter là.

AMA : Pendant les législatives de 2018, pensez-vous avoir fait preuve de pluralisme en offrant un espace médiatique équitable aux différents candidats représentant des oppositions politiques ?

YLG : Pendant cette période, nous avons travaillé en bonne intelligence avec la HAC. Je vous explique, la HAC avait choisi des médias échantillon qui devaient suivre dans le cadre de la régulation la couverture des médias en période électorale. Parmi les médias, il y avait *Gabonactu.com*. Donc nous devions nous abstenir de donner plus de parole à certains candidats de partis de l'opposition par rapport à d'autres. Donc nous avons veillé à cet équilibre.

AMA : Vous avez donc pu couvrir convenablement une bonne partie des candidats en respectant le principe d'équité de la couverture médiatique entre les candidats ?

YLG : Non, pas vraiment. Notre équipe est limitée en termes de personnel. On devrait pouvoir permettre au candidat d'une circonscription à Libreville de s'exprimer sur nos colonnes, au même titre qu'un candidat inscrit à Mayumba ou à Bicondome. Mais on n'avait vraiment pas ces moyens. C'est pourquoi parfois on se limitait en termes de partis ou en termes d'indépendants.

AMA : Est-ce qu'il y avait des candidats plus ouverts à la communication médiatique que d'autres ?

YLG : Les candidats du PDG à cause de leurs moyens ou grâce à leurs moyens connaissent le rôle de la presse. Les candidats indépendants, un peu moins. Pourquoi ? ils sont limités par leur budget. La communication c'est de l'argent. Si la personne n'a même pas de quoi offrir des cadeaux à ses potentiels électeurs, ce n'est pas aux journalistes à qui il va accorder de l'importance.

AMA : Quelles sont les difficultés auxquelles vous êtes confrontés dans l'exercice de votre activité en ligne ?

YLG : Souvent lorsqu'internet bug dans le pays, c'est très compliqué pour nous. Après la présidentielle de 2016, internet a été coupé et c'était compliqué pour nous qui ne pouvons travailler que par ça. Et lorsqu'il y a eu le fameux coup d'Etat raté du 7 janvier, internet a été aussi coupé. C'était une véritable coupe gorge. C'était une grave difficulté parce qu'on ne pouvait pas fonctionner. L'accès aux sources de l'information est une autre difficulté. Ça là, c'est le même problème chez tout le monde.

AMA : Merci Monsieur Goma, nous sommes arrivés à la fin de notre entretien.

Fiche n°6 : Entretien du 14 mars 2020 avec Martial Tsonga, Rédacteur en Chef de Gabonews. (Durée 00h 44 min).

AMA : Bonsoir Monsieur Tsonga, pouvez-vous nous présenter votre parcours professionnel ayant conduit à votre fonction actuelle ?

Martial Tsonga (MT) : Je suis Martial Tsonga, journaliste reporter et rédacteur en chef de Gabonews depuis bientôt 5 ans. Il faut dire que c'est le journaliste qui est venu vers moi. Au départ, je voulais faire la carrière d'avocat parce qu'en fait j'aime tout ce qui est art oratoire. Une fois à l'Université, j'ai fait une intervention sur la BBC par rapport à un sujet politique. L'intervention passait en boucle et un ami l'ayant écoutée m'a dit que je ferais un bon journaliste. A l'Université, je me suis fait inscrire dans un journal, c'était au Bénin, donc *Le Hero*. J'y ai suivi des stages de six mois. Puis, j'ai été pris comme correcteur. Ensuite je suis passé par chef rubrique Afrique-inter, c-a-d, qui faisait l'actualité africaine internationale. Après cela, je suis passé rédacteur en chef dans le journal universitaire béninois, *Le Hero* qui a fait son histoire et qui a même participé à la révolution démocratique au Bénin. J'étais donc devenu rédacteur en chef étant inscrit en faculté de droit et inscrit au département des Lettres modernes. Donc sciences humaines avec la communication ça sied. J'ai effectué un concours pour la chaire Unesco. Mais mes parents n'ayant plus assez de moyens, j'ai dû stopper mes études et je suis rentré au Gabon. Puis je me suis mis à la recherche d'un emploi. Un ami m'a soufflé l'offre d'emploi qu'avait adressé *Gabonews* dans un journal. J'ai postulé. J'ai passé les entretiens et j'ai été recruté en 2012. J'ai gravi les échelons et aujourd'hui j'suis le rédacteur en chef.

AMA : Pour avoir travaillé dans un média traditionnel, est-il plus aisé de travailler pour un média en ligne ?

MT : Je dirais que non. C'est pratiquement la même chose, à des différences près. Dans tous les médias, il y a la collecte, le traitement et la diffusion de l'information.

AMA : Quels étaient les objectifs de *Gabonews* à sa création ?

MT : Que je sache, *Gabonews* a été créé en 2004, l'objectif c'était la presse écrite en ligne sous le format d'agence. Mais au fil du temps, les objectifs ont évolué pour en faire un média d'information politique et générale. Moi personnellement, je suis arrivé en 2012, le média a progressé, nous sommes partis d'agence à une presse écrite en ligne, puis nous avons créé une web tv et ensuite une web radio. Aujourd'hui, la web radio est sur la bande *fm*. Et plus tard, nous espérons posséder une télévision en claire.

AMA : *Gabonews* a été le projet de personnalité proche de la présidence, quelle est sa ligne éditoriale lorsqu'il s'agit de traiter l'actualité politique ?

MT : Déjà il faut lever la confusion, *Gabonews* n'est pas un média public. C'est un média privé. Dans notre ligne éditoriale, on n'a pas de parti pris. La preuve, on couvre les activités aussi bien de l'opposition que les activités du pouvoir. On traite l'information de façon juste. On se base sur les faits. On relate les faits et ce n'est qu'après on commente.

AMA : Comment s'opèrent les rapports de travail avec les supérieurs hiérarchiques au niveau de la latitude éditoriale ?

MT : Depuis que je travaille et est été promu au poste de rédacteur en chef dans ce média, aucun responsable n'est intervenu dans le travail que j'administre au quotidien avec mes journalistes. Aucune influence extérieure. Le promoteur dit nous faire confiance parce qu'il sait que nous sommes des professionnels et que nous travaillerons comme tels. Donc nous avons pleinement la liberté d'effectuer notre travail en toute autonomie.

AMA : quelle est la particularité éditoriale de *Gabonews* par rapport aux autres médias ?

MT : A 90%, nos informations sont d'ordre social, surtout depuis que je suis le directeur de rédaction du média. C'est vrai qu'à mon arrivée en 2012 jusqu'en 2016 pratiquement, le site était fortement imprégné par une forte actualité politique. Or, avec la nouvelle équipe que je dirige, j'ai estimé que les informations institutionnelles pouvaient devenir lassantes, psychologiquement c'est fatigant. Nous avons ainsi axé la plus grande part de notre actualité sur le social. Contrairement à beaucoup d'autres médias, nous allons à l'intérieur du pays dans les coins les plus reculés du pays pour montrer ce qui se passe à l'arrière-pays. Nous sommes, j'en suis certain, les seuls médias qui font cet effort d'aller assez régulièrement vers les populations en milieu rural pour médiatiser leurs conditions de vie.

AMA : Comment se présente la situation financière de *Gabonews*, entre-autres, quel est son modèle économique ?

MT : Dans toutes les entreprises vous savez qu'il y a eu une crise qui a parcouru le monde entier, le Gabon n'a pas été épargné, moins encore certaines entreprises. D'ailleurs, vous

savez qu'à Port-Gentil, il y a beaucoup d'entreprises qui ont jeté la clé sous le paillason, qui a mis beaucoup des employés au chômage. Nous n'avons pas été épargnés. On a subi cet impact là comme partout ailleurs. Même le public, parfois ça crie un tout petit peu. Nous avons été victimes. D'ailleurs c'est après tout ça que nous avons eu beaucoup de journalistes, du personnel qui sont partis et puis cela a diminué la masse salariale. Mais on a toujours travaillé comme des professionnels jusqu'aujourd'hui. La preuve, nous sommes toujours là. Beaucoup de gens apprécient ce que nous faisons de l'intérieur de Libreville comme de l'extérieur. C'est vrai que c'est humain, ça peut tenter l'affaiblissement moral parce que lorsqu'on n'a rien, un ventre affamé ne peut pas réfléchir abondamment. Quant aux stratégies de financement, il n'y a que les promoteurs qui en-ont la pleine connaissance.

AMA : En période électorale, quels sont les éléments qui vous permettent de choisir de traiter un sujet ou d'aller couvrir un évènement par rapport à un autre ?

MT : Pendant les élections présidentielles par exemple, j'avais le plein pouvoir d'organiser mes équipes. Puisqu'il y avait la majorité, il y avait l'opposition, j'ai scindé les équipes en deux. Une équipe pour suivre les meetings de la majorité et une autre équipe pour suivre les meetings de l'opposition. Et moi-même étant dans la rédaction, parce qu'il y avait des journalistes qui étaient à l'intérieur du pays qui voyageaient avec les équipes de l'opposition et les équipes de la majorité, c'est ainsi que nous nous sommes organisés. Mais pour ne pas inondé le site que de la politique, je demandais à mes journalistes qui étaient à l'intérieur du pays de profiter à faire des sujets à caractère social. Il n'y a pas que la politique pendant toute la journée. Ainsi, cette façon de faire nous épargnait le fait de ne pas être traité de parti pris pour un bord politique.

AMA : Quels moyens logistiques dont vous disposiez pour effectuer toutes ces couvertures médiatiques à Libreville et à l'intérieur du pays ?

MT : Les moyens étaient fournis par la rédaction et complétés par ceux qui nous sollicitaient. A l'époque, le CNC, devenu la HAC, avait demandé qu'il y ait des grilles d'information dans chaque média. Donc eux ils avaient mis les moyens d'accompagnement.

AMA : Est-ce qu'il vous est facile de vous rapprocher des acteurs politiques de tout bord confondu pour obtenir des informations pendant ces périodes électorales ?

MT : Beaucoup en raffolent parce qu'avec les médias en ligne, les nouvelles vont plus vite. Mais il est vrai que parfois, il y en a qui aiment cacher l'information, donc parfois il faut secouer la bouteille pour qu'une personnalité se prononce sur un type de sujet, souvent parce qu'il faut l'accord d'un responsable, d'un chef et ainsi de suite. Boff ! c'est un peu ça la difficulté chez certains.

AMA : Si on vous demandait votre avis sur la régulation des médias par la HAC, que diriez-vous ?

MT : Ce que je sais c'est que tout le monde se plaint de la HAC.

AMA : Pendant les législatives, pensez-vous avoir pu mettre en évidence la diversité des opinions ou sensibilités politiques manifestes dans votre média ?

MT : oui, il y en a. On a eu à parler de plusieurs acteurs. Hormis par exemple le PDG, les Démocrates, il y avait aussi les candidats libres. Donc presque toutes les sensibilités politiques étaient représentées.

AMA : Quelles pourraient être vos perspectives ou souhaits pour améliorer le secteur de la presse en ligne au Gabon ?

MT : C'est d'améliorer les rédactions pour qu'elles soient davantage plus professionnelles et plus performantes. Dans notre cas, avoir plus de moyens avec le matériel qui sied de dernière génération, avoir la télévision comme toute autre. Déjà moi, je suis formateur. Je forme des stagiaires qui viennent de grandes écoles pour leurs rapports de rédaction. Mon souhait est que ces nouvelles générations puissent justement être bien formées pour pouvoir poursuivre au mieux le métier du journalisme au Gabon afin qu'il soit plus libre et perspicace à l'avenir.

AMA : Monsieur Tsonga, merci.

MT : C'est moi qui vous remercie pour l'attention portée sur notre média.

Fiche n°7 : Entretien du 14 mars 2020 avec Patrick Charferry, Journaliste et responsable des programmes de la Radio (web et fm) de Gabonews. (Durée 00h 37 min).

AMA : Bonsoir M. Charferry. Quel est votre rôle à *Gabonews* et pourquoi avez-vous choisi de travailler dans ce média ?

Patrick Charferry (PC) : Alors moi je suis dans les médias depuis la classe de Terminale. J'aime particulièrement la radio, être au contact avec les auditeurs. La télévision, c'est plus tard que je m'y suis intéressé aussi. En gros, j'aime les métiers de la communication, plus précisément le journalisme. Tout ça me plaît beaucoup. Et pour me retrouver à *Gabonews*, j'ai été contacté par un proche qui savait déjà ce que je faisais dans un autre média. Il m'a fait la proposition d'une émission, j'ai accepté. Et c'est comme ça je me retrouve à *Gabonews* jusqu'aujourd'hui. Donc ce n'était pas tant un choix particulier pour travailler dans un média en ligne. Cela a été plus une opportunité qui s'est présentée, surtout que ça me donnait l'occasion de travailler et d'être bien payé. Ce qui n'est peut-être plus le cas aujourd'hui. Et cela fait 6 ans que je travaille ici.

AMA : Quelles sont vos responsabilités, sinon quelles tâches avez-vous dans ce média ?

PC : Je suis journaliste animateur d'abord, et j'ai été désigné comme responsable des programmes de la radio qui, aujourd'hui, est à la fois une *web-radio* et une radio *fm* (93.5). J'anime normalement deux émissions parce que j'ai supprimé d'autres émissions à cause du temps et des réalités conjoncturelles actuelles.

AMA : Comment organisez-vous le choix des sujets dans vos émissions ?

PC : Moi, j'ai une émission de libre antenne appelée "*La tribune des auditeurs*", c-a-d, que ce sont les auditeurs qui choisissent les sujets. Mais j'ai une technique pour démarrer l'émission. Je choisis un sujet en fonction de l'intérêt suscité dans l'opinion publique à partir

d'un journal, un sujet d'actualité qui me semble pertinent pour les auditeurs. Et au fil des discussions ou des débats entre les auditeurs qui appellent pour exposer leurs points de vue, les sujets vont varier d'un point à l'autre, car ce seront maintenant eux-mêmes qui feront apparaître des sujets selon leurs besoins.

AMA : Quels sont les sujets qui dominent au sein de votre émission ?

PC : Les sujets qui dominent, c'est la politique et le social. Et je pense que cela s'explique par le fait que nous sommes dans un pays où la politique est partout et domine dans tout. Donc les auditeurs n'étant pas en marge de la société, il est normal qu'ils puissent fréquemment amener les débats sur les sujets politiques et sociaux, parce que là aussi, les conditions sociales sont directement liées à la politique. Notre société est fortement politisée.

AMA : En parlant de politique justement, qu'est-ce qui oriente le choix de vos sujets lorsqu'il faut couvrir les événements politiques de l'heure ?

PC : Alors, c'est d'abord la volonté d'équilibrer l'information, c'est ce qui oriente nos choix. C'est dire, j'ai déjà un opposant, il me faut aussi une actualité liée à la majorité. Déjà le code de la communication nous l'impose. C'est le premier élément. Puis le second élément, c'est en termes de disponibilité. Par exemple chez nous, nous avons remarqué que ce sont les personnes qui ne sont pas du pouvoir qui sont beaucoup plus ouvertes à nous, c-à-d, l'opposition, la société civile, on a facilement accès à ces gens-là. Ce qui fait que ceux qui sont du pouvoir, il y a beaucoup de contraintes. Il faut d'abord attendre des autorisations de x ou y personne qui doit valider. En attendant, l'information aussi n'est plus chaude.

AMA : Selon vous, cela justifie-t-il que certains médias aient tendance à plus privilégier un acteur ou un parti politique au détriment d'autres ?

PC : A ce sujet, c'est la question de la neutralité des médias qui est posée ici. Est-ce que ces médias sont neutres. Il faut savoir qui sont les personnes à la tête de ces médias. Il se trouve que la plupart de ces médias sont créés par des personnes qui ont déjà des tendances politiques. Vous avez des membres du gouvernement, des responsables politiques, des membres du gouvernement qui ont des chaînes de radio et de télévision alors que c'est interdit pourtant par la Loi. Vous avez des militants des partis politiques qui ouvrent les médias, donc on comprend que les journalistes qui travaillent dans ces médias aient un penchant pour, par exemple ceux qui sont au pouvoir. Mais il y a d'autres médias qui revendiquent leur indépendance, leur neutralité, je ne vais pas les citer. Mais vous allez remarquer que ces médias ne sont pas nombreux. C'est comme les médias qui ont aussi un penchant pour l'opposition et vous allez remarquer que ce sont les acteurs politiques de l'opposition qui sont les plus reçus là-bas.

AMA : En toute honnêteté, au regard des catégories de médias que vous venez de décrire, où classez-vous *Gabonews* par rapport à tout ça ?

PC : Alors, nous nous sommes beaucoup plus neutres. Déjà notre slogan, c'est "*Pour l'information juste*". Donc nous sommes pour la justesse, j'allais même dire pour la justice, parce que la justice, c'est l'équilibre. Donc il ne serait pas question de prendre position pour x ou y. certains pourraient nous taxer de médias de l'opposition, mais c'est comme je disais, il

se trouve que ce sont les opposants qui s'ouvrent le plus à nous. Même si en période de campagne tous les partis politiques cherchent à communiquer, ceux du pouvoir ont tendance à ne pas communiquer automatiquement dans les médias assez critiques comme le nôtre parce qu'ils savent qu'ils ont un bilan à défendre. Et du coup, avant de communiquer, ils ont besoin de préparer des éléments de langage pour pouvoir se défendre. Et je peux comprendre qu'ils soient souvent réticents à passer dans tous les médias, préférant aller où ils savent que leurs arguments seront moins contestés.

AMA : Que pensez-vous du niveau de liberté et de pluralisme dans la presse gabonaise en générale ?

PC : Pour quelqu'un qui arrive au Gabon et lis la presse, il va penser que la presse gabonaise est libre. Oui, parce qu'il verra les gros titres qui égratignent même le président de la République. Mais moi je ne conçois pas la liberté parce que vous avez écrit sur le président et qu'on ne vous a rien fait. Déjà, je trouve anormal que pour les médias locaux, les médias du Gabon, pour avoir une information, nous sommes obligés de nous référer aux médias internationaux. Je ne sais pas si on peut les citer : *La Lettre du Continent*, *RFI*, etc. Pour une information qui concerne le président de la République, concernant l'actualité sur sa maladie, les médias du Gabon étaient informés par les médias étrangers. C'est quand-même assez aberrant. Voyez-donc, est-ce qu'on peut parler de liberté à ce niveau si on n'a pas l'accès à l'information ? Être libre pour moi c'est le fait de permettre aux journalistes de pouvoir accéder à l'information dans les administrations et les institutions comme le recommande le code de la Communication. Or ce droit, à mon sens, n'est pas effectif ici.

AMA : Selon vous, qu'est-ce que les médias en ligne gabonais apportent comme plus-value par rapport aux médias traditionnels ?

PC : La presse en ligne a ceci d'avantageux qu'elle permet au public de recevoir l'information plus vite et parfois en instantanée. Alors qu'avec les médias traditionnels, tels les quotidiens par exemple, il faut attendre le lendemain d'un évènement pour avoir l'information, au moment où le monde va très vite, les médias en ligne sont plus adaptés aux besoins de l'heure, car pendant toute une journée, ils peuvent vous informer en temps réel de tout ce qui se passe. C'est vraiment l'avantage de la rapidité de l'information. C'est fluide. Contrairement à la télévision où il faut attendre le JT pour être informé, l'information n'attend pas, il faut immédiatement que le lecteur soit informé.

AMA : Quels seraient les dispositions à prendre pour améliorer le secteur d'activité de la presse en ligne au Gabon, selon vous ?

PC : On a un code de la Communication, il faut simplement le respecter. Je pense qu'on a de bonnes lois, malgré quelques faiblesses, si l'on applique tout-de même le code de la Communication dans son esprit, beaucoup de choses vont s'améliorer.

AMA : Merci M. Charferry

PC : Je vous en prie. J'ai oublié de remercier les plus hautes autorités en tête desquelles le chef de l'Etat...(rire).

Fiche n°8 : Entretien du 06 avril 2020 avec Ondo Ebiaghe, Conseiller juridique de la Haute Autorité de la Communication. (Durée 00h 37 min).

AMA : Bonjour M. Ondo, vous êtes conseiller juridique de la HAC, pouvez-vous nous édifier sur les raisons du passage du Conseil National de la Communication (CNC) à la HAC ?

Ondo Ebiaghe (OE) : Cette question irait bien à être posé aux gabonais qui ont participé au *“Dialogue politique d’Angondjé”*. C’est au cours de ce dialogue politique qui avait été émis l’idée de réviser un certain nombre d’institutions, notamment le CNC. C’est autour de cette conférence politique qui regroupait les acteurs politiques et la société civile que la commission chargée d’examiner les questions de communication a suggéré que le CNC ne remplissait pas convenablement sa mission de régulation et que le CNC était une institution un peu vieillotte et qu’il fallait s’adapter à la nouvelle mode africaine, à savoir celles des autorités administratives et indépendantes. La CNC était une institution constitutionnelle, ce qui lui donnait une certaine stabilité institutionnelle. Pour modifier les missions et statut du CNC, il fallait réviser la Constitution. Ce qui est une procédure longue. Ainsi, ils ont proposé en lieu et place du CNC, la HAC, une autorité administrative et indépendante. Et notamment dans cette conversion, prendre en compte le secteur numérique qui était en effervescence et qui, jusque là n’était pas prise en compte dans le code de la Communication. C’est l’une des modifications essentielles dans ce nouveau code de la Communication.

AMA : Qu’est-ce qui change entre le CNC qui était une institution constitutionnelle et la HAC qui devient une institution administrative indépendante ?

OE : Première chose, le CNC était un Conseil. Un Conseil ne prend pas de décision. Quand on dit conseil, c’est dire se limiter aux conseils. Donc le CNC donnait des avis. Or, la HAC en tant qu’autorité de régulation prend des décisions et n’émet pas des avis. Au niveau juridique, voilà déjà la différence entre les deux institutions. Également, la HAC n’est plus dans le cadre des institutions constitutionnelles. Elle devient une simple autorité administrative sortie de la Constitution. En termes protocolaire, elle perd un peu de son autorité. Voilà la différence majeure entre ces deux institutions.

AMA : Comment faites-vous pour réguler la presse en ligne quand on sait qu’elle fonctionne sur une technologie internet difficilement contrôlable ?

OE : Je vais vous surprendre, mais sachez que la presse en ligne n’est pas totalement libre comme la presse classique. Vu la dangerosité, les difficultés de contrôler ce secteur, on l’a plus ou moins embrigadé dans le code de la Communication en émettant des exigences pour qu’elle soit créée, pour que les contenus soient surveillés etc. on peut dire de ce côté-là que c’est une presse particulière du fait qu’elle fait l’objet d’une surveillance particulière de la part de l’Etat. La presse numérique a la possibilité de se créer de façon marginale. Mais dès lors que vous baptisez votre site *“Journal”* vous êtes hors la loi, parce que pour avoir le droit de l’appellation journal, il faut respecter les dispositions du code de la Communication. Que tout média de communication doit être sous forme d’entreprise. Même au niveau du contenu, nous avons un service spécial de veille qui surveille toutes les publications par les différents médias en ligne. Et lorsque nous observons une irrégularité, la HAC prend une décision de sanction de ce journal qui s’est rendu coupable d’infractions. Pour cela, nous

saisissons l'ANINF et l'ARCEP pour suspendre ou supprimer ce journal. Voilà comment nous les contrôlons. Ils n'ont pas une liberté totale.

AMA : Quelle est la procédure administrative pour la création d'un média en ligne ?

OE : La procédure, elle est en deux phases. On commence par le ministère. Mais le code de la Communication exige que toutes les informations remises au niveau du ministère doivent être communiquées à la HAC. La HAC veille à la création et aux modalités de fonctionnement de toutes formes de presse. Donc pour qu'un journal puisse paraître, il lui faut l'autorisation de la HAC. Et pour que la HAC vous autorise à publier, Il doit avoir votre dossier juridique dans lequel il y a l'autorisation de l'agrément technique du ministère, entre-autres, parmi les documents que la HAC exige.

AMA : Qu'est-ce que vous reprochez aux médias gabonais lorsqu'ils subissent des sanctions de la HAC la plupart du temps ?

OE : La plupart du temps, ces médias font preuves de non-respect de la déontologie journalistique. Parce que le contenu de l'information ne doit pas être de nature à troubler l'ordre public ou porter atteinte à la dignité, aux mœurs des citoyens. Nous veillons à cela. Faites vos publications, mais faut pas que ça porte atteinte à l'ordre public ou à des particuliers. On tient beaucoup à la moralité publique. Souvent, tellement ils sont à la course de l'information, du scoop, qu'ils publient des informations sans vérification au mépris des règles élémentaires de recoupage de l'information.

AMA : Que dites-vous lorsque beaucoup d'acteurs de la presse vous qualifient de « père fouettard » ou de « bras séculier du gouvernement » contre la presse ?

OE : Placer de leur côté, ils ne peuvent qu'argumenter ainsi. Mais il faut retenir un principe. Le journalisme est une profession. Il y en a qui font des études de communication, des études pour être journaliste. On leur apprend la déontologie. On leur apprend, comment travailler, l'éthique. Or, malgré le fait que la Loi dit qu'il faut au-moins un journaliste détenteur de la carte de presse au sein d'une rédaction de presse numérique, s'ils sont 100 vous verrez qu'il y a à peine 20 qui sont journalistes. C'est vous et moi, on s'improvise et on écrit. Donc le gros défaut, c'est que beaucoup n'ont pas la maîtrise de la profession. Les gens ne vont pas à l'école pour rien, parce qu'on leur apprend comment travailler. Nous on veille essentiellement au respect du principe de l'honnêteté de l'information. Nos sanctions sont pour la plupart liées au manque de professionnalisme que commettent ces nouveaux médias.

AMA : Comment percevez-vous dans l'ensemble le traitement des informations par les médias en ligne gabonais ?

OE : De facto, le manque de professionnalisme. Ils évoluent sous l'aspect de l'alerte, le scoop. Ils ne prennent pas le temps de vérifier l'information. Il leur faut absolument beaucoup d'éducation et de stage pour accentuer leur formation professionnelle. L'information n'est pas très souvent avérée.

AMA : Et en ce qui concerne la régulation des médias pendant les législatives, comment vous vous y êtes pris ?

OE : Pour ça, je vais faire appel au Conseiller en Communication qui pourra mieux vous renseigner là-dessus.

Fiche n°9 : Entretien du 06 avril 2020 avec Doumbeneny, Conseiller en communication de la Haute Autorité de la Communication. (Durée 00h 23 min).

AMA : Bonjour M. Doumbeneny, comment avez-vous procédé pour organiser la régulation médiatique pour la couverture des législatives de 2018.

Dombeneny (DO) : Nous avons mis en place ce que nous avons appelé, la *“commission d'accès équitable aux médias publics et privés en période électorale”* pour veiller à l'application de l'équilibre de l'information dans les médias. Pour cela, nous avons répertorié des médias publics et privés, des chaînes de télévision, de radio, des journaux écrits et la presse en ligne pour effectuer ce travail. Pour ce qui est de la presse en ligne, nous avons choisi ceux qui nous semblent parmi les meilleurs, à l'instar de *Gabonreview*, *Gabonmediatime* et *Gabonactu* pour ne citer que ces trois-là.

AMA : qu'est-ce que vous reprochez aux autres médias sachant qu'ils sont de plus en plus nombreux sur internet ?

DO : Il y a un grand manque de professionnalisme dans la majorité de ces médias. Il faut avouer que la facilité avec laquelle on crée un média en ligne est de nature à favoriser les aventuriers du journalisme. Dans la presse en ligne, ce sont les rédactions qui se confondent au directeur de publication. Ça veut dire, le directeur de publication, il est à lui seul toute une rédaction. Il n'a pas d'équipe pour procéder à tout le mécanisme qui permet la construction véritable d'une information journalistique. Son siège social, tout son arsenal se trouve dans son sac ou son téléphone. Les seuls à avoir les sièges sont *Gabonews*, *Gabonreview*, *Gabonactu* et *Gabonmediatime*. Vous avez aussi des profils de ces gens-là qui n'ont même pas le BAC, des gens qui n'ont que le BEPC, ça existe. Et lorsque tu leurs parles de formations, ils viennent te crier dessus prétextant qu'en journalisme on n'a pas besoin de formation. En fait, qu'est-ce qui se cache derrière ? en réalité parce que c'est lucratif. Il y a des annonceurs, il y a de la publicité derrière tout ça. C'est devenu un nouveau *business*. Et lorsqu'on prend des sanctions pour mettre de l'ordre dans tout ça, on nous dit que les jeunes gabonais se débrouillent et vous voulez tuer leurs entreprises. La dimension qui est mise en avant ici, c'est la dimension économique. Pas la dimension professionnelle, éthique et déontologique.

AMA : Mais qu'est-ce que vous pouvez tirer de positif dans ces nouveaux médias ?

DO : La floraison de médias gabonais sur internet n'est pas une mauvaise chose en soi. Pour la liberté et la démocratie, ces médias viennent participer, sinon renforcer d'une certaine manière le pluralisme de la presse, même s'il y a des effets pervers. L'enjeu ça va être l'encadrement de tout ça, car il y a beaucoup de dérives. On a connu des médias qui se créent juste pour balancer une *fakenews* parce qu'ils savent qu'ils vont être sanctionnés. Plusieurs de ces médias sont des instruments politiques. Ils se créent à la veille des élections par des hommes politiques pour s'attaquer entre eux. A côté du fait que des jeunes ont

trouvé en cette activité une niche pour gagner de l'argent, mais il y a aussi le fait que ce sont des armes politiques. Beaucoup de ces médias vous diront qu'ils sont objectifs, mais si vous regardez bien, ils sont pour la plupart adossés à des tendances politiques. Autant c'est un atout pour la démocratie, mais c'est également un inconvénient au regard des dérives.

AMA : Merci pour ces informations.

Annexe 3 : Synthèse des entretiens par téléphone avec les journalistes des différents médias.

Le reste des entretiens, nous les avons tous synthétisés sous forme de tableaux récapitulatifs, car il a fallu adapter les possibilités de communication avec ces derniers à cause de la crise sanitaire mondiale liée au Covid19. Au Gabon, dès fin mars, le confinement a restreint les déplacements et les contacts. Les entretiens se sont donc poursuivis par téléphone, principalement sur *Whatsapp* pour la plupart et appel normal. Pour ne pas se lasser de l'exercice, tout en m'appuyant sur le questionnaire de départ, j'ai reformulé certaines interrogations pour pouvoir facilement les compiler dans des tableaux de synthèse. Ce qui a donné les résultats suivants :

1. L'ensemble des enquêtés.

Médias	Siège	Enquêtés	Homme	Femme	Moyenne d'âge
Gabonreview	Ancien sobraga(Lbv)	5	4	1	39
Gabonews	Montagne Sainte(Lbv)	6	4	2	35
Gabonactu	Charbonnage(Lbv)	3	3	0	41
Gabonmediatime	Batavéa(Lbv)	4	3	1	33
L'Union	Ancien Sobraga	1	1	0	40
Echos du Nord		1	1	0	39
HAC	Centre-Ville	2	2	0	44
AGP	Akanda	1	1	0	43
AFP		1	1	0	/
Total		24	20	4	39
Pourcentage		100	83,33	16.66	/

2. Statut des journalistes des médias natifs.

Médias	Enquêtés	Diplômés en journalisme	Formés sur le tas	Permanents	Stagiaires / Pigistes	Moyenne d'âge
Gabonreview	5	4	1	5	0	39
Gabonews	6	4	2	3	3	35
Gabonactu	3	3	0	3	0	41
Gabonmediatime	4	2	2	4	1	33
Total	18	13	5	15	4	/
Pourcentage %	100	72,22	27,77	83,33	22,22	37

3. Quelles ont été les difficultés rencontrées particulièrement pendant ces élections législatives ?

Médias	Enquêtes	L'accès aux sources	Les difficultés financières	Coupure du Net/l'hébergement	La coercition de la HAC	Les menaces
Gabonreview	5		4		2	
Gabonews	6	6	3		4	2
Gabonactu	3	3	3	1	1	
Gabonmediatim	4	2	4		1	
Total	18	11	14	1	8	2
Pourcentage %	100	61,11	77,77	5,55	44,44	11,11

4. La particularité éditoriale des différents médias selon les acteurs

Médias	Les enquêtes	La véracité ou crédibilité des infos	L'objectivité et neutralité	La liberté de ton (la critique)	La pertinence des analyses	La variété des infos	L'originalité des sujets
Gabonreview	5		5	3	4	3	
Gabonews	6	3	5	4	1	4	2
Gabonactu	3	3	3	1			1
Gabonmediatime	4	2	3	3	2		3
Total	18	8	16	11	7	7	6
Pourcentage %	100	44,44	88,88	61,11	38,88	38,88	33,33

5. La plus-value de la presse en ligne gabonaise par rapport à la presse traditionnelle, selon les acteurs

Médias	Les enquêtes	La spontanéité de l'information	Plus de liberté	Plus ouverte au monde	Rapport plus direct avec le public	Plus de pluralisme
Gabonreview	5	3	2	2	3	
Gabonews	6	6		3	4	
Gabonactu	3	3	3	2		
Gabonmediatime	4	4	4	1	1	1
HAC	2	1				
L'Union	1			1		
Echos du nord	1			1		
AGP	1					1
AFP	1					1
Total	24	17	9	10	8	3
Pourcentage	100	70,33	37,5	41,66	33,33	12,5

6. Quelles sont les perspectives ou souhaits pour améliorer le domaine de la presse nationale en ligne ?

Médias	Les enquêtes	Mieux réguler les médias en ligne	La formation des acteurs	L'effectivité de la liberté de la presse	Ouverture /régulation du marché de la pub	Améliorer la subvention de l'Etat
Gabonreview	5		4		5	
Gabonews	6	4	1	5	3	2
Gabonactu	3	1	1		3	3
Gabonmediatime	4	1	2	2	3	3
HAC	2	2	2			1
L'Union	1		1			
Echos du nord	1	1	1	1		1
AGP	1		1			
AFP	1	1	1			
Total	24	10	14	8	14	10
Pourcentage	100	41,66	58,33	33,33	58,33	41,66

Annexe 4 : L'ensemble des publications soumis à notre analyse.

Source1 : Les publications de *Gabonactu*

Titre de l'article	Date de publication
Je ne veux rien d'autre qu'être élu maire de Fougamou (Mayila)	2018_10_01
Législatives 2018 : « Nos représentants ne nous représentent pas » (l'indépendant Ferdinand Demba)	2018_10_01
Législatives 2018 : Etienne Mvoula invite les létiliens à écrire l'avenir leur département à ses côtés	2018_10_01
Législatives 2018 : Patricia Tayé Zodi à la conquête du 4ème arrondissement de Libreville	2018_10_01
Législatives au Gabon : des opposants gabonais de France boudent un scrutin sans alternance en vue	2018_10_01
Ali Bongo a assisté à la célébration des 60 ans d'indépendance de la Guinée	2018_10_02
La CNR reproche aux partenaires du Gabon de s'accommoder de la situation qu'elle déplore	2018_10_02
Législatives 2018 : Madeleine Edmée Berre transforme son QG en tribune d'expression pour les jeunes	2018_10_02
Législatives 2018: le PLC appelle à tourner la page du PDG dans le 2ème arrondissement de Port-Gentil	2018_10_02
Législatives et locales 2018 : Joseph Minko Olenga et Chantal Sino font la revue des troupes pour s'assurer d'une belle victoire	2018_10_02
Législatives et locales 2018 : le colonel retraité Théophile Makita Nyembo se lance dans la bataille	2018_10_02
Clotilde Chantal Boumba Louey en campagne de proximité auprès des populations de Gamba	2018_10_03
Élections 2018 : Marc Tchango Nang Nguema, la révélation de la campagne électorale à Port-Gentil	2018_10_03
Ensemble, accélérons la transformation...	2018_10_03
Législatives 2018 : Clotilde Chantal Boumba Louey reçoit le soutien des femmes cultivatrices de Gamba	2018_10_03
Législatives 2018 à Ndendé : le candidat du parti au pouvoir Yves Fernand Manfoumbi adoubé par un opposant	2018_10_03
Législatives et locales 2018 : la distribution des cartes d'électeurs se poursuivra jusque dans les bureaux de vote	2018_10_03
Locales 2018 à Moabi : Simon Bolivar Ibinga Maguena amorce sa campagne de proximité	2018_10_03
Maison de la Femme, une structure pour autonomiser les femmes de la commune d'Akanda, au nord de Libreville	2018_10_03
Ce que fera Barro Chambrier en cas de majorité à l'Assemblée nationale	2018_10_04
Elections 2018 : les frontières terrestres et maritimes seront fermées de vendredi à samedi	2018_10_04
Législatives 2018 à Akieni : comme un boulevard pour Onanga	2018_10_04

Y'Obegué	
Législatives et locales 2018 : le ministre rappelle les conditions d'accès dans les bureaux de vote	2018_10_04
Mouang Mbanding, l'ivrogne qui ridiculise la classe politique gabonaise	2018_10_04
Si je suis Maire de Libreville, le métier de taximan on ne le donne plus aux étrangers, ça doit être les gabonais (Jean Boniface Assélé)	2018_10_04
Guy-Maixent Mamiaka appelle à un nouveau paradigme pour développer la Lopé	2018_10_05
Législatives 2018 : l'opposant Bruno Ben Moubamba optimiste pour triompher à Moabi	2018_10_05
Législatives et locales 2018 : Clotilde Chantal Boumba Louey appelle les candidats à la responsabilité politique et à l'unité	2018_10_05
Massavala Maboumba veut battre Guy Bertrand Mapangou	2018_10_05
Mouang Mbanding un « héros » du grand débat de la HAC	2018_10_05
Près de 4 millions de FCFA de denrées pour renforcer les étals des commerçantes d'Owendo	2018_10_05
Une candidate aux locales 2018 offre un marché aux commerçantes d'Akanda	2018_10_05
Votez les gens qui vont vous aider à trouver du travail et non porter leurs valises (Hercule Nze Souala de l'AJEV)	2018_10_05
Abel Mbombe Nzoundou appelle les électeurs à une extrême attention en votant	2018_10_06
Gabon : début du vote à Libreville sous une finie pluie	2018_10_06
Législatives 2018 : la candidate du PDG sûre de l'emporter au 1er siège d'Owendo	2018_10_06
Législatives 2018 : Pulchérie Mboumba Mbadinga dit « Oui » à la provincialisation	2018_10_06
Législatives et locales 2018 : l'effectivité de vote en demi-teinte dans certains centres de Libreville	2018_10_06
Législatives et locales 2018: vers une déculottée de l'opposition?	2018_10_06
Elections 2018 : les observateurs de l'UA donnent une conférence de presse ce lundi à Libreville	2018_10_07
Elections 2018 : Paul Marie Gondjout accepte sa défaite avec élégance	2018_10_07
Législatives et locales 2018 : Ali Bongo Ondimba ne boude pas sa victoire	2018_10_07
Le désaveu de l'opposition aux législatives et locales 2018	2018_10_08
Législatives et locales 2018 : un 2ème tour de tous les dangers pour le PDG ?	2018_10_08
Les observateurs de l'Union Africaine jugent satisfaisant le déroulement des dernières élections	2018_10_08
Fin de l'hégémonie du CLR dans le 3ème arrondissement de Libreville	2018_10_09
Franck Atabi Bokamba Ndombi, le nouveau député de Mekambo qui sauve la face du PSD	2018_10_09
J'ai perdu l'élection avec un score honorable (Franck Charliy Lemons Mandoukou)	2018_10_09
Législatives et locales 2018 : la transhumance à l'origine de la victoire	2018_10_09

du PDG ?	
Les militants PDG ont voté contre le PDG aux législatives et locales 2018 à Malinga	2018_10_09
6 ballotages et 5 élus aux législatives 2018 dans la province de la Nyanga	2018_10_10
CAPP appelle à la proclamation des vrais résultats des locales 2018 dans le 3ème arrondissement de Libreville	2018_10_10
Le CGE dévoile les résultats de l'Ogooué Ivindo et l'Ogooué Lolo, le PDG rafle la mise	2018_10_10
Législatives 2018 à Moabi : en ballottage, Bruno Ben Moubamba cri à la fraude	2018_10_10
Législatives 2018 à Ndendé : Le grand merci de MANF10	2018_10_10
Faustin Boukoubi revient-il aux affaires ?	2018_10_11
Guy Nzouba Ndama tombe les armes à la main à Koulamoutou	2018_10_11
L'élection ne se joue plus sur des projets, mais désormais sur la capacité financière à acheter les votes et à transporter massivement des électeurs (Jean Valentin Leyama candidat malheureux à la mairie de Moanda)	2018_10_11
L'UA complice du recul de la démocratie au Gabon, selon un collectif des ONG	2018_10_11
La société civile gabonaise qualifie de frauduleuse la victoire du PDG aux législatives et locales 2018	2018_10_11
Ali Bongo et Emmanuel Macron échangent sur la situation politico-économique du Gabon	2018_10_12
Exclusivité : tous les résultats des législatives 2018 dans Gabonactu.com	2018_10_12
Alexandre Barro Chambrier forcé de sortir le chéquier	2018_10_13
Le vote du 1er tour des législatives 2018 a été interrompu dans un siège au nord du Gabon	2018_10_13
Législatives 2018 : Jean Fidèle Otandault doit-il savourer sa victoire ?	2018_10_13
Malgré les manœuvres sordides contre lui, Alain Valery Bourobou est sûr de sa victoire dans le canton Bokoué	2018_10_13
Echec de Guy Nzouba Ndama aux législatives 2018 : une simple comédie politique ?	2018_10_14
Communiqué final du conseil des ministres du 15 octobre 2018	2018_10_16
La CENAP était terrible et nulle, le CGE c'est encore pire (Anges Kevin Nzigou, candidat malheureux aux législatives 2018)	2018_10_16
Renforcement des relations économiques et commerciales entre le Gabon et l'Algérie	2018_10_16
2ème tour des législatives : Patricia Tayé zodi du CLR appelle à voter pour le PDG dans le 4ème arrondissement de Libreville	2018_10_16
Englués dans des dissensions internes chroniques, les héritiers de Pierre Mamboundou n'ont pas fêté le 7ème anniversaire de la mort de leur maître	2018_10_17
Législatives et locales 2018 : Zacharie Myboto et Barro Chambrier dénoncent la fraude massive	2018_10_17
Droit de réponse à Alain Valery Bourobou Boussamba	2018_10_18

9 ans de magistère d'Ali Bongo marqués par des fortunes diverses, selon Guy Christian Mavioga	2018_10_19
Ahmad Allam-Mi rend compte de la situation saotoméenne à son mandataire	2018_10_19
« La victoire du 27 octobre ne fait l'ombre d'aucun doute » Joëlle Hortense Nse Mvie	2018_10_19
Législatives 2018 : Le candidat Severin Pierre Ndong Ekomi un pourfendeur de la liberté de la presse ?	2018_10_21
FID : Eloï Nzondo convoquera un conseil provincial pour penser le bien-être des algovéens	2018_10_21
Second tour des législatives dans la Nyanga : Edgard Anicet Mboumbou Miyakou somme les militants à voter les candidats PDG sous peine des sanctions disciplinaires	2018_10_21
2ème tour des législatives 2018 dans le canton Bokoué : le candidat du PDG adoubé par le CLR, le PGCI et le FPG	2018_10_21
Législatives 2018 : Pierre Daniel Indjendje Ndala reçoit le soutien du CLR	2018_10_22
Flavien Enongoué appelle les Gabonais de France au dialogue et à la concertation permanente	2018_10_22
2e tour des législatives : le PDG obtient le soutien de « JBA-18 » à Owendo	2018_10_24
Législatives 2018 dans le canton Bokoué : une dynamique de victoire pour le candidat du PDG Alain Valéry Bourobou Boussamba	2018_10_25
Echec de Tonangoye aux législatives 2018 à Booué face à Mamiaka : la faute aux réseaux sociaux ?	2018_10_25
Soutien à Barro Chambrier au second tour des législatives 2018 : le rétropédalage de Jean Boniface Assélé	2018_10_25
Législatives 2018 : Diramba adoubé par Mabilia pour terrasser Nzouba à Mouila	2018_10_25
Zacharie Myboto dévoile ses consignes de vote à quelques heures du 2e tour des législatives	2018_10_25
Je ne suis pas électeur de Barro Chambrier (Patricia Tayé zodi)	2018_10_26
Il y a un enfant qu'on appelle RV, on ne connaît pas son père ni sa mère, quand il vient ici dites-lui de continuer sa route (Jean Blaise Ipedissy)	2018_10_26
Le 2e tour des législatives est très important selon le porte parole de la présidence de la République	2018_10_26
Ike Ngouoni Aila Oyouomi a plutôt fait un point de presse à la place d'une conférence de presse	2018_10_26
Ali Bongo Ondimba admis dans un hôpital saoudien	2018_10_26
Ike Ngouoni fait le point de l'actu à quelques heures du 2e tour des législatives	2018_10_26
Législatives 2018 : une fin de campagne en apothéose pour le PDG à Owendo	2018_10_26
Disparition de l'opposant Issani Bouangas à Port-Gentil : les ONG lancent une alerte internationale pour disparition forcée	2018_09_25
Elections 2018 : Héritage & Modernité ouvre officiellement sa	2018_09_25

campagne ce mercredi à Libreville	
Elections du 6 octobre : les partenaires du Gabon réclament des élections pacifiques	2018_09_25
Campagne électorale : Barro Chambrier appelle à sanctionner le régime incompetent d'Ali Bongo	2018_09_26
CAPP ouvre sa campagne de charme dans le 3ème arrondissement de Libreville	2018_09_26
Législatives 2018 : "Guy-Bé" Mapangou ouvre le bal à Fougamou	2018_09_26
Législatives 2018 : Denise Mekam'ne lance sa campagne à Ndjolé	2018_09_26
Elections 2018 : Hermenegile Bussa-Bussambe dans la tanière de Séraphin Moundounga	2018_09_27
Législatives 2018 : Hortense Joëlle Nse Mvie s'engage à être la porte-parole des Owendois au Parlement	2018_09_27
Législatives 2018 à Ndendé : le candidat Yves Fernand Manfoumbi veut militer pour l'épanouissement de la femme	2018_09_27
Législatives et locales 2018 : la majorité et l'opposition adoptent la même stratégie de campagne	2018_09_27
Elections locales 2018 : le Front indépendant du 5e arrondissement veut impliquer les populations dans la gestion des quartiers	2018_09_28
Hervé Patrick Opiangah déroule sa campagne dans son fief	2018_09_28
Elections 2018 : près d'un milliard de franc électoral versé aux partis politiques	2018_09_29
Législatives 2018 : Hortense Nse Mvie et Prisca Ndoungou Moughola au contact des électeurs	2018_09_29
Législatives 2018 : le Pédégiste Joseph Minko Olenga « drague » l'électorat du 2e siège d'Akanda	2018_09_29
Elections législatives et locales : le grand rêve du PGCI pour le 4ème et 5ème arrondissement de Libreville	2018_09_30
Élections locales 2018 : Me Louis Gaston Mayila finalement dans la course	2018_09_30
Élections locales 2018 : La liste de Mayila finalement validée par la Cour constitutionnelle	2018_09_30
Législatives 2018 : Rodrigue Abourou Otogo bataille contre 7 adversaires pour le canton Kye	2018_09_30
Locales 2018 à Owendo : le candidat du FPG en bienfaiteur aux commerçantes	2018_09_30
D'autres syndicats contre la grève peu suivie à la CNSS	2018_10_02
Les agents licenciés de SNBG interpellent l'ancien employeur et l'Etat afin de rendre leur dignité perdue	2018_10_02
Le Centre social d'Akébé complètement rénové par la CNSS	2018_10_03
Journée citoyenne : l'AJEV apporte une cure de jouvence au marché insalubre du quartier Charbonnages	2018_10_04
Dynamique unitaire marchera pour défendre les droits fondamentaux des travailleurs	2018_10_07
Le ministre du Travail appelle Total et l'ONEP à la table des négociations	2018_10_09
La police lance un plan de destruction des repères des bandits à	2018_10_011

Libreville	
Programme Vision pour Tous de GSEZ : plus de 75 000 personnes traitées des maladies des yeux	2018_10_11
Grand banditisme au Gabon : entre récidivisme chronique et l'aveu d'impuissance de l'Etat	2018_10_12
Le personnel de l'ANGTI pourrait « broyer du noir » les jours à venir	2018_10_12
Les Gratis-Grata, une infection cutanée qui serait provoquée par l'eau de la SEEG	2018_10_13
Grève à la CNSS : entre illégalité et incompréhension de la direction générale	2018_09_25
La CNSS suggère une belle carrière pour ses « ménagères »	2018_09_29
Un chèque de 3,500 millions FCFA du Rotary club Libreville Sud pour scolariser les orphelins de la Maison de l'Espérance	2018_09_30

Source 2 : Les publications de *Gaboneco*

Titre de l'article	Date de publication
Elections couplées 2018/6ème arrondissement de libreville : eliane frida midoungani rattrapée par ses précédentes promesses électorales !	2018_10_01
Législatives 2018/haut ogooué : idriss ngari et malika bongo, seuls coureurs sur le boulevard !	2018_10_01
Elections Couplées 2018/ Bitam : Patrick Eyogo Edzang Obiang Dézingue Tony Ondo Mba Du Pdg !	2018_10_02
Elections Couplées 2018/Ndendé : Yves Fernand Manfoumbi, Le « Bâtisseur » ?	2018_10_02
Elections Couplées 2018/ Ndendé : La Mobilisation En Demi-Teinte !	2018_10_03
Élections Couplées 2018/ Port-Gentil : Les Jeunes Vont-Ils Remporter Le 4e Arrondissement ?	2018_10_03
Elections Couplées 2018/Libreville : Le Clr Interpelé Sur Les Problemes D'eau Dans Le 4e Arrondissement	2018_10_03
Elections Couplées 2018/Ndendé : Quand Opposition Et Majorité S'accusent Mutuellement De Sabotage ?	2018_10_03
Elections Couplées 2018/ Akanda : « Le Pdg Est Le Principal Spoliateur Des Terrains D'akanda », D'après Alfred Yeyet	2018_10_04
Elections Couplées 2018/Haut-Ogooué : Cacophonie Au Pdg	2018_10_04
Elections Couplées 2018/Ndendé : La Campagne Bat Son Plein !	2018_10_04
Elections Couplées 2018/Ndendé : Mathieu Mboumba Nziengui Complètement Inexistant !	2018_10_05
Elections Couplées 2018 /Libreville : Les Réformes Municipales Proposées Par Jean Boniface Asselé !	2018_10_06
Journée De Vote À Ndendé : Dans Le Calme	2018_10_07
Elections Couplées 2018/ Ndendé : Aujourd'hui Plus Comme Hier !	2018_10_08
Elections Couplées 2018/Dola : Yves Fernand Manfoumbi « Plébiscité »	2018_10_08
Affaire Bouygues/ Paiement Des Droits Légaux : Les Déflatés Saisissent La Justice Française	2018_10_09

Elections Couplées 2018 : L'opposition Victime De Ses Errements !	2018_10_09
Elections Couplées 2018 : La Satisfaction De La Moeua	2018_10_09
Elections Couplées 2018/Ngounie : Elza-Ritchuelle Boukandou, Une Nouvelle Force Politique ?	2018_10_11
Législatives Dans La Sebe- Brikolo : L'homme Propose, Dieu Décide !	2018_10_11
Xviie Sommet De L'oif : Ali Bongo Ondimba Et Emmanuel Macron Devisent	2018_10_13
Elections Couplées 2018/Leconi : Le 1er Siègre Âprement Disputé	2018_09_25
Elections Couplées 2018 : Les Assurances De La Coalition Rhm-Un !	2018_09_27
Elections Couplées 2018 : Carnet De Voyage	2018_09_29
Elections Couplées 2018 : La Bataille Des Opinions Bat Son Plein Dans L'estuaire	2018_09_29

Source 3 : Les publications de *Gabonews*.

Titre de l'article	Date de publication
Canton Océan/La députée candidate PDG défend son bilan	2018_10_01
LEGISLATIVES 2018/« La libération des prisonniers politiques » au cœur de la campagne de Ntoutoume Ayi	2018_10_01
Canton Océan/La députée candidate PDG défend son bilan	2018_10_01
LEGISLATIVES 2018/« La libération des prisonniers politiques » au cœur de la campagne de Ntoutoume Ayi	2018_10_01
LEGISLATIVES 2018/Franck Nguéma compte créer des richesses et distribuer de l'eau potable à Akanda	2018_10_01
Législatives au Gabon : Des opposants gabonais de France boudent un scrutin sans alternance en vue	2018_10_01
Législatives et locales 2018 : Jean Marie Kassa Mabika candidat à Meba dans le Komo-Mondah	2018_10_01
UPNR : "Il faut qu'on enlève les gosses de la mairie"	2018_10_01
KOULA-MOUTOU : L'Union des candidats du PDG pour les législatives et les locales	2018_10_02
LAMBARENE : La population d'Adouma répond présent à l'invitation de Paul Marie Gondjout	2018_10_02
LEGISLATIVES ET LOCALES 2018 : RHM-UN uni pour le 3ème arrondissement	2018_10_02
"Les législatives avant au lieu des locales se justifient par un engagement, une responsabilité personnelle"	2018_10_02
PRÉSIDENTIELLE 2016/Les soutiens de Jean Ping interpellent encore la communauté internationale	2018_10_03
LEGISLATIVES 2018/ETK mettra ses fonds de souveraineté au service des démunis du Canton Ngounie-centre	2018_10_03
LEGISLATIVES ET LOCALES : Louembé et Tsanga échangent avec leurs électeurs au 1er arrondissement de Koula-Moutou	2018_10_03
Elections/La guerre des affiches	2018_10_04

KOULA-MOUTOU : Arthur Ikabanga à la conquête des électeurs de Mayang	2018_10_04
KOULA-MOUTOU : Arthur Ikabanga en course pour les législatives au premier	2018_10_04
KOULA-MOUTOU : Louémbé et Tsanga rencontrent les jeunes du premier arrondissement	2018_10_04
LEGISLATIVES 2018/Ntoutoume Ayi ou l'ombre de la CNAMGS...	2018_10_04
LEGISLATIVES 2018/Vincent de Paul Gondjout et Fortuné Edou Essone à la rencontre des commerçants	2018_10_04
Canton Océan/La ligne droite pour le PDG	2018_10_05
KOULA-MOUTOU : Les candidats bouclent la campagne dans la grande ferveur	2018_10_05
NTOUTOUME-AYI : « Le Gabon, j'y crois, Akanda, j'y crois ».	2018_10_05
NGOUNIE/GABON : Les Ndendéens sont aux urnes	2018_10_06
GABON/UBA dévoile Magic Banking à Libreville	2018_10_08
LEGISLATIVES ET LOCALES 2018/ Une nouvelle page sombre pour l'opposition	2018_10_08
Ndendé/Le "PDG" en tête des élections	2018_10_08
LEGISLATIVES 2018/Ntoutoume Ayi retire ses affiches pour la propreté d'Akanda	2018_10_09
MOABI/ LÉGISLATIVES 2018 : Une défaite encourageante pour le jeune candidat Camille Ismaël Borobo Manfoumbi	2018_10_10
LEGISLATIVES 2018/ Le peuple souverain, l'espoir de Maurice Bouamba	2018_10_11
LOCALES ET LEGISLATIVES 2018/ Le CGE aurait-il raté sa première sortie ?	2018_10_11
Communiqué - S.E. Ali Bongo Ondimba attendu en Arménie à l'occasion du XVII ^e Sommet de l'Organisation internationale de la francophonie (OIF)	2018_10_12
LEGISLATIVES ET LOCALES 2018/Un taux d'abstention réconfortant pour le "camp Jean Ping"	2018_10_12
Législatives/Gabon : Marc Tchango recule à Port-Gentil	2018_10_13
Législatives/GABON : Marc Tchango "J'ai pris la décision difficile"	2018_10_14
Communiqué final du conseil des ministres du 15 octobre 2018	2018_10_15
LEGISLATIVES 2018 : Maurice Bouamba entretient son électorat à Moanda	2018_10_16
Législatives/Le "PDG" à la conquête du canton Océan	2018_10_17
ELECTIONS 2018/La coalition RHM-UN dénonce de grossières fraudes	2018_10_17
LOMBO-BOUENGUIDI : Guy Nzouba-Ndama ouvre la campagne à Dienga et soutient à Maurice Bouamba	2018_10_17
9 ans de pouvoir d'ABO : « Ali Bongo a besoin d'au moins 3 mandats » dicit Guy Christian Mavioga	2018_10_18
Moabi/Législatives : Camille Ismaël Borobo Manfoumbi se range derrière le candidat du PDG	2018_10_19
Owendo/Gabon : Les cadres du PDG en renfort pour soutenir Hortense Nse-Mvie pour le second tour des Législatives	2018_10_20
OYEM /GABON : Estelle Ondo prend à contre-pied les accusations et	2018_10_20

réhabilite une école primaire	
Législatives/Le "PDG" huile la machine dans le canton Océan	2018_09_21
LEGISLATIVES/GABON : L'appel d'Estelle Ondo aux électeurs d'Oyem	2018_10_22
BDC/GABON : L'exclusion des membres du Komo-Océan	2018_09_22
2e TOUR DES LÉGISLATIVES 2018/La menace de la fraude exposée à Franck Nguéma	2018_10_22
Législatives/Le Secrétaire provincial du "PDG" appelle à la mobilisation	2018_09_22
Législatives 2018/Le 2eme tour promet	2018_09_23
LEGISLATIVES 2018/ Joseph Minko Olenga du PDG, très proche des électeurs...	2018_10_24
OYEM/GABON : L'Union Nationale soutien Estelle Ondo pour le second tour des Législatives	2018_10_24
LEGISLATIVES 2018/Une suppléante du CLR lâche son candidat en pleine course	2018_10_26
LEGISLATIVES 2018/Jeune Afrique désavoue le Premier ministre gabonais	2018_10_26
LEGISLATIVES 2018 : Estelle Ondo rend hommage à Dieu à l'église catholique d'Oyem	2018_09_26
Législatives 2018 : Les diplomates et les organisations internationales appellent à des élections transparentes	2018_09_26
LEGISLATIVES 2018/Franck Nguema milite pour une allocation chômage obligatoire...	2018_09_26
PDG/POG : Ensemble transformons le Gabon	2018_09_26
LAMBARENE : Elie Christian Aghoma Molombo candidat indépendant aux législatives 2018	2018_09_27
Législatives 2018/Berthe Azizet se met en marche	2018_09_27
POG/LEGISLATIVES : Le "PDS" main dans la main	2018_09_27
Port Gentil/Le "PDG" se déploie au 1er arrondissement	2018_09_27
Canton Océan/Le PDG à la conquête d'un second mandat	2018_09_28
LEGISLATIVES 2018/Emmanuel Thierry Koumba et l'US promettent le procès-verbal vidéo	2018_09_28
LEGISLATIVES 2018 : Alexis Boutamba-Mbina à la reconquête d'un siège au Palais Léon-Mba	2018_09_30
PDG/Berthe Azizet plus proche des électeurs	2018_09_30
Port Gentil/PHA en déjeuner de presse	2018_09_30

Source 4 : Les publications de *Gabonmediatime*.

Titre de l'article	Date de publication
Elections 2018: Ndong Meyo opte pour des actes concrets	2018_10_01
Election 2018: Mayila revient dans la course face à Milebou	2018_10_01
Elections 2018: Démonstration de force de Jean-Fidèle Otandault à Port-Gentil	2018_10_01
Elections 2018: Jean Bosco Ndjounga adoubé par les populations de la Bayi-Brikolo	2018_10_01

Elections 2018: Ndong Meyo opte pour des actes concrets	2018_10_01
Election 2018: Mayila revient dans la course face à Milebou	2018_10_01
Election 2018: Wilfried Mbeng ouvre stratégiquement sa campagne à Oyem	2018_10_02
Elections 2018: Arsène Nkoghe prend ses marques dans le 5ème arrondissement	2018_10_02
Elections 2018: Mathias Otounga Ossibadjou soupçonné de fraude	2018_10_02
Elections 2018: Ndong Meyo et le SDG se posent en alternative crédible	2018_10_02
Elections 2018: Nicolas Nguema en course au premier arrondissement de Libreville	2018_10_02
Frédéric Massavala: «Me voici donc, du fond de ma cellule, candidat face à mes bourreaux »	2018_10_02
Jeannine Taty et Chantal Myboto appellent à un vote sanction contre le PDG	2018_10_02
Législatives 2018: Hervé Patrick Opiangah en homme fort à Mounana	2018_10_02
Moukagni Iwangou: «Je suis porteur d'une nouvelle offre politique»	2018_10_02
L'éducation et la lutte contre le chômage au coeur de la politique de Ntoutoume Ayi	2018_10_03
Election 2018: le parti de Jean Ping appelle à sanctionner le PDG	2018_10_03
Elections 2018: Germaine Ngalibali trace son sillon dans le 3ème arrondissement de Libreville	2018_10_03
Elections 2018: Ismael Borobo reçoit le soutien du parti Les Démocrates	2018_10_03
Elections 2018: les ambitions de Paul Georges Okinda pour le 5ème arrondissement	2018_10_03
Elections 2018: Serge Ango Nkoghe obtient le soutien des populations de Ntoun	2018_10_03
Gabon: Louembe, Bilié-By-Nze et Mapangou ont précarisé 50 agents de Kanal7	2018_10_03
Le Gabon importe du Gasoil au Togo pour 7,7 milliards de Fcfa	2018_10_03
Législatives 2018: Arnauld Engandji, entre campagne de proximité et appel à l'unité	2018_10_03
Rentrée scolaire: encore une annonce abracadabrantésque de Francis Nkea	2018_10_03
Sosthène Nguema Nguema tire à boulets rouges sur les partis satellites du PDG à Oyem	2018_10_03
Barro Chambrier: «Nous avons tiré les enseignements des présidentielles de 2016»	2018_10_04
Election 2018: Ali Akbar Onanga Y'Obeghe à l'écoute des populations d'Akieni	2018_10_04
Elections 2018: manipulation du CGE par Les Démocrates à Tchibanga?	2018_10_04
Elections 2018: Ndemezo'o appelle à sanctionner le parti d'Ali Bongo	2018_10_04
Locales 2018: Nina Abouna en marathon dans le 3ème arrondissement de Franceville	2018_10_04
Elections 2018: clôture de campagne en apothéose pour Jean Fidèle Otandault	2018_10_05
Elections 2018: des manoeuvres frauduleuses du PDG déjà pointées du	2018_10_05

doigt	
Elections 2018: des opposants se rallient à la candidature de Jean Fidèle Otandault	2018_10_05
Elections 2018: des propositions de réforme plein la tête pour Ella Mve Michel à Akanda	2018_10_05
Elections 2018: Dr Itou-Y-Maganga en VRP de la Nouvelle Attitude à Ambowé	2018_10_05
Elections 2018: le PDG gagne le pari de la mobilisation La campagne électorale qui s'achève dans quelques heures a été l'occasion	2018_10_05
Elections 2018: Ndong Meyo confiant sur sa victoire	2018_10_05
Elections 2018: Nzengui Madoungou appelle à sanctionner le candidat PDG	2018_10_05
Jean Gaspard Ntoutoume Ayi: «Allez massivement voter Massavala !»	2018_10_05
Législatives 2018: Léon Paul Ngoulakia veut rassembler pour construire Akiéni	2018_10_05
Législatives 2018: RHM en soutien à la candidature de Nicolas Nguema	2018_10_05
Locales 2018: Hermann Kamonomono en chantre de l'unité des fils et filles d'Akiéni	2018_10_05
Locales 2018: La machine à écraser le manioc électoral de Marie thérèse Vane	2018_10_05
Locales 2018: Yolande Nyonda en pole position à Tsamba Magotsi	2018_10_05
Port-Gentil: Houangni Ambouroué reconnaît l'échec de la politique du PDG	2018_10_05
Elections 2018: Des couacs au démarrage !	2018_10_06
Elections 2018: tentatives d'influencer les électeurs à Akanda !	2018_10_06
Ike Ngouoni: «tout le monde était convaincu que le parti présidentiel l'emporterait»	2018_10_07
Législatives 2018: Elza Boukandou et Flavienne Adiahenot reconnaissent leurs défaites	2018_10_07
Législatives 2018: Paul Marie Gondjout reconnaît sa défaite face à Madeleine Berre	2018_10_07
Élections 2018: la belle leçon de citoyenneté de Ntoutoume Ayi et ses colistiers	2018_10_08
Franck Ndjimbi: «L'abstention est le principal vainqueur de ces scrutins»	2018_10_08
Législatives 2018: Nzouba Ndama, Menga M'Essone et Moukagni Iwangou broient du noir !	2018_10_08
Elections 2018: Jean Fidèle Otandault triomphe dans un fief de l'opposition	2018_10_09
Elections 2018: la mairie de Ndjolé incendiée après l'annonce des résultats	2018_10_09
Elections 2018: les observateurs de l'UA n'ont constaté aucune irrégularité	2018_10_09
Elections 2018: manoeuvres frauduleuses dans le 1er arrondissement de Libreville	2018_10_09
Féfé Onanga dénonce la confiscation des libertés publiques par le	2018_10_09

pouvoir en place	
Législatives 2018: Julien Nkoghe Bekale devance ses adversaires au premier siège de Ntoum	2018_10_09
Législatives 2018: Sosthène Nguema Nguema au second tour face à Jean Marie Obame Ondo	2018_10_09
Elections 2018: le PDG et le CLR s'accusent mutuellement de fraude	2018_10_10
Elections 2018: suspicions de fraudes à Mbigou	2018_10_10
Elections 2018: «une victoire de la corruption politique» selon la société civile	2018_10_11
Elections 2018: Double déculottée pour Guy Nzouba Ndama	2018_10_11
Locales 2018: le CAPP appelle à la proclamation des vrais résultats dans le 3ème arrondissement	2018_10_11
Valentin Leyama: «l'élection ne se joue désormais que sur la capacité à acheter les votes»	2018_10_11
Elections 2018: la Ngounié toujours dans l'attente des résultats	2018_10_12
Elections 2018: Stéphane Iloko en pole position pour le 2ème tour dans l'Ogoulou	2018_10_12
Francophonie: Ali Bongo devise avec Emmanuel Macron	2018_10_12
Maganga, Ndemezo'o et Ndaot, trois mousquetaires d'Angondjé en phase terminale	2018_10_12
Gabon: résultats du premier tour des élections législatives	2018_10_13
Assélé dénonce le plan de monarchisation du Gabon par le PDG	2018_10_15
Législatives 2018: Michel Menga paie le prix de la transhumance politique	2018_10_15
Gabon: encore du rififi à Union et solidarité	2018_10_15
Législatives 2018: Jean Fidèle Otandault élu avec plus de 70 % des suffrages	2018_10_15
Communiqué final du Conseil des ministres du 15 octobre 2018	2018_10_15
Législatives 2018: seulement 4 sièges pour la CNR au premier tour	2018_10_16
Victoire sans fraude du PDG: trop beau pour être vrai !	2018_10_16
Législatives 2018: suite au désistement de Marc Tchango, le candidat PDG affrontera Kassa Ibinga	2018_10_17
Législatives 2018: tripatouillage au premier arrondissement de Libreville	2018_10_17
Gabon: Guy Christian Mavioga célèbre les 9 ans de magistère d'Ali Bongo	2018_10_17
«Aide les autres à manger un peu, député c'est quoi?»: les propos-chocs du candidat PDG Stéphane Iloko	2018_10_17
Jean Christophe Owono Nguema: «la présidentielle d'août 2016 est bien terminée»	2018_10_18
Gabon: résultats de l'élection des Conseils municipaux et départementaux	2018_10_18
Législatives 2018 : Daniel Indjendje Ndala entend tirer son épingle du jeu face au PDG au 2ème tour	2018_10_18
Les souverainistes écologistes excluent 5 des leurs pour participation aux législatives	2018_10_18
Gabon: Bilie-By-Nze aurait « promis des surprimes » aux Panthères	2018_10_19

Gabon Émergent en 2025: «Il faut trois mandats à Ali Bongo», selon Guy Christian Mavioga	2018_10_19
Zacharie Myboto: «le boycott et l'abstention ouvrent un boulevard au plan de monarchisation du Gabon»	2018_10_19
Législatives 2018: Patricia Taye soutient le PDG malgré la grogne d'Assélé	2018_10_20
Gabon: «Cassez la caméra, cassez ça !», les propos violents d'un candidat PDG aux Législatives	2018_10_20
La crise post-électorale à Sao Tomé et Príncipe au coeur de la rencontre Ahmad Allam-Mi – Ali Bongo	2018_10_21
Législatives 2018: Les Démocrates s'allient au PDG pour battre le RHM à Mimongo	2018_10_22
Nouveau gouvernement : les perdants aux législatives à la porte ?	2018_10_22
Législatives et locales 2018: Quelle légitimité pour un élu dont l'électorat a été transporté ?	2018_10_22
Législatives 2018: Severin Pierre Ndong Ekomie, entre mea culpa et soutiens de taille	2018_10_22
Législatives 2018: démonstration de force de Pierre Daniel Indjendje Ndala à Owendo	2018_10_22
L'Appel des mille et une pour un vote massif des femmes au second tour des législatives	2018_10_22
Locales 2018: Andrew Gwodog conforte son statut de leader de l'Okano	2018_10_22
Législatives 2018: Arsène Nkoghe en pole position dans le 5ème arrondissement de Libreville	2018_10_22
Soutien du candidat Les Démocrates au PDG à Mimongo: «une arnaque politique», selon Nzouba Ndama	2018_10_22
Législatives 2018: Mayila main dans la main avec le PDG pour battre l'Union nationale	2018_10_23
Législatives 2018: le PDG s'allie à un indépendant pour faire tomber Frida Mindoungani	2018_10_23
Législatives 2018: François Ondo Edou veut bouter le PDG du 2ème arrondissement de Libreville	2018_10_23
Législatives 2018: Indjendje Ndala obtient le soutien du CLR pour terrasser le PDG	2018_10_23
Législatives 2018: Sandrine Itou –Y-Maganga conteste la victoire de Gabriel Malonga Mouelet	2018_10_23
Elections 2018: Guy Maixent Mamiaka tombeur de David Philippe Tonangoye à la Lopé	2018_10_24
Législatives 2018: Otandault appelle à un vote massif en faveur de Ba Oguewa à Omboué	2018_10_24
Législatives 2018: L'Union nationale conteste la victoire du candidat PDG Joseph Marie Boussengue	2018_10_25
Législative 2018: Chambrier, Moubamba et Ondo Edou prêts à en découdre avec le PDG	2018_10_25
Vers un renouveau des relations entre le Gabon et Israël	2018_10_25
Elections 2018: Le PSD échoue à Mouila	2018_10_25

Législatives 2018: bisbilles à Mimongo entre le candidat PDG et son équipe de campagne	2018_10_25
Législatives 2018: Otandault appelle les femmes et les jeunes à voter pour Berth Azizet	2018_10_25
Législatives 2018: l'Union nationale ne soutient que le RHM et les partis de la Coalition au second tour	2018_10_25
Gabon: Black-Out sur l'état de santé d'Ali Bongo	2018_10_26
Guy Nzouba Ndama: «une Assemblée monocolore n'est jamais bien pour la démocratie» Dans une interview	2018_10_26
Législatives 2018: Otandault appelle à élire Marcelin Moussavou	2018_10_26
Gabon: «Ali Bongo victime d'une légère fatigue», selon la présidence de la République	2018_10_26
Législatives 2018: Issoze Ngondet à la rescousse de Pierre Séverin Ndong Ekomie	2018_10_26
Législatives 2018: Mabilia soutient Diramba pour battre Léon Nzouba à Mouila	2018_10_26
Législatives 2018: L'Appel des Mille et Une bat le rappel des troupes pour Hortense Nse-Mvie	2018_10_26
Issoze Ngondet pris en flagrant délit de discussion imaginaire avec Jeune Afrique	2018_10_26
Elections 2018: la campagne est ouverte !	2018_09_25
Elections 2018: Marc Tchango dans la course au 4ème arrondissement de Port-Gentil	2018_09_25
Jean-Bosco Ndjouna: «Je n'ai jamais eu de BEPC»	2018_09_25
Législative 2018: Ali Bongo suppléant d'Ali Akbar Onanga ?	2018_09_25
Législatives 2018: Arnauld Engandji appelle à la prudence et à la démocratie	2018_09_25
Akanda: lancement de la campagne et présentation des candidats PDG	2018_09_26
Elections 2018: Blaise Louembe et Jean Massima appellent au soutien du PDG	2018_09_26
Elections 2018: la coalition RHM/UN à l'assaut de Port-gentil	2018_09_26
Elections 2018: Ndong Meyo et ses colistiers présentés aux populations d'Ozoungue	2018_09_26
Gabon: le PDG veut des élections libres et transparentes	2018_09_26
JG. Ntoutoume Ayi: «Mobilisons-nous pour libérer notre pays de la corruption»	2018_09_26
Législatives 2018 : l'entrée en matière d'Elysée Moukouangui	2018_09_26
Législatives 2018/ Tsamba Magotsi: le duel Massavala-Mapangou aura bien lieu	2018_09_26
Locales 2018 : liste des candidatures validées par la Cour constitutionnelle	2018_09_26
Locales 2018 : Milebou obtient la tête de Mayila à Fougamou	2018_09_26
Aboumi: Ossaloyika Yanga demande le report des élections	2018_09_26
Elections 2018 : la Coalition RHM/UN fait carton plein à Awendjé	2018_09_27
Elections 2018 : le PDG dans l'arène sur l'ensemble du territoire	2018_09_27

Gabon : Justin Ndoundangoye confond la campagne électorale à un show non-stop	2018_09_27
Législatives : Berre et Gondjout vont croiser le fer dans le Moyen-Ogooué	2018_09_27
OIF : le Gabon porte son choix sur la candidature rwandaise	2018_09_27
Elections 2018 à Fougamou : les candidats PDG adoubés par Doupamby Matoka	2018_09_28
Elections 2018 : Ali Akbar Onanga retire l'image d'Ali Bongo sur ses affiches de campagne	2018_09_28
Législatives 2018: Jean Fidèle Otandault en pole position à Port-gentil	2018_09_28
Législatives 2018 : Laetitia Maganga Moussavou apporte la boue aux habitants d'Alibandeng	2018_09_28
Locales 2018 : Renaud Allogho Akoue lance officiellement la campagne PDG dans le Woleu	2018_09_28
Zacharie Myboto: «Mangez, buvez et sanctionnez-les»	2018_09_28
Elections 2018 : le PDG ambitionne d'accélérer la transformation du Gabon	2018_09_29
Elections 2018 : Limbourg appelle les populations à lui renouveler leur confiance	2018_09_29
Franc électoral : les partis politiques éligibles à la caisse	2018_09_29
JG Ntoutoume Ayi: «le PDG nous dit à l'avance qu'il va accélérer le pillage de notre pays»	2018_09_29
Port-Gentil : le coordonnateur provincial du RHM simule son kidnapping	2018_09_29
Elections 2018 : Andrew Gwodog tisse sa toile dans l'Okano	2018_09_30
Elections 2018 : Léon Paul Ngoulakia en enfant prodigue à Akiéni	2018_09_30
Législatives 2018 à Mouila : Moukagni, Diramba, Mabilia et Nzouba à la machette !	2018_09_30
Législatives 2018 : Janvier Nguema Mboumba comme un poisson dans l'eau Le mercredi 26 septembre dernier, le membre du bureau politique du Parti démocratique gabonais	2018_09_30
Législatives 2018 : Janvier Nguema Mboumba comme un poisson dans l'eau	2018_09_30
Élections 2018 : Manfoumbi, Mboumba Nziengui et Boukandou à la conquête de Ndendé	2018_09_30
Gabon: transport de militants par le PDG dans le 3ème arrondissement de Libreville	2018_09_30

Source 5 : Les publications de *Gabonreview*.

Titre de l'article	Date de publication
Législatives 2018 : A Port-Gentil, carton plein pour Otandault au Carrefour-SEEG	2018_10_01
Cogestion à Bitam : DN ne dira pas non	2018_10_01
Législatives 2018 : A Port-Gentil, carton plein pour Otandault au	2018_10_01

Carrefour-SEEG	
Cogestion à Bitam : DN ne dira pas non	2018_10_01
Elections 2018, Komo-Océan : Nkoghé Essingone et Ankombié Rapontchombo, main dans la main	2018_10_01
Le RHM en campagne dans la capitale économique	2018_10_01
UE-ACP : Vers un accord post-Cotonou	2018_10_01
Gabon : L'Église catholique ouvre son jubilé	2018_10_01
Carnaud Atomo Mengue : Au nom de la patrie et de la justice sociale	2018_10_02
Élections 2018 : La majorité à hue et à dia	2018_10_02
Législative 2018 : Franck Nguéma rassure les populations de Ntom-Cité-Parlementaire	2018_10_02
Législatives 2018 : La profession de foi d'Arnauld Engandji	2018_10_02
Massavala Maboumba : « Il vous revient d'arbitrer à travers cette élection ! »	2018_10_02
Législatives 2018 : Paul Georges Okinda pour l'engagement des députés dans une cause	2018_10_03
Législatives 2018 : Le décryptage de Vincent Hugué	2018_10_03
Législatives 2018 – Tsamba Magotsi : Mandza Mondjo de l'UPN, un favori ?	2018_10_03
Législatives 2018 : A quoi joue l'Adere ?	2018_10_03
Locales 2018, Libreville : Le père Laccruche appelle à voter pour le CLR	2018_10_03
Dr Itou : « Vos vies valent mieux que 20 mille francs ! »	2018_10_03
Législatives et Locales 2018 : Frontières et débits de boissons fermés les 5 et 6 octobre	2018_10_04
Elections / Port-Gentil : Flash-back sur les promesses PDG par Nkolo Ogandaga de l'UPNR	2018_10_04
Elections 2018 : La CNR fataliste	2018_10_04
Jean Gaspard Ntoutoume Ayi : « Nous avons besoin d'une majorité pour diriger le pays »	2018_10_04
Port-Gentil : Marc Tchango bien parti dans le 4e arrondissement ?	2018_10_04
Législatives 2018 : Germaine Ngalibali s'engage pour la défense de la femme	2018_10_04

Source 6 : Les publications de *L'Union*.

Titre de l'article	Date de publication
2e siège/indépendant : borobo manfoumbi : pour une nouvelle offre politique	2018_10_01
Campagne : la coalition un-rhm a lancé les hostilités	2018_10_01
Fonds de souveraineté : ETK n'en veut pas !	2018_10_05
Justice : Etienne Ngoubou quitte « Sans famille »	2018_10_05
Lambaréné / Élections 2018 : L'étrange silence de Richard Auguste Onouviet	2018_10_05
Législatives 2018 : « La dette intérieure amplifie le chômage », Franck	2018_10_05

Nguéma	
Port-Gentil : Un candidat de l'UPNR se désiste au profit d'Otandault	2018_10_05
Législatives 2018 : La vision de Madeleine Berre pour Lambaréné	2018_10_05
Elections du 6 octobre : gare à l'abstention à Libreville !	2018_10_06
Elections du 6 octobre : Le PDG a payé les voix, selon Koumba Ayouné	2018_10_06
Elections du 6 octobre : Les candidats ont voté !	2018_10_06
Législatives et Locales : 680 000 électeurs aux urnes	2018_10_06
Législatives et Locales 2018 : La présidence et ses tendances en faveur du PDG et de la Majorité	2018_10_07
Élections couplées du 06 octobre : La rançon de l'abstention	2018_10_08
Législatives 2018 : Ces ministres qui devraient craindre pour leur poste	2018_10_08
«Accélérons la transformation» : le PDG a plagié la BAD !	2018_10_09
Législative et Locales 2018 : Les observateurs de l'UA satisfaits	2018_10_09
Majorité : Le CLR n'en veut plus !	2018_10_09
Ntoum : Nkoghe Bekale invite les vaincus au réalisme	2018_10_09
«Victoire finale» : Jean Ping y croit encore !	2018_10_10
Élections 2018 : Lambert-Noël Matha, ministre de l'Intérieur et... de la neutralité !	2018_10_10
Elections du 6 octobre : 5 souverainistes-écologistes exclus pour avoir été candidats	2018_10_10
Législatives 2018 / Tchibanga : Jean-Pierre Doukaga Kassa en pole position	2018_10_10
Moabi : Ben Moubamba réclame à Ali Bongo sa victoire au 1er tour	2018_10_10
Élections au Gabon / CGE : Une lenteur à couper le souffle...	2018_10_10
Elections du 6 octobre : La société civile accuse les observateurs de l'UA	2018_10_11
Elections locales 2018 : L'appel de la Capp	2018_10_11
Taux d'abstention élevé aux élections : La CNR jubile	2018_10_11
Contentieux électoral : Les magistrats à l'école de la Cour constitutionnelle	2018_10_12
Crise postélectorale : La résistance exhume la résolution du Parlement européen	2018_10_12
Gabon-France : A Erevan, Ali Bongo devise avec Macron	2018_10_12
Législatives 2018 : Le PDG dénonce des «actes de duplicité» en son sein	2018_10_12
Casimir Oye Mba au stade : Trahison ou patriotisme ?	2018_10_13
Législatives 2018 : Enfin les résultats	2018_10_13
Elections d'octobre 2018 : Marc Tchango, un Jeune Premier à la conquête du 4e arrondissement de Port-Gentil	2018_09_25
Contentieux électoral : la Cour constitutionnelle du Gabon à l'épreuve du respect du principe d'égalité des justiciables	2018_09_25
Elections 2018 : Les médias « ouverts » aux candidats	2018_09_25
Elections d'octobre 2018 : Le RHM et l'UN appellent à « donner une correction démocratique au PDG»	2018_09_25
Elections d'octobre 2018 : Mapangou appelle à « faire le choix de la transformation » à Fougamou	2018_09_25
Législatives et Locales 2018 : La campagne est lancée	2018_09_25
Tribune libre : « Le Gabon, j'y crois !»	2018_09_25

Francophonie : Le Gabon choisit la candidature rwandaise	2018_09_26
Législative 2018 : Massavala en campagne depuis sa cellule	2018_09_26
Législatives 2018 : Franck Nguéma et Fabrice Makouadza pour une nouvelle espérance à Akanda	2018_09_26
Élections : Avec 6 milliards pour le PDG, c'est Goliath contre de nombreux David	2018_09_27
Législative 2018 : Franck Nguéma pour une loi sur les logements	2018_09_27
Raphaël Mbadinga : « Le Gabon est devenu une principauté satanique »	2018_09_27
Elections 2018 et entreprises publiques : L'étonnante attraction des cadres pour la politique	2018_09_28
Conseil économique, etc. : Quand les ministres boycottent le président de l'institution...	2018_09_28
Dépénalisation du cannabis : L'idée fumante de Koumba Ayouné	2018_09_28
Elections d'octobre 2018 : Ali Bongo, la béquille électorale d'Onanga Y'Obegue ?	2018_09_28
Le vrai-faux kidnapping du coordonnateur du RHM à Port-Gentil	2018_09_28
Législatives 2018 : Otandault, le pari de la proximité et du changement	2018_09_28
Législature 2018-2023 : RHM-UN pour un gouvernement commun	2018_09_28
Législatives 2018 : L'US et ses procès-verbaux vidéo	2018_09_28
Législatives 2018 : Barro Chambrier au plus près des populations	2018_09_29
Subvention de campagne : L'argent est disponible au Trésor !	2018_09_29
À une semaine des législatives et locales : L'heure du reformatage	2018_09_30
Législatives 2018 : Les idées de Franck Nguéma pour Akanda	2018_09_30
Jean Gaspard Ntoutoume Ayi : « Mon élection ne se fera pas à deux tours »	2018_09_30

Source 7 : Les publications d'*Echosdunord*.

Titre de l'article	Date de publication
Lettre aux candidats de l'opposition aux législatives et aux locales	2018_09_28
BOA a parlé aux « goudronniers »	2018_09_25
BOA combat le nationalisme africain	2018_09_25
Législatives et locales : RH&M en ordre de bataille dans le Septentrion	2018_09_25
Construire la Nation avec qui ?	2018_09_25
La vie politique au Gabon est à renforcer.	2018_09_25
L'heure de sanctionner le pdg a sonné	2018_09_28
Onanga y'obegue face aux independants, le clr et les démocrates	2018_09_28
Leon paul ngoulakia fait un tabac à l'ouverture de la campagne	2018_09_28
Dialogue. Rentes. Élections. Système-bongo. Dialogue et débongoïsation	2018_10_01
Et la campagne a commencé ! Victorine tchico et chantal myboto gondjout : deux candidates géantes	2018_10_01
Elections législatives et locales. Le torchon brule entre l'ajev et le pdg dans le département du woleu	2018_10_28
Qui se cache derrière le rassemblement pour la restauration des valeurs	2018_10_28

?	
Le pdg ouvre sa campagne par des contentieux internes	2018_10_28
Contentieux électoral : la cour constitutionnelle du Gabon à l'épreuve du respect du principe d'égalité des justiciables	2018_10_28

Annexe 5 : Loi n°019/2016 du 09 août 2016 portant Code de la Communication en République Gabonaise.

22 SEPTEMBRE 2016 - N°317 Bis Spécial JOURNAL OFFICIEL DE LA REPUBLIQUE GABONAISE.....1

ACTES DE LA REPUBLIQUE GABONAISE

PARLEMENT

Loi n°019/2016 du 09 août 2016 portant Code de la Communication en République Gabonaise

L'Assemblée Nationale et le Sénat ont délibéré et adopté,

Le Président de la République, Chef de l'Etat ;
Promulgue la loi dont la teneur suit :

Article 1^{er} : La présente loi, prise en application des dispositions de l'article 47 de la Constitution, organise le cadre d'exercice des activités de la communication audiovisuelle, écrite, numérique et de la cinématographie.

Titre I^{er} : Des dispositions générales

Chapitre I^{er} : Des définitions

Article 2 : Au sens de la présente loi, on entend par :

-accréditation : autorisation accordée au professionnel de la communication, soit d'accéder aux manifestations publiques et officielles spécifiques, soit d'exercer leur métier sur le territoire national de manière ponctuelle ou permanente ;
-administration compétente : service de l'Etat investi de missions particulières dans le domaine de la communication ;
-animation de l'image : réalisation des œuvres audiovisuelles par des procédés artistiques et technologiques de traitement des images et du son notamment picturaux, graphique et de création numérique ;
-autorisation de tournage : accord délivré par l'autorité compétente au professionnel de la communication en vue de la réalisation d'œuvres audiovisuelles et de prise, de vue de son ;
-carte de presse : document attestant de l'appartenance de son titulaire à un corps ou à un métier de la communication ;
-carte des métiers du cinéma ou carte MC : carte professionnelle attestant de l'appartenance de son titulaire à une des activités du cinéma et de l'animation de l'image ;
-censure : entrave à la liberté de la communication écrite, audiovisuelle, numérique et cinématographique ;
-cinématographie : ensemble de procédés artistiques, technologiques et de processus économiques mis en œuvre pour la création, la production, la distribution, l'exploitation, la diffusion et la conservation des films et des œuvres audiovisuelles, les projets de photographie, les images de publicité ou photographie d'art ainsi que les dispositifs de création numérique ;

-communication : processus de création, de production, de circulation de l'information, d'expression de la pensée et des opinions effectué directement ou indirectement entre un individu ou un groupe d'individus et le public au moyen de supports écrits, audiovisuels, numériques ou cinématographiques ;
-communication numérique : processus de conception, de production et de circulation de l'information, d'expression de la pensée, d'images, de sons ou de messages de toutes nature qui n'ont pas le caractère d'une correspondance privée et qui sont véhiculés par un média numérique ;
-conservation des œuvres cinématographiques : procédé de collecte, d'inventaire, de sauvegarde et de restauration des œuvres destinées à être présentées selon des conditions particulières à des publics spécifiques, dans le respect du droit afférent aux œuvres ;
-coproduction : productions cinématographiques ou d'images animées qui sont cofinancées ;
-créateur des œuvres de l'esprit : professionnel de la communication qui imagine ou exploite des concepts aboutissant à des œuvres protégées par le droit d'auteur ;
-création des œuvres de l'esprit : activité de conception artistique concourant à la production des œuvres de l'esprit, notamment l'écriture, la représentation graphique, musicale, architecturale, sonore, vestimentaire, scénographique, technologie et réalisation ;
-dépôt légal : obligation faite aux professionnels de la communication de déposer leurs œuvres aux services des archives ;
-distribution : ensemble d'opérations liées à la circulation et à la diffusion, par tous moyens, des œuvres de l'esprit contenant de l'écrit, de l'image et du son ;
-droit d'autrui : droits des citoyens que le professionnel de la communication est tenu de respecter dans l'exercice de son métier, notamment la liberté d'expression, le droit à l'image, le droit à la vie privée, le droit à l'honneur et à la propriété intellectuelle ;
-droit de réponse : droit reconnu à toute personne mise en cause par un organe de presse de répondre à la diffusion d'informations la concernant ;
-édition de presse : production, reproduction et commercialisation de toute œuvre de communication écrite par une personne physique ou morale de droit public ou privé ;
-entreprise privée de communication : média dont une ou plusieurs personnes physiques ou morales détiennent la totalité du capital ;
-exploitation : projection et diffusion de spectacles cinématographiques et d'œuvres de l'esprit contenant de l'image et du son ;
-expression de la démocratie : pluralisme d'opinions, indépendance des médias, libre circulation de l'information, libre accès à l'information, libre accès des citoyens aux médias publics et privés, égal accès des partis politiques et associations aux médias publics et accès équitable des partis politiques et associations aux médias publics et privés ;

- imprimerie de presse : ensemble de techniques et de moyens concourant à la fabrication et à la reproduction des journaux et autres supports de communication écrite ;
- indépendance des médias : absence de toute forme de contrainte dans l'accomplissement de leurs missions ;
- liberté de la presse : exercice par l'écrit, les techniques audiovisuelles, cinématographiques et numériques de la liberté d'expression et d'opinion ;
- média : ensemble de moyens permettant de diffuser l'information, quelles que soient la forme et la finalité de celle-ci ;
- moralité publique : conformité aux règles de conduite et aux valeurs morales au sein d'une société ;
- notoriété ou réputation de tiers : image qu'un tiers se construit sur les plans professionnel, social et familial ;
- pluralisme des médias : existence légale de plusieurs médias aux contenus diversifiés ;
- presse numérique : processus de conception, de création, de production et de circulation de l'information, de l'expression de la pensée et des opinions à travers les canaux de diffusion numérique, notamment l'internet et les technologies mobiles ;
- production cinématographique ou de l'image animée : regroupement des activités de conception de projets, d'études de faisabilité, de montage financier, de recherche de financements et de mobilisation des ressources humaines, artistiques et techniques nécessaires à la réalisation d'œuvre conformes aux standards internationaux ;
- production étrangère : production audiovisuelle ou cinématographique sous le contrôle économique et artistique exclusif ou majoritaire de personnes physiques ou morales étrangères ;
- production professionnelle : production cinématographique ou d'images animées de standard international réalisée par des producteurs et techniciens détenteurs de leur carte professionnelle ;
- professionnel de la communication : personne justifiant d'une qualification ou d'une expérience professionnelle dans les domaines de la communication ;
- publicité : ensemble de procédés et de moyens destinés à la communication institutionnelle ou à la promotion commerciale d'un produit ou d'un service par tout média, tout format ou tout support de communication ;
- service public de la communication : ensemble de structures de communication de l'Etat, chargé de garantir l'accès de tous les citoyens à la communication sur l'ensemble du territoire national ;
- signalétique : dispositif visuel qui informe de l'adaptation à une catégorie de public d'un programme de télévision, d'un spectacle cinématographique ou de toute œuvre de l'esprit ;
- technique : savoirs, actions d'ingénierie, d'exploitation et de mise en œuvre des équipements ainsi que la construction des dispositifs utiles à la fabrication d'une œuvre de l'esprit ;
- technologies de l'information et de la communication : techniques de l'information, de l'audiovisuel, des multimédias, d'internet et des télécommunications qui

permettent aux utilisateurs de communiquer, d'accéder aux sources d'information, de stocker, de traiter, de produire et de transmettre l'information sous toutes les formes : texte, musique, son, image, vidéo et interface graphique interactive ;

-visa d'exploitation commerciale : autorisation administrative nécessaire à l'exploitation commerciale de toute œuvre cinématographique ou audiovisuelle quelle qu'en soit l'origine.

Chapitre II : Des principes et des règles

Article 3 : Les activités de communication audiovisuelle, écrite, numérique et cinématographique sont libres en République Gabonaise, sous réserve du respect de l'ordre public.

Elles contribuent au développement de la personne humaine, au rayonnement de l'image du pays, à la cohésion nationale.

Article 4 : Toutes les entreprises ou tous les groupes d'entreprises de communication audiovisuelle, écrite, numérique et cinématographique, exerçant sur le territoire national doivent être constituées en sociétés de droit gabonais ou groupes d'intérêt gabonais.

Elles doivent publier annuellement leur bilan d'exploitation, conformément à la réglementation en vigueur.

Article 5 : L'autorité de régulation est chargée de faire respecter les dispositions relatives aux modalités de création, d'installation et d'exploitation des entreprises publiques et privées de communication.

Article 6 : Toute cession d'entreprise de communication doit être portée à la connaissance de l'autorité de régulation et du ministère compétent.

Article 7 : Les entreprises de communication étrangères sont libres de diffuser leurs programmes en République Gabonaise, sous réserve du respect des dispositions de la présente loi et des conventions signées avec l'Etat gabonais.

Article 8 : La diffusion des émissions par voie hertzienne, terrestre, satellitaire ou par câble est subordonnée au respect des conditions définies par les cahiers de charges fixés par décret pris en conseil des Ministres sur proposition du ministre de tutelle.

Article 9 : L'auteur de toute œuvre originale de l'esprit, notamment d'une œuvre audiovisuelle, écrite, numérique ou cinématographique jouit sur cette œuvre, du seul fait de sa création, d'un droit de propriété intellectuelle, exclusif et opposable à tous.

Ce droit, en application des dispositions de la loi n°1/87 du 29 juillet 1987 instituant la protection du droit d'auteur et des droits voisins, s'étend aux droits dits voisins des artistes, interprètes, exécutants, des producteurs et des réalisateurs des œuvres de l'esprit.

Article 10 : La radiodiffusion, la télévision, l'édition, l'affichage, la diffusion numérique et la cinématographie ont pour mission d'informer, d'éduquer et de divertir.

Article 11 : Toute censure en matière de communication, en dehors des cas prévus par la loi, constitue une violation des droits de l'Homme.

Toute intervention tendant à restreindre ou à suspendre, directement ou indirectement, la liberté de la presse écrite, de la communication audiovisuelle, numérique et cinématographique constitue une entrave à l'exercice de la communication.

Article 12 : Tout professionnel de la communication est tenu de diffuser gratuitement, dans un délai de 48 heures, un droit de réponse ou de rectification, dans les conditions techniques et d'audiences équivalentes à celles du contenu mis en cause.

Il peut en tout état de cause, présenter des excuses par voie de presse ou par tout autre support de communication à la personne lésée.

L'élément de réponse ou de rectification doit être publié dans le même format que le contenu incriminé, sans commentaire.

Article 13 : L'exercice du droit de réponse ou de rectification se prescrit par trois mois à compter de la date de diffusion du contenu jugé litigieux.

Article 14 : En période électorale, le délai prévu pour la diffusion du droit de réponse ou de rectification est ramené à douze heures après la réception de la demande de droit de réponse ou de rectification.

Chapitre III : Des incompatibilités et des interdictions

Article 15 : Ne peuvent être propriétaires ou dirigeants d'une entreprise privée de communication ou d'une entreprise des métiers de la cinématographie, les personnes ci-après :

- le Président de la République ;
- les membres d'une institution constitutionnelle ;
- les membres du gouvernement ;
- les agents de l'Etat ;
- les agents de collectivités locales ;
- les magistrats ;
- les dirigeants des établissements publics et des autorités administratives indépendantes ;

- les agents des forces de défense et de sécurité ;
- les salariés d'une entreprise publique ou parapublique de communication ;
- les membres du directoire d'un parti politique.

Article 16 : Toute personne jouissant d'une immunité de juridiction ou résidant hors du Gabon ne peut assurer les fonctions de directeur de publication, de producteur, de diffuseur ou d'auteur de manière régulière dans un organe de communication installé au Gabon.

Tout directeur de publication ou tout journaliste en situation d'incompatibilité doit être automatiquement remplacé.

Article 17 : Il est interdit de prêter son nom, de quelque manière que ce soit, à toute personne qui sollicite la délivrance d'un agrément de création et d'exploitation d'une entreprise de communication.

Article 18 : Tout propriétaire ou dirigeant d'entreprise de communication en situation d'incompatibilité doit automatiquement renoncer à ses activités dans l'entreprise par acte dûment notifié et enregistré par l'autorité de régulation.

Article 19 : Les interdictions et les incompatibilités prévues par la présente loi s'appliquent aux propriétaires et exploitants d'entreprises de communication audiovisuelle à caractère non commercial.

Chapitre IV : De l'expression démocratique et de la liberté de la presse

Article 20 : L'expression démocratique s'entend notamment par :

- le pluralisme d'opinions ;
- le pluralisme et l'indépendance des médias ;
- la libre circulation de l'information et le libre accès à l'information ;
- le libre accès des citoyens aux médias publics ou privés ;
- l'accès équitable des partis politiques et associations aux médias publics ou privés.

Article 21 : La liberté de la presse est l'exercice par voie écrite, par les voies techniques audiovisuelles ou numériques de la liberté d'expression et d'opinion telle qu'elle résulte de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme de 1948, consacrée par la Charte Africaine des Droits de l'Homme et des peuples de 1981, par la charte nationale des libertés de 1990 et garantie par la Constitution.

Section 1 : Des débats sur les problèmes de société

Article 22 : Sous le contrôle de l'autorité de régulation, des émissions consacrées aux associations et aux syndicats reconnus sont programmées à la radio et à la

télévision afin de leur permettre de faire connaître leurs objectifs et de rendre compte de leurs activités.

Les syndicats et les associations ou syndicat reconnu dans le cadre de ladite émission lui est réservé en propre et ne peut être cédé à une autre organisation.

Article 23 : Sous le contrôle de l'autorité de régulation, une tribune est réservée aux associations et syndicats reconnus, de manière cyclique, sous forme d'article ou d'entretien dans la presse écrite de l'Etat, pour faire connaître leurs objectifs ainsi que les comptes rendus de leurs activités.

Article 24 : Les services de la radio et de la télévision organisent périodiquement des émissions-débats portant sur des sujets d'actualité et reflétant le pluralisme d'opinions.

Section 2 : Des débats parlementaires

Article 25 : Les chaînes publiques de radio et de télévision nationales retransmettent les débats parlementaires pendant la durée des sessions.

Cette retransmission est assurée par les journalistes désignés par leurs organes de presse et accrédités auprès de chaque chambre du Parlement.

Article 26 : La presse écrite publique fait des comptes rendus des débats visés à l'article 22 ci-dessus.

Article 27 : Les retransmissions et les comptes rendus doivent faire ressortir la substance des arguments échangés au cours des débats, dans le respect des règles d'éthique, de déontologie et de pluralisme d'opinions.

Section 3 : Des campagnes électorales

Article 28 : Le Conseil national de la communication répartit le temps d'antenne de manière égale entre les différents partis politiques ou les candidats selon les modalités qu'il fixe en temps utile, conformément aux dispositions des textes en vigueur.

Article 29 : Il est interdit à tout organe de presse écrite, audiovisuelle ou numérique de publier ou commenter un sondage d'opinions dans les huit jours qui précèdent les opérations électorales ou référendaires.

En cas d'élection à deux tours, il est également interdit à tout organe de presse écrite, audiovisuelle ou numérique de publier ou de commenter un sondage d'opinions entre les deux tours.

Chapitre V : Du statut et de l'indépendance des médias

Article 30 : Les médias ont le statut :

- de service public de communication ;
- d'entreprise publique de communication ;
- d'entreprise privée de communication.

Article 31 : Constitue le délit d'entrave à la liberté de la presse, tout acte tendant à porter atteinte à l'indépendance d'un média public ou privé.

Chapitre VI : Du cadre institutionnel et organisationnel

Article 32 : Le cadre institutionnel et organisationnel de la communication comprend :

- le Ministère en charge de la Communication ;
- les autorités de régulation de la communication
- les entreprises publiques et privées du secteur ;
- la commission nationale de la carte de presse et des métiers du cinéma.

Les attributions, l'organisation et le fonctionnement des organes visés ci-dessus sont déterminés par les textes en vigueur.

Titre II : De la communication audiovisuelle, écrite et numérique

Chapitre I^{er} : Des technologies de l'information et de la communication

Article 33 : L'usage des fréquences pour la diffusion de services de communication audiovisuelle, par voie hertzienne, numérique ou analogique, doit notamment :

- respecter les caractéristiques des signaux émis et des équipements de diffusion utilisés ;
- préciser le lieu d'émission ;
- respecter la limite supérieure de puissance rayonnée ;
- veiller à la protection contre les interférences possibles avec d'autres techniques de télécommunication ;
- respecter la santé des populations environnantes.

Article 34 : La transmission, la diffusion et la réception des signaux audiovisuels numériques ou analogiques, ainsi que des données par satellite et par câble sont libres en République Gabonaise, sous réserve des dispositions des textes en vigueur.

Article 35 : Les bénéficiaires des autorisations d'émettre sont tenus de respecter les fréquences qui leur sont assignées.

Article 36 : Les chaînes publiques et privées de radiodiffusion et de télévision doivent respecter les normes internationales en matière de production et de diffusion établies par l'Union Internationale des Télécommunications, en abrégé UIT.

Article 37 : Les opérateurs sont tenus de garantir aux usagers une bonne qualité des signaux émis.

Article 38 : Il est interdit aux entreprises de communication audiovisuelle, à tout ingénieur, technicien ou tout autre professionnel de la communication d'entreprendre ou de cautionner des installations techniques pouvant provoquer des brouillages destinés à nuire à la bonne réception des signaux émis par d'autres stations.

Article 39 : L'Etat dispose d'un droit de préemption sur l'usage des fréquences.

Chapitre II : De l'éthique et de la déontologie

Section 1 : Du journalisme

Article 40 : Est journaliste, toute personne exerçant régulièrement au sein d'un organe de presse ou à titre indépendant des activités de collecte, de traitement et de diffusion de l'information.

Article 41 : L'obligation de relater ou transmettre les faits dans leur réalité s'impose au journaliste.

Article 42 : Le journaliste ne peut être contraint à accomplir un acte ou exprimer une opinion contraire à sa conviction ou à sa conscience professionnelle.

Il n'est pas tenu de révéler ses sources d'information, en dehors des dérogations prévues par la loi.

Le journaliste démissionnaire pour cause d'observation des dispositions du présent article conserve l'intégralité de ses avantages.

Article 43 : Il est interdit au journaliste, dans l'exercice de ses activités professionnelles :

- d'accepter des faveurs de nature à compromettre son indépendance ;
- de se mettre en situation de conflit d'intérêts.

Article 44 : Tout journaliste est personnellement responsable de ses écrits et des informations qu'il diffuse. Il doit s'assurer que l'information qu'il diffuse est juste et exacte et éviter d'exprimer des commentaires et des conjectures sur des faits non vérifiés.

Il lui est interdit :

- l'insinuation malveillante ;
- la calomnie ;
- l'injure ;
- l'altération de documents ;
- la déformation des faits ;
- la falsification par déformation, sélection ou infidélité ;

-le mensonge.

Article 45 : Tout journaliste peut user, pour signer ses articles, d'un pseudonyme. Dans ce cas, l'organe qui l'emploie est tenu de déposer ce pseudonyme auprès de l'autorité de régulation compétente.

L'obligation de dépôt de pseudonyme visée à l'alinéa ci-dessus s'impose aussi au journaliste indépendant.

L'usage de plus d'un pseudonyme est interdit.

Article 46 : Toute inexactitude ou erreur dans les faits ainsi que toutes autres omissions affectant le produit diffusé doivent être rectifiées dès la prochaine parution ou émission.

Cette obligation incombe au journaliste responsable ou à l'organe de presse concerné.

Section 2 : Du producteur et du technicien

Article 47 : Est producteur en matière de communication audiovisuelle, écrite et numérique, toute personne exerçant régulièrement dans une entreprise de communication ou à titre indépendant les activités de conception, de recherche, de création, d'organisation, de mise en œuvre et d'animation audiovisuelle.

Article 48 : Le producteur audiovisuel est soumis aux mêmes obligations que le journaliste.

Outre ces obligations, le producteur audiovisuel doit notamment :

- respecter le secret professionnel ;
- s'assurer du bon fonctionnement du matériel technique dont il a la responsabilité ;
- garantir la qualité du service à accomplir ;
- veiller au respect de la propriété intellectuelle ;
- rectifier toute erreur contenue dans une œuvre dont il est l'auteur dès la diffusion du programme suivant : en cas d'impossibilité de diffuser dans ce délai la rectification de l'erreur, le producteur audiovisuel ou l'organe concerné est tenu de présenter des excuses par voie de presse sous huitaine.

Article 49 : Est technicien, toute personne exerçant régulièrement au sein d'un organe ou d'une entreprise de communication les activités de conception, d'ingénierie et d'exploitation des équipements techniques.

Article 50 : Il est notamment interdit à tout technicien :

- d'entreprendre, de participer à la mise en place ou de commercialiser des installations techniques pouvant provoquer des brouillages susceptibles de nuire à la bonne réception des signaux émis par d'autres stations ;

d'installer ou d'exploiter des stations de radiodiffusion et de télévision pirates ;
-de travailler dans une station pirate de réception ou d'émission de signaux radioélectriques.

Section 3 : Du professionnel de la communication numérique

Article 51 : Est professionnel de la communication numérique, toute personne exerçant régulièrement au sein d'une entreprise de communication ou à titre indépendant, les activités de conception, de création, de rédaction, d'édition et de diffusion de contenus numériques.

Article 52 : Le professionnel de la communication numérique est libre d'exploiter et de diffuser les données, sous réserve de se conformer aux restrictions édictées par les textes en vigueur, notamment celles prescrites par la loi n°001/2011 du 25 septembre 2011 relative à la protection des données à caractère personnel.

Article 53 : L'hébergement des contenus numériques est libre, sous réserve de l'observation des clauses contractuelles et des textes en vigueur régissant cette matière.

Article 54 : Le professionnel de la communication numérique est soumis aux mêmes obligations que le journaliste.

Outre ces obligations, le professionnel de la communication numérique doit notamment :

-prendre toutes les précautions nécessaires pour préserver la sécurité des données, empêcher qu'elles soient déformées ou que des tiers non autorisés y accèdent ;
-éviter d'utiliser le site, l'adresse électronique ou l'identité d'un tiers sans son consentement écrit.

Article 55 : Les données à caractère personnel ne peuvent faire l'objet d'une opération de traitement de la part d'un sous-traitant que sur accord écrit du responsable du site et de la personne concernée.

Le sous-traitant des contenus numériques a l'obligation de présenter des garanties suffisantes pour assurer la mise en œuvre des mesures de sécurité et de confidentialité des données qu'il utilise.

Le responsable éditorial est tenu de veiller au respect de ces mesures.

Chapitre III : Des droits et obligations

Article 56 : Les professionnels de la communication ont libre accès à la collecte, au traitement et à la diffusion de l'information.

Ils ne peuvent être menacés ou poursuivis pour avoir publié ou diffusé des informations avérées, sous réserve du respect du secret de l'instruction et des informations classifiées.

Article 57 : Les professionnels de la communication ne peuvent faire l'objet de discrimination en raison de leurs sexes, de leurs opinions, croyances, appartenances ethniques, syndicales ou politiques.

Article 58 : Le droit de grève, dans les entreprises publiques et privées de communication, s'exerce conformément aux dispositions des textes en vigueur.

Article 59 : L'autorité de régulation garantit l'exercice de la liberté de la communication et veille à l'expression de la démocratie dans tous les médias.

Article 60 : Les médias publics sont tenus d'assurer :

-en période ordinaire, un accès équitable aux partis ou groupements de partis politiques légalement reconnus ;
-en période électorale, un accès égal à tous les candidats ou listes de candidats participant à l'élection.

Article 61 : Les médias publics sont tenus de réserver un temps d'antenne aux syndicats, associations et organisations non gouvernementales, légalement reconnus, afin de faire connaître leurs activités.

La diffusion des émissions réservées aux partis politiques, associations, syndicats légalement reconnus et la publication des tribunes sont assurées pendant les campagnes électorales dans les entreprises publiques de communication conformément aux textes en vigueur.

Article 62 : Les médias privés sont tenus de respecter le pluralisme d'opinions, la diversité politique et culturelle.

Article 63 : La couverture et la retransmission de tous les événements relatifs à la vie de la nation sont ouvertes à tous les médias.

Article 64 : Les retransmissions et comptes rendus doivent être faits dans le respect des règles d'éthique, de déontologie et de pluralisme d'opinions.

Chapitre IV : Des professionnels et des activités de la communication audiovisuelle, écrite et numérique

Section 1 : Des professionnels

Article 65 : Les professions de la communication audiovisuelle, écrite et numérique se composent notamment des spécialités suivantes :

-le journalisme ;
-le producteur ;
-le technicien.

Sous-section 1 : Du journaliste et du producteur

Article 66 : La spécialité de journaliste est ouverte à toute personne :

-titulaire d'un diplôme délivré par une école supérieure de journalisme ou d'un diplôme équivalent agréé par l'Etat ;
-justifiant d'une pratique continue d'au moins cinq ans dans un quotidien, un média en ligne, un média audiovisuel reconnu par l'Etat et en tirant l'essentiel de ses revenus ;
-titulaire d'un diplôme universitaire, professionnel et justifiant d'une pratique tutorée continue auprès d'un journaliste confirmé appartenant à un média reconnu par l'Etat pendant au moins cinq ans.

L'exercice du métier de journaliste est matérialisé par l'obtention d'une carte de presse.

Article 67 : La spécialité de producteur est ouverte à toute personne :

-titulaire d'un diplôme délivré par une école supérieure, une école professionnelle ou d'un diplôme équivalent par l'Etat ;
-justifiant d'une pratique continue d'au moins cinq ans dans un quotidien, un média en ligne, un média audiovisuel reconnu par l'Etat et en tirant l'essentiel de ses revenus.

Sous-section 2 : Du technicien et du professionnel de la communication numérique

Article 68 : La spécialité de technicien est ouverte à toute personne :

-titulaire d'un diplôme délivré par une école supérieure, une école professionnelle ou d'un diplôme équivalent agréé par l'Etat ;
-justifiant d'une pratique continue de technicien depuis au moins cinq ans et en tirant l'essentiel de ses revenus.

Article 69 : La spécialité de professionnel de la communication numérique est ouverte à toute personne :

-titulaire d'un diplôme délivré par une école supérieure, une école professionnelle ou d'un diplôme équivalent agréé par l'Etat ;
-justifiant d'une pratique continue dans les métiers de la communication numérique depuis au moins cinq ans et en tirant l'essentiel de ses revenus.

Section 2 : Des activités de la communication audiovisuelle, écrite et numérique

Sous-section 1 : De la communication audiovisuelle

Article 70 : La communication audiovisuelle comprend notamment :

-la radiodiffusion ;
-la télévision ;
-la production audiovisuelle ;
-l'édition-vidéo.

Article 71 : La communication audiovisuelle s'exerce à travers les entreprises publiques et privées.

Article 72 : Les entreprises de radiodiffusion et de télévision sont tenues de respecter les plans de fréquences mis en place par l'UIT, adoptés par le Gabon.

Paragraphe 1^{er} : Des entreprises publiques de communication audiovisuelle

Article 73 : Les entreprises publiques assurent une mission de service public.

Elles sont notamment chargées :

-de promouvoir et dynamiser tous les secteurs d'activités de la communication audiovisuelle ;
-de diffuser la culture gabonaise en tenant compte de l'identité multidimensionnelle nationale ;
-d'assurer le pluralisme d'opinions ;
-d'assurer l'égal accès des populations aux œuvres audiovisuelles sur l'ensemble du territoire national ;
-de promouvoir et développer la transmission des connaissances, expériences, pratiques et savoirs entre générations ;
-de garantir la conservation et la pérennisation du patrimoine national par l'archivage des œuvres audiovisuelles ;
-de veiller à l'adaptation aux nouvelles technologies par la formation continue des opérateurs du secteur.

Article 74 : Les entreprises de communication audiovisuelle publiques sont placées sous la tutelle technique du Ministre chargé de la Communication.

Elles concluent avec l'Etat des contrats d'objectifs et de performance.

Paragraphe 2 : Des entreprises privées de communication audiovisuelle

Article 75 : Les entreprises privées de communication audiovisuelle ont le statut d'entreprises commerciales ou non commerciales.

Elles sont placées sous le contrôle du Ministre chargé de la Communication.

Elles concluent avec l'Etat des cahiers de charges fixés par décret pris en Conseil des Ministres sur proposition du ministre de tutelle.

qu'elles soient déformées ou que des tiers non autorisés y accèdent.

Article 114 : L'utilisation de propos haineux, racistes, tribalistes ou d'images portant atteinte à l'intégrité morale, à l'honneur ou à la vie privée d'autrui expose le responsable éditorial aux sanctions prévues par la présente loi.

Article 115 : Toute personne physique ou morale lésée par un contenu numérique peut demander le retrait des informations ou images mises en cause.

Les dispositions du présent article s'appliquent également au blog et à tout autre format numérique.

En cas d'exécution dans un délai de 24 heures, le requérant peut porter l'affaire devant les juridictions compétentes.

Article 116 : Les droits d'auteur et propriété intellectuelle relatifs aux œuvres et aux contenus numériques sont garantis conformément aux dispositions des textes en vigueur.

Article 117 : Sans préjudice des dispositions des textes en vigueur, les entreprises de communication numérique ont l'obligation d'archiver leurs informations multimédia pendant au moins un mois, à compter de la date de leur diffusion.

Paragraphe 3 : De la publicité

Article 118 : La publicité est libre en République Gabonaise, sous réserve du respect des dispositions des textes en vigueur.

Les conditions et modalités de création des entreprises de communication publicitaire sont celles prévues pour la création des entreprises de communication audiovisuelle.

Article 119 : Tout produit publicitaire, quel que soit le support utilisé, doit se conformer aux règles d'éthique et de déontologie, notamment :

- le respect de la propriété intellectuelle ;
- le respect du droit à l'image ;
- le respect de l'environnement ;
- le respect du droit à la vie ;
- le respect des bonnes mœurs ;
- la protection de l'enfant et de l'adolescent ;
- le respect de l'identité multidimensionnelle de la culture nationale.

Article 120 : La publicité doit être conçue de manière à ne pas abuser de la confiance des consommateurs ou à ne pas exploiter leur manque d'expérience ou de connaissance.

Les messages publicitaires diffusés dans l'espace national doivent intégrer les valeurs culturelles gabonaises.

Article 121 : Le message publicitaire ne doit pas contenir des références d'attestation ou autres déclarations émanant d'une personne, d'une firme ou d'une institution déterminée sans l'autorisation des intéressés ou de leurs ayants droit.

Article 122 : L'utilisation des termes techniques, scientifiques et des statistiques dans les messages publicitaires ne doit ni prêter à équivoque, ni induire en erreur.

Article 123 : Les annonceurs et leurs agences doivent apporter, en tant que de besoin, la preuve de toute description, déclaration, illustration ou expérimentation d'un produit mis en cause.

Article 124 : Le contenu des messages publicitaires particuliers, même comparatifs, ne doit comporter aucune allusion diffamatoire ou constituer un fait dommageable.

Article 125 : Les messages publicitaires sur l'alimentation ou sur des produits ayant une incidence sur la santé humaine sont soumis à l'autorisation préalable du Ministère en charge de la Santé.

Article 126 : L'utilisation de la publicité subliminale est interdite.

Article 127 : Aucune entreprise de communication écrite, audiovisuelle ou numérique ne peut avoir ni l'exclusivité, ni le monopole de la publicité sur le territoire national.

Article 128 : Aucun affichage ne peut se faire en dehors des espaces concédés par l'autorité compétente. Les dispositions relatives à l'affichage fixe, mobile ou dynamique sont fixées par voie réglementaire.

Il est interdit de placarder des affiches particulières sur l'emplacement réservé aux affiches administratives.

Article 129 : L'espace ou le temps consacré à la publicité dans les médias publics est fixé par voie réglementaire.

Les messages publicitaires, même dans les médias audiovisuels privés, ne peuvent être diffusés que dans le cadre des écrans publicitaires prévus à cet effet. **Article 130** : Les offres promotionnelles telles que les annonces de réductions de prix, les offres conjointes ou tout autre avantage, doivent être clairement présentées comme telles et les conditions pour en bénéficier doivent être non équivoques et accessibles.

Article 131 : Seules les entreprises légalement constituées peuvent organiser des concours ou jeux promotionnels.

Les conditions de participation à ces concours ou jeux doivent être facilement accessibles et présentées de manière précise.

Article 132 : L'utilisation du courrier électronique, de télécopieurs ou de systèmes automatisés d'appels et de communication sans intervention humaine, à des fins de publicité, est autorisée sous réserve du consentement préalable, libre et expresse du destinataire des messages.

Article 133 : Par dérogation à l'article 132 ci-dessus, tout prestataire est dispensé de solliciter le consentement préalable du destinataire lorsque chacune des conditions suivantes est remplie :

- obtention directe de leurs coordonnées électroniques dans le cadre de la vente d'un bien ou d'un service, dans le respect des exigences légales et réglementaires relatives à la protection de la vie privée ;
- exploitation desdites coordonnées électroniques à des fins de publicité exclusivement pour des biens ou services analogues à ceux que lui-même fournit ;
- possibilité pour les clients, au moment où leurs coordonnées électroniques sont recueillis, de s'opposer, sans frais et de manière simple et facile, à une telle exploitation.

La même dérogation est applicable aux personnes morales si les coordonnées électroniques que le prestataire utilise à cette fin sont impersonnelles.

Article 134 : Toute personne peut notifier directement à un prestataire déterminé, sans frais ni indication de motifs, sa volonté de ne plus recevoir, de sa part, des publicités par courrier électronique.

Dans ce cas, le prestataire est tenu de :

- délivrer, dans un délai de quarante-huit heures, un accusé de réception par courrier électronique confirmant à cette personne l'enregistrement de sa demande ;
- prendre, dans un délai de quarante-huit heures, les mesures nécessaires pour respecter la volonté de cette personne ;
- tenir à jour des listes contenant les noms des personnes ayant notifié leur volonté de ne plus recevoir, de sa part, des publicités par courrier électronique.

Article 135 : Lors de l'envoi de toute publicité par courrier électronique, le prestataire doit :

- fournir une information claire et compréhensible, sur le fond et la forme, concernant le droit de s'opposer, pour l'avenir, à recevoir les publicités ;

- indiquer et mettre à disposition un moyen approprié d'exercer efficacement ce droit par voie électronique.

Article 136 : Pour l'envoi de publicité par courrier électronique, il est interdit :

- d'utiliser l'adresse électronique ou l'identité d'un tiers ;
- de falsifier ou de masquer toute information permettant d'identifier l'origine du message au courrier électronique, son objet ou son chemin de transmission.

Article 137 : Les messages publicitaires portant atteinte au crédit de l'Etat ou à l'unité nationale sont interdites.

Titre III : De la cinématographie et de l'image animée

Chapitre I^{er} : Des entreprises de cinématographie

Article 138 : Les entreprises de cinématographie sont constituées d'entreprises publiques et d'entreprises privées.

Article 139 : Les autorisations administratives nécessaires à l'exercice des métiers du cinéma et de l'image animée sont :

- la carte des métiers du cinéma, en abrégé carte MC ;
- l'autorisation de tournage ;
- le visa d'exploitation commerciale.

Les prérogatives attachées à ces documents ainsi que les modalités de leur délivrance sont déterminées par les textes en vigueur.

Section 1 : Des entreprises publiques

Article 140 : Les entreprises publiques de cinématographie sont chargées notamment :

- de promouvoir et dynamiser tous les secteurs d'activité de l'industrie cinématographique ;
- de participer au rayonnement de la culture gabonaise ;
- de prendre en compte la représentation de l'identité multidimensionnelle nationale ;
- d'assurer le pluralisme d'opinions ;
- d'assurer l'égal accès des populations aux œuvres cinématographiques sur l'ensemble du territoire national ;
- de promouvoir et développer la transmission des connaissances, expériences, pratiques et savoirs entre générations, notamment au moyen du tutorat et l'apprentissage ;
- de garantir la conservation du patrimoine cinématographique national par l'archivage des œuvres et la pérennisation du patrimoine du pays ;
- de favoriser l'adaptation aux nouvelles technologies par la formation continue des opérateurs du secteur.

Les entreprises publiques sont liées à l'Etat par des contrats d'objectifs et de performance.

Section 2 : Des entreprises privées

Article 141 : Les entreprises privées de cinématographie ont un caractère industriel et commercial ou non.

Article 142 : La création de toute entreprise de cinématographie est soumise aux dispositions relatives à la création des entreprises de communication audiovisuelle.

Chapitre II : Des spécialités et de l'accès

Article 143 : La cinématographie est notamment composée des spécialités suivantes :

- la production ;
- la création ;
- la technique ;
- la distribution ;
- l'exploitation ;
- la diffusion ;
- la conservation.

Section 1 : De la production cinématographique

Article 144 : Le tournage de tout film à but commercial de tout format et sur tout support est soumis à l'obtention d'une autorisation délivrée par l'autorité compétente.

Article 145 : Les entreprises de production cinématographiques sont tenues d'observer les règles relatives :

- au respect de la propriété intellectuelle ;
- au respect du droit à l'image ;
- au respect de l'environnement ;
- au respect du droit à la vie ;
- au respect des bonnes mœurs ;
- au respect de l'identité multidimensionnelle de la culture nationale ;
- à la protection de l'enfant et de l'adolescent.

Article 146 : Est producteur d'une œuvre cinématographique, toute personne physique ou morale qui en prend l'initiative et en assume la responsabilité financière, technique et artistique jusqu'à son aboutissement.

L'accès au métier de la production cinématographique est réservé à toute personne :

- titulaire d'un diplôme supérieur délivré par une école du cinéma ou de l'audiovisuel agréée par l'Etat ;
- titulaire d'un diplôme universitaire, professionnel et justifiant d'une pratique tutorée ou continue de producteur de cinéma sur trois court-métrages ou sur un long-métrage de standard professionnel.

Section 2 : De la création cinématographique

Article 147 : La création recouvre toutes les activités de conception artistique qui concourent à la production d'une œuvre cinématographique ou d'images animées, notamment l'écriture, la technologie, la réalisation et la représentation graphique, musicale, architecturale, sonore, vestimentaire, scénographique.

Article 148 : Toute œuvre de création cinématographique déclarée est protégée par le droit d'auteur.

Article 149 : Est créateur, toute personne exerçant régulièrement comme indépendant ou dans une entreprise de production les activités de conception et de réalisation des œuvres.

L'accès aux métiers de la création obéit aux dispositions de l'article 146 ci-dessus.

Section 3 : De la technique

Article 150 : La technique recouvre les expertises, les activités d'ingénierie, d'exploitation et de mise en œuvre des équipements ainsi que la construction des dispositifs utiles à la fabrication d'une œuvre cinématographique.

Article 151 : Est technicien, toute personne exerçant régulièrement comme indépendant ou dans une entreprise cinématographique et d'animation de l'image, les activités de conception, d'ingénierie et d'exploitation des équipements.

L'accès aux métiers de technicien est réservé à toute personne :

- titulaire d'un diplôme délivré par une école supérieure agréée par l'Etat ;
- titulaire d'un diplôme universitaire, professionnel et justifiant d'une pratique tutorée ou continue sur trois court-métrages ou sur un long-métrage de standard professionnel ;
- titulaire d'un diplôme universitaire ou professionnel et/ou justifiant d'une pratique continue depuis au moins deux ans, pour les techniciens d'exploitation.

Section 4 : De la distribution

Article 152 : Est distributeur, toute personne physique ou morale qui met en œuvre les moyens financiers et juridiques pour la commercialisation des œuvres cinématographiques.

L'accès aux métiers de la distribution est ouvert à tout opérateur économique.

Article 153 : Aucune entreprise de distribution, d'œuvre audiovisuelle et cinématographique ne peut prétendre au monopole.

Section 5 : De l'exploitation et de la diffusion

Article 154 : Est exploitant ou diffuseur, toute personne physique ou morale qui met en œuvre les moyens immobiliers, logistiques, technologiques et juridiques nécessaires à la diffusion d'une œuvre cinématographique.

Il s'agit notamment :

- des entreprises d'exploitation des salles de cinéma publiques ou privées ;
- des exploitants des centres culturels ;
- des exploitants des boutiques de vente et de location de vidéo-films ;
- des exploitants des unités mobiles de projection ;
- des distributeurs de contenus numériques en ligne.

Les métiers d'exploitant et de diffuseur sont ouverts à tout opérateur économique.

Article 155 : La diffusion publique de toute œuvre cinématographique et audiovisuelle est subordonnée à l'obtention des visas délivrés par l'autorité compétente.

Article 156 : Tout exploitant ou tout diffuseur doit respecter l'intégrité de l'œuvre qu'il projette, sauf accord express préalable du producteur de ladite œuvre.

Article 157 : Les exploitants des salles de cinéma sont tenus à l'obligation de transparence, notamment par la tenue d'une comptabilité fiable sauvegardant les droits des tiers.

La répartition des recettes issues de l'exploitation des œuvres cinématographiques est fixée par les textes en vigueur et par des conventions signées d'accord parties.

Article 158 : Les exploitants des salles de cinéma sont tenus de programmer, au moins une fois par mois, une œuvre cinématographique professionnelle nationale ou à défaut des œuvres cinématographiques africaines.

Article 159 : Aucune œuvre cinématographique exploitée dans les salles de spectacle ne doit faire l'objet d'une exploitation simultanée sous forme de support destiné à la vente ou à la location pour l'usage privé, quel que soit le format sans l'accord écrit du producteur.

Article 160 : Les quotas de diffusion des œuvres cinématographiques et audiovisuelles sont fixés par voie réglementaire.

L'autorité de régulation compétente veille au respect de l'exécution de ces quotas.

Article 161 : Les salles de cinéma, les chaînes de télévision publiques et privées sont tenues de respecter la signalétique des œuvres qu'elles diffusent.

L'autorité de régulation compétente veille au respect des dispositions du présent article.

Section 6 : De la conservation

Article 162 : L'acquisition des œuvres à conserver se fait par dépôt volontaire, don, achat ou dépôt légal.

Article 163 : Les entreprises de conservation des œuvres cinématographiques et audiovisuelles publiques ou privées doivent veiller au respect du droit de propriété intellectuelle.

Article 164 : Est conservateur, archiviste ou documentaliste, toute personne qui classe les archives de tout format dans le but de les rendre accessibles au public.

L'accès aux métiers de la conservation est réservé à toute personne :

- titulaire d'un diplôme supérieur délivré par une école spécialisée agréée par l'Etat ;
- titulaire d'un diplôme, universitaire ou professionnel et/ou justifiant d'une pratique continue d'au moins trois ans d'assistant-documentaliste ou d'assistant de conservation archiviste au sein d'une structure de conservation.

Titre IV : Du financement de la communication

Article 165 : Le financement des activités de communication et de cinématographie est assuré par l'Etat, les collectivités locales et les promoteurs privés.

Chapitre I^{er} : Du financement par l'Etat et les collectivités locales

Article 166 : L'Etat et les collectivités locales financent les activités de communication par la réalisation d'infrastructures et d'équipements directement ou par des subventions accordées aux entreprises publiques ou privées de communication.

Article 167 : Aux fins d'application des dispositions de la présente loi, il est créé une ligne budgétaire destinée au financement des actions de développement et de promotion des entreprises et industries de la communication et de la cinématographie dénommée « Fonds d'Aide et de Soutien à la Communication », ci-après désigné Fonds.

Les dispositions relatives à la gestion du Fonds sont fixées par voie réglementaire.

Article 168 : Par l'effet des dispositions de la présente loi, il est institué une redevance destinée au financement des services et entreprises publics de communication audiovisuelle et cinématographique dénommée « redevance audiovisuelle et cinématographique ».

La redevance audiovisuelle et cinématographique est due par tout opérateur économique exerçant dans le secteur de la communication et de la cinématographie et par toute personne physique disposant d'un terminal numérique.

Article 169 : L'assiette, le taux et les modalités de recouvrement de la redevance audiovisuelle et cinématographique sont prévus par la loi des finances.

Les autres dispositions relatives à la mise en œuvre de la redevance audiovisuelle et cinématographique sont fixées par voie réglementaire.

Article 170 : Le non-paiement de la redevance audiovisuelle et cinématographique expose son auteur à une augmentation de 10% des sommes dues par mois de retard durant les trois premiers mois.

Au-delà du troisième mois de retard, il est fait application des sanctions fiscales et pénales prévues par les textes en vigueur.

Chapitre II : Du financement par les promoteurs privés

Article 171 : Les promoteurs privés financent les activités de communication par les ressources privées.

Article 172 : L'Etat consent des exonérations et des allègements fiscaux ou douaniers aux promoteurs privés qui réalisent des équipements et des infrastructures de la communication aux normes professionnelles et ouvertes au public.

Article 173 : Les promoteurs privés engagés dans la réalisation des œuvres audiovisuelles et cinématographiques peuvent également bénéficier des exonérations ou dégrèvements fiscaux ou douaniers visés à l'article 172 ci-dessus ainsi que des aides provenant du Fonds.

Article 174 : En cas de coproduction avec une partie étrangère majoritaire, les mesures d'incitation prévues au présent chapitre, ne peuvent être accordées qu'au coproducteur gabonais et ne peuvent être supérieures au montant des dépenses de production effectuées au Gabon.

Article 175 : Les productions étrangères sont exonérées de la taxe sur la valeur ajoutée sur toutes les dépenses de production effectuées au Gabon, à condition que la production au Gabon ait lieu pendant au moins quinze

jours et que le montant des dépenses au Gabon soit d'au moins cent millions de francs CFA.

Pour une nouvelle production au Gabon, le niveau de dépenses ouvrant droit aux exonérations de TVA est de soixante-quinze millions.

Article 176 : Les productions étrangères et les coproductions avec des sociétés étrangères, les traitements du réalisateur, des acteurs, des techniciens et des autres intervenants qui ne séjournent au Gabon que pour les fins de la production et pendant le temps nécessaire à sa réalisation, sont exonérés de l'impôt sur les sociétés et de l'impôt sur le revenu des personnes physiques.

Article 177 : Un crédit d'impôt équivalent à quinze pour cent des dépenses de production effectuées au Gabon, limité à cent millions de francs CFA par production, est accordé aux productions cinématographiques et audiovisuelles.

Lorsque la production est de nature à contribuer de manière significative au développement du secteur de la communication, au développement social, culturel et économique ou au rayonnement du Gabon dans le monde, ce crédit d'impôt est porté à vingt-cinq pour cent des dépenses de production effectuées au Gabon, limité à cinq cent millions de francs CFA par production.

Article 178 : L'obtention du crédit d'impôt visé à l'article 177 ci-dessus, est subordonnée à l'engagement de reverser au Fonds, la moitié de l'aide reçue prélevée sur les bénéfices réalisés par la commercialisation de l'œuvre.

Toute production ou coproduction nationale dont le budget s'élève à un milliard de francs CFA peut bénéficier des mêmes dispositions.

Titre V : Des dispositions répressives

Article 179 : Tout manquement aux dispositions de la présente loi, tout délit et toute contravention aux lois et règlements en vigueur commis par voie de presse expose son auteur, selon le cas, à des sanctions administratives ou pécuniaires.

Article 180 : L'éditeur, l'imprimeur, le producteur, le distributeur, l'hébergeur ou le diffuseur sont solidairement responsables des délits commis en matière de communication.

Section 1 : Des sanctions administratives

Article 181 : Constituent des manquements passibles de sanctions administratives les abus à la liberté d'expression ainsi que tous les manquements aux obligations prescrites par la présente loi.

Article 182 : Les sanctions administratives encourues pour cause de manquements aux dispositions de la présente loi sont prononcées après observations publiques, injonction ou mise en demeure par les autorités de régulation compétentes, de leur propre initiative ou sur saisine de tiers.

Elles transmettent à cet effet des avis consignés dans un procès-verbal à l'entreprise concernée.

Article 183 : Les sanctions administratives comprennent :

- l'insertion, selon le cas, dans les colonnes ou les programmes, d'un communiqué dont elle fixe la période et les conditions de parution et de diffusion ;
- la suspension du programme, de la rubrique ou du média en cause pour une durée maximum de trente jours ;
- le retrait provisoire de l'autorisation d'émettre ou de paraître qui ne peut excéder trois mois ;
- l'interdiction provisoire de l'exercice de l'activité qui ne peut excéder six mois.

En cas de récidive, l'interdiction de parution et/ou de diffusion est portée à une durée maximale de douze mois.

L'interdiction définitive de parution, de diffusion et/ou l'interdiction de création d'un organe de presse écrite, télévisé, radiophonique, numérique peut être prononcée en cas de récidive multiple.

Article 184 : Peut être suspendue, des médias publics pour une durée n'excédant pas trois mois, toute personne physique ou morale qui contrevient, au cours d'une émission ou dans une tribune, aux dispositions de la présente loi.

En cas de récidive, la sanction peut être portée au double.

Article 185 : Tout manquement commis en matière de communication numérique, dûment constaté, expose son auteur à l'une ou l'autre des sanctions suivantes :

- le retrait du contenu mis en cause ;
- la fermeture provisoire du site incriminé pour une durée de deux mois ;
- le retrait définitif de l'autorisation de diffuser.

En cas de diffusion d'éléments d'incitation à la haine ou à la violence, d'appel au meurtre, au racisme, au tribalisme, à la xénophobie, d'atteinte à la vie privée, à l'unité nationale, à la cohésion sociale et à la stabilité des institutions, l'autorité de régulation peut prendre les mesures conservatoires suivantes :

- le retrait provisoire de l'autorisation de diffuser pour une durée maximale de six mois ;
- le retrait définitif en cas de récidive multiple.

Article 186 : Tout contrevenant aux dispositions relatives à la presse écrite s'expose à l'une des sanctions suivantes prononcées par l'autorité de régulation :

- la saisie du produit de presse incriminé ;
- l'interdiction provisoire de paraître de un à trois mois ;
- le retrait de la carte de presse en cas de manquement grave à la déontologie de la profession.

La récidive simple expose l'auteur à une interdiction de paraître de trois à six mois.

La récidive multiple expose l'auteur à une interdiction définitive de paraître.

Article 187 : En cas de publication, diffusion ou reproduction par quelque moyen que ce soit des documents ou informations relevant du secret défense, l'auteur s'expose au retrait de l'autorisation et à la fermeture définitive de l'organe de presse ou du média.

Article 188 : Quiconque fait circuler, distribue ou met en vente au Gabon des produits d'organes de presse étrangers en violation des dispositions de la présente loi s'expose aux sanctions administratives suivantes :

- saisie du produit de l'organe de presse incriminé ;
- interdiction définitive d'exercer en cas de récidive multiple.

Article 189 : Dans l'urgence et notamment en cas de manquement grave, l'autorité de régulation peut, avant toute décision au fond, prendre la mesure conservatoire de retrait provisoire de l'autorisation de publier ou de diffuser pour une durée maximale d'un mois.

Article 190 : Tout contrevenant aux dispositions de la présente loi relatives aux obligations imposées aux éditeurs en matière de dépôt des exemplaires de leurs journaux et d'exécution des droits de réponse et de rectification ainsi que celles relatives à la publicité et à la déontologie s'expose à l'une des sanctions suivantes :

- la saisie du produit de l'organe de presse incriminé ;
- le retrait de la carte de presse pour les éditeurs en ligne ;
- l'interdiction provisoire de paraître de un à trois mois.

En cas de récidive, l'interdiction de paraître est portée de trois à six mois.

Section 2 : Des sanctions pécuniaires

Article 191 : Les sanctions pécuniaires sont prononcées par les juridictions compétentes.

Article 192 : Les infractions commises en matière de création d'entreprise de communication sont punies d'une amende de 500.000 à 5.000.000 de francs CFA.

Article 193 : Quiconque aura prêté son nom ou emprunté le nom d'autrui, en vue de la création, de l'installation ou de l'exploitation d'une entreprise de communication, sera puni d'une amende de 1.000.000 à 8.000.000 de francs CFA.

La personne ayant bénéficié de l'opération de prêt-nom encoure la même peine.

Article 194 : A l'exception de celles liées à la création d'entreprise de communication, toute infraction commise en matière de communication écrite, audiovisuelle, numérique et cinématographique expose son auteur à une amende de 1.000.000 à 10.000.000 de francs CFA.

Article 195 : Toute infraction commise en matière d'édition, d'imprimerie, d'affichage et de distribution de presse, expose son auteur à une amende de 1.000.000 à 10.000.000 de francs CFA.

Article 196 : Quiconque fait circuler, distribue ou met en vente au Gabon des produits d'organes de presse interdits ou les reproduit sous un titre différent sera puni d'une amende de 500.000 à 5.000.000 de francs CFA.

Article 197 : Est passible d'une amende de 500.000 à 5.000.000 de francs CFA, toute personne qui aura enlevé, déchiré, recouvert ou altéré, de manière à les rendre illisibles, les affiches administratives, électorales, apposées sur les emplacements réservés à cet effet.

Article 198 : L'action publique et l'action civile liées à la répression des faits relevant de la présente loi se prescrivent après six mois révolus à compter de la date de commission de ces faits ou du dernier acte de poursuite, s'il en a été fait.

Dans tous les cas, le désistement du plaignant met fin aux poursuites.

Article 199 : Les faits spécifiques constitutifs des infractions visées aux articles 192, 194 et 195 ci-dessus ainsi que les sanctions qui leur sont applicables, sont déterminés par décret pris en Conseil des Ministres sur proposition du Ministre chargé de la Communication, après avis de l'autorité de régulation compétente.

Titre VI : Des dispositions diverses et finales

Article 200 : Les entreprises de communication et de cinématographie en activité disposent d'un délai de trois mois à compter de l'entrée en vigueur de la présente loi pour s'y conformer.

Article 201 : Des textes réglementaires déterminent, en tant que de besoin, les dispositions de toute nature nécessaires à l'application de la présente loi.

Article 202 : La présente loi, qui abroge la loi n°12/2001 du 12 décembre 2001 portant Code de la Communication Audiovisuelle, Cinématographique et Ecrite en République Gabonaise et toutes les autres dispositions antérieures contraires, sera enregistrée, publiée selon la procédure d'urgence et exécutée comme loi de l'Etat.

Fait à Libreville, le 09 août 2016

Par le Président de la République,
Chef de l'Etat

Ali BONGO ONDIMBA

Le Premier Ministre, Chef du Gouvernement
Pr. Daniel ONA ONDO

Le Ministre de la Communication, Porte-parole du Gouvernement
Alain Claude BILIE BY- NZE

Le Deuxième Vice-premier Ministre, Ministre de la Justice, Garde des Sceaux
Séraphin MOUNDOUNGA

Le Ministre du Développement Durable, de l'Economie, de la Promotion des Investissements et de la Prospective
Jean-Eudes Régis IMMOGAULT TATANGANI

PRESIDENCE DE LA REPUBLIQUE

Décret n°0434/PR du 09 août 2016 portant promulgation de la loi n°019/2016 portant Code de la Communication en République Gabonaise

LE PRESIDENT DE LA REPUBLIQUE, CHEF
DE L'ETAT ;

Vu la Constitution, notamment en son article 17, alinéa 1^{er};

D E C R E T E :

Article 1^{er}: Est promulguée la loi n°019/2016 portant Code de la Communication en République Gabonaise.

Article 2 : Le présent décret sera enregistré, publié selon la procédure d'urgence et communiqué partout où besoin sera.

Fait à Libreville, le 09 août 2016 Par le Président de la République,
Chef de l'Etat

Ali BONGO ONDIMBA

Gabon

Code de la communication audiovisuelle, cinématographique et écrite

Loi n°07/2001

Sommaire

Titre 1 - Professionnels de la communication.....	2
Titre 2 - Expression de la démocratie et liberté de la presse.....	6
Titre 3 - Communication audiovisuelle	8
Titre 4 - Communication écrite.....	12
Titre 5 - Cinématographie	17
Titre 6 - Technique.....	20
Titre 7 - Imprimerie	22
Titre 8 - Edition.....	22
Titre 9 - Distribution	23
Titre 10 - Affichage	24
Titre 11 - Publicité	25
Titre 12 - Dispositions diverses et transitoires.....	27

Art.1.- La présente loi, prise en application des dispositions de l'article 47 de la Constitution, a pour objet d'établir le code de la communication en République gabonaise.

Dispositions générales

Art.2.- Au sens de la présente loi, la communication audiovisuelle, cinématographique et écrite est le processus de circulation de l'information et d'expression de la pensée, effectué directement ou indirectement

entre un individu ou groupe d'individus et le public.

Art.3.- La communication audiovisuelle, cinématographique et écrite est libre en République gabonaise, sous réserve du respect de l'ordre public, de la liberté et de la dignité des citoyens.

Art.4.- Les dispositions de la présente loi s'appliquent à tous les modes et formes de communication audiovisuelle, cinématographique et écrite ainsi qu'à tous les médias publics ou privés.

Art.5.- Toutes les entreprises de communication audiovisuelle, cinématographique et écrite exerçant sur le territoire national doivent être des sociétés de droit gabonais.

Art.6.- Le professionnel de la communication doit respecter la dignité humaine, veiller à la préservation de l'équilibre moral et intellectuel, et à l'intégrité physique des citoyens.

Art.7.- L'édition, l'affichage, la radiodiffusion, la télévision et la cinématographie ont pour mission d'informer, d'éduquer et de divertir.

Art.8.- Toute censure de la presse, en dehors des cas prévus par la loi, constitue une violation des droits de l'homme.

Art.9.- Toute intervention tendant à restreindre ou à suspendre, directement ou indirectement, la liberté de la presse, en dehors des cas prévus par la loi, constitue un délit d'entrave à la liberté de la presse.

Art.10.- L'auteur de toute œuvre originale de l'esprit, notamment d'œuvre écrite, audiovisuelle ou cinématographique, jouit sur cette œuvre, du seul fait de sa création, d'un droit de propriété intellectuelle, exclusif et opposable à tous.

Les dispositions de l'alinéa ci-dessus sont également applicables aux droits dits voisins des artistes, interprètes ou exécutants, des producteurs de phonogrammes et des réalisateurs d'émissions de radiodiffusion et de télévision.

Ces droits sont régis par la loi.

Art.11.- Toute entreprise de communication doit publier annuellement son bilan d'exploitation conformément à la réglementation en vigueur.

Titre 1 - Professionnels de la communication

Chapitre 1 - Définitions

Section 1 - Journaliste

Art.12.- On entend par journaliste, toute personne titulaire d'un diplôme de journalisme délivré par une école de formation spécialisée reconnue par l'État et attestant d'une expérience professionnelle d'un an minimum ou tout rédacteur d'articles, commentateur, présentateur de journaux parlé et télévisé tirant l'essentiel de ses ressources depuis deux ans au moins de cette activité.

Section 2 - Professionnels de la production audiovisuelle et cinématographique

Art.13.- On entend par professionnel de la production, toute personne titulaire d'un diplôme de technicien de production délivré par une école de formation aux métiers de la production audiovisuelle ou cinématographique reconnue par l'État et justifiant d'une expérience professionnelle d'au moins un an.

Il en est de même pour toute personne exerçant à plein temps une fonction concourant à la production audiovisuelle et cinématographique depuis trois ans.

Chapitre 2 - Carte professionnelle de presse

Art.14.- Il est institué une carte professionnelle de presse délivrée par le ministre chargé de la communication, sur proposi-

tion de la commission nationale de la carte professionnelle de presse.

La composition et le fonctionnement de la commission nationale de la carte professionnelle de presse sont fixés par la présente loi. La carte professionnelle de presse est délivrée à la demande des professionnels de la communication audiovisuelle, cinématographique et écrite, à l'exception des agents de publicité et de tous ceux qui n'apportent qu'une collaboration occasionnelle. Elle est renouvelable chaque année.

Art.15.- La commission nationale de la carte professionnelle de presse se compose comme suit :

- deux représentants du ministère de la communication,
- trois représentants du Conseil national de la communication,
- deux représentants des organes de communication du secteur public,
- deux représentants des organes de communication du secteur privé,
- six représentants des professionnels de la communication désignés par les organisations professionnelles ou syndicales.

Les fonctions de membre de la commission nationale de la carte professionnelle de presse ne donnent lieu à aucune rétribution.

Toutefois, les dépenses afférentes aux travaux de ladite commission sont à la charge du budget de l'État.

Art.16.- La commission nationale de la carte professionnelle de presse est dirigée par un bureau comprenant quatre membres

- un président,
- un vice-président,
- deux rapporteurs.

Les membres du bureau sont élus par leurs pairs pour une durée d'un an. Le vote a lieu à bulletin secret à la première session ordinaire de l'année.

Art.17.- La commission nationale de la carte professionnelle de presse est convoquée par arrêté du ministre chargé de la communication.

Elle se réunit en session ordinaire deux fois par an. La première session a lieu au mois de février et la seconde au mois de novembre pour une durée maximum de huit jours francs. Toutefois, à la demande du Conseil national de la communication, la commission peut se réunir en session extraordinaire.

Art.18.- La carte professionnelle de presse est délivrée par le ministre chargé de la communication, sur proposition de la commission nationale de la carte de presse, aux professionnels de la communication remplissant les conditions fixées aux articles 12 et 13 de la présente loi.

Le professionnel de la communication qui en fait la demande doit fournir

- un acte de naissance,
- une pièce d'identité,
- un extrait de casier judiciaire datant de moins de trois mois,
- un curriculum vitae,
- les diplômes requis,
- une attestation d'emploi.

Les conclusions de l'enquête diligentée par la commission nationale de la carte professionnelle de presse tiennent lieu, pour le professionnel de la communication indépendant, d'attestation d'emploi.

Le demandeur doit en outre indiquer les publications quotidiennes, périodiques, l'agence de presse ou l'entreprise de com-

munication dans lesquelles il exerce sa profession.

Il doit jouir de ses droits civiques et affirmer sur l'honneur qu'il tire le principal de ses ressources de sa profession.

Art.19.- Les décisions de la commission nationale de la carte professionnelle de presse sont prises à la majorité de ses membres. Elles sont susceptibles de recours dans un délai d'un mois à compter de la date de la notification de la décision.

Les recours sont adressés au Conseil national de la communication qui saisit la commission pour une nouvelle délibération.

La commission ne délibère valablement qu'en présence de la majorité de ses membres.

Art.20.- Il est attribué une carte de stagiaire à tout communicateur qui ne remplit pas les conditions prévues aux articles 12 et 13 de la présente loi.

La carte de stagiaire est délivrée par la commission nationale de la carte professionnelle de presse.

Art.21.- Il est attribué une carte professionnelle de communicateur honoraire à tout communicateur pouvant justifier d'une expérience professionnelle de vingt ans dans une entreprise de communication publique ou privée.

La carte professionnelle de communicateur honoraire est délivrée par la commission nationale de la carte professionnelle de presse.

Art.22.- La commission nationale de la carte professionnelle de presse peut, après audition de l'intéressé, retirer la carte pro-

fessionnelle de presse à tout communicateur, en cas de manquement grave à la déontologie de la profession ou de perte des droits civiques.

Art.23.- Tout litige relatif à l'établissement, à la délivrance, au renouvellement, au retrait ou à l'annulation de la carte professionnelle de presse est porté devant les juridictions compétentes.

Chapitre 3 - Déontologie

Section 1 - Journaliste

Art.24.- Le journaliste doit être libre de toute obligation envers tout intérêt autre que le droit du public à connaître la réalité des faits.

Art.25.- Il est formellement interdit au journaliste dans l'exercice de ses fonctions d'accepter les faveurs. Il doit aussi éviter

- **toute forme de rémunération illicite,**
- **l'exercice d'un emploi secondaire,**
- **les conflits d'intérêts.**

Sa responsabilité vis-à-vis du public reste entière.

Art.26.- L'objectivité doit être la seule règle dans la manière de rendre compte des informations.

Lorsque l'orientation d'un organe de presse privé change et heurte la conscience du journaliste, celui-ci peut rompre le contrat qui le lie à cette entreprise, sans dommage pour ses indemnités.

Art.27.- Le journaliste professionnel n'est pas tenu de révéler ses sources d'information en dehors des cas prévus par la loi.

Art.28.- Tout journaliste est responsable de ses écrits et de ses sources d'information. Il doit s'assurer que l'information qu'il diffuse est juste et exacte et éviter d'exprimer des commentaires et des conjectures sur des faits non vérifiés. Il lui est également interdit

- **l'insinuation malveillante,**
- **la calomnie,**
- **l'injure,**
- **l'altération des documents,**
- **la déformation des faits,**
- **la falsification par déformation, sélection ou infidélité,**
- **le mensonge.**

Art.29.- Toute inexactitude ou erreur sur les faits ainsi que toutes les omissions doivent être rectifiées dès la prochaine parution ou émission. Le journaliste doit s'assurer que les rectifications et les excuses sont suffisamment mises en valeur.

Un droit de réponse doit être accordé aux intéressés. Aucun commentaire ne doit être ajouté au droit de réponse.

Art.30.- Les informations, photographies et illustrations doivent être obtenues uniquement par des moyens honnêtes et légaux.

Art.31.- Le journaliste doit respecter la dignité, l'intimité, les droits et le bien-être des autres citoyens. À ce titre, il est tenu de respecter la vie privée des personnes.

Art.32.- Le journaliste doit veiller en permanence au respect de la propriété intellectuelle et s'abstenir du plagiat. Il doit citer les confrères dont il reproduit le texte ou une illustration.

Toute infraction aux dispositions de l'alinéa ci-dessus est sanctionnée par celles des articles 325 et 326 du code pénal.

Section 2 - Professionnels de la production audiovisuelle et cinématographique

Art.33.- Le professionnel de la production doit être libre de toute obligation envers tout intérêt autre que le droit du public à l'information, à l'éducation et au divertissement.

Art.34.- Le professionnel de la production doit traiter des thèmes qui servent l'intérêt public. Pour cela, il s'engage à analyser de manière objective les différentes facettes de la société.

Art.35.- Le plagiat est interdit au professionnel de la production sous peine des sanctions prévues aux articles 325 et 326 du code pénal.

Le professionnel de la production est tenu de veiller au respect de la propriété intellectuelle. Il doit citer les sources d'informations dont il fait usage.

Art.36.- Le professionnel de la production a le devoir de rectifier toute erreur contenue dans une œuvre dont il est l'auteur. Il doit présenter des excuses publiques à l'endroit des personnes ayant subi un préjudice de ce fait.

Chapitre 4 - Droits et obligations des professionnels de la communication

Art.37.- Les professionnels de la communication bénéficient d'une totale liberté quant à l'accès, la collecte et l'exploitation de l'information.

Ils ont le droit de mener librement des investigations sur tous les faits qui concernent la vie de la nation, sous réserve du

respect du secret d'État et de la vie privée des citoyens.

Art.38.- Les professionnels de la communication ne peuvent être menacés, poursuivis ou sanctionnés pour avoir eu accès, publié ou diffusé des informations avérées, sous réserve du secret d'État et de la vie privée des citoyens.

Art.39.- Les professionnels de la communication doivent refuser toute pression, toute subordination et ne doivent accepter de directives rédactionnelles que de la part des responsables de la rédaction ou de leur centre de production.

Art.40.- Les droits des professionnels de la communication ne sauraient dépendre de leurs opinions, croyances ou appartenances syndicales ou politiques. Le recrutement, la nomination, l'avancement et la mutation s'effectuent sans autres conditions que les capacités professionnelles requises et le respect du service public ouvert à tous.

Art.41.- En cas de grève dans une entreprise publique ou privée de communication, la continuité du service est assurée telle que prévue par les textes en vigueur.

Le préavis motivé de grève doit parvenir au président ou au directeur général de l'organisme employeur dans un délai de huit jours avant le déclenchement de la grève. Il doit fixer le lieu, la date et l'heure du début ainsi que la durée limitée ou non de la grève envisagée.

Un nouveau préavis ne peut être déposé par la même organisation syndicale qu'à l'issue du délai de préavis initial et éventuellement de la grève qui a suivi ce délai.

Un service minimum doit être garanti et assuré par les agents du secteur public, conformément aux textes en vigueur.

Durant la période de grève, l'employeur et les grévistes doivent se conformer en matière de rémunération à la législation en vigueur.

Titre 2 - Expression de la démocratie et liberté de la presse

Chapitre 1 - Expression de la démocratie

Art.42.- Au sens de la présente loi, on entend par expression de la démocratie

- le pluralisme d'opinion,
- le pluralisme et l'indépendance des médias,
- la libre circulation de l'information et le libre accès à l'information,
- le libre accès des citoyens aux médias publics ou privés,
- l'accès équitable des partis politiques et associations aux médias publics ou privés.

Art.43.- La liberté de la presse est l'exercice par l'écrit ou par les techniques audiovisuelles de la liberté d'expression et d'opinion qui résulte de la déclaration universelle des droits de l'homme de 1948, consacrée par la charte africaine des droits de l'homme et des peuples de 1981, par la charte nationale des libertés de 1990, et garantie par la Constitution.

Section 1 - Débats sur les problèmes de société

Art.44.- Sous le contrôle du Conseil national de la communication, des émissions consacrées aux associations et aux syndicats reconnus sont programmées à la radio et à la télévision afin de leur permettre de

faire connaître leurs objectifs et de rendre compte de leurs activités.

Les syndicats et les associations arrêtent librement le contenu de leurs interventions et en sont entièrement responsables.

Le temps d'antenne dévolu à chaque association ou syndicat reconnu dans le cadre de ladite émission lui est réservé en propre et ne peut être cédé à une autre organisation.

Art.45.- Sous le contrôle du Conseil national de la communication, une tribune est réservée aux associations et aux syndicats reconnus, de manière cyclique, sous forme d'article ou d'entretien dans la presse écrite de l'État, pour faire connaître leurs objectifs ainsi que les comptes rendus de leurs activités.

Art.46.- Le service public de la radio et de la télévision organise périodiquement des émissions débats portant sur des sujets d'actualité et reflétant le pluralisme d'opinions.

Art.47.- Doit être suspendu d'antenne et de presse écrite de l'État, tout parti politique qui contrevient, au cours d'une émission ou dans une tribune, aux dispositions des articles 15, et 94 de la Constitution.

En cas de récidive, la sanction est aggravée.

Section 2 - Débats parlementaires

Art.48.- Les chaînes publiques de radio et de télévision nationales retransmettent les débats parlementaires pendant la durée des sessions.

Cette retransmission est assurée par les journalistes désignés par leurs organes de

presse et accrédités auprès de chaque chambre du Parlement.

Art.49.- La presse écrite fait des comptes rendus des débats visés à l'article 48 ci-dessus.

Art.50.- Les retransmissions et les comptes rendus doivent faire ressortir la substance des arguments échangés au cours des débats, dans le respect des règles déontologiques.

Section 3 - Campagnes électorales

Art.51.- La diffusion des émissions réservées aux partis, associations, syndicats reconnus et la publication des tribunes sont suspendues pendant les campagnes électorales.

Art.52.- Conformément aux dispositions de l'article 34 de la loi organique n°14/91 du 24 mars 1992, le Conseil national de la communication répartit le temps d'antenne de manière égale entre les différents partis politiques ou les candidats selon les modalités qu'il fixe en temps utile.

Art.53.- Il est interdit à tout organe de presse écrite ou audiovisuelle de publier ou de commenter un sondage d'opinion dans les huit jours qui précèdent les opérations électorales ou référendaires.

En cas d'élection à deux tours, il est également interdit à tout organe de presse écrite ou audiovisuelle de publier ou de commenter un sondage d'opinions entre les deux tours.

Chapitre 2 - Pluralisme et indépendance des médias

Section 1 - Pluralisme des médias

Art.54.- Au sens de la présente loi, un média est un ensemble d'équipements techniques permettant de diffuser l'information, quelles que soient la forme et la finalité de celle-ci.

Art.55.- On entend par pluralisme des médias, l'existence légale de plusieurs médias audiovisuels et écrits dans les secteurs public et privé.

Art.56.- Les médias ont le statut

- de service public de communication,
- d'entreprise publique de communication,
- d'entreprise privée de communication.

Art.57.- On entend par service public de communication tout média dont le financement et le fonctionnement sont totalement assurés par l'État.

On entend par entreprise publique de communication tout média dont le financement et le fonctionnement sont totalement ou partiellement assurés par l'État et qui assure une mission de service public de communication.

On entend par entreprise privée de communication tout média dont une ou plusieurs personnes morales ou physiques détiennent la totalité du capital.

Section 2 - Indépendance des médias

Art.58.- Au sens de la présente loi, on entend par indépendance des médias, l'absence de toutes formes de pression dans l'accomplissement de leurs missions.

L'indépendance des médias est garantie par la Constitution.

Art.59.- Constitue le délit d'entrave à la liberté de la presse, au sens de l'article 9 du présent code, tout acte tendant à porter atteinte à l'indépendance d'un média public ou privé.

Titre 3 - Communication audiovisuelle

Chapitre 1 - Secteur public de la communication audiovisuelle

Art.60.- Les services et entreprises publics de communication assurent une mission de service public. À cet effet, ils sont chargés de répondre aux besoins et aux aspirations de la population, en ce qui concerne la communication, l'information, l'éducation, la culture et le divertissement. Ils assurent également un traitement équitable à tous les partis et associations reconnus et participent au rayonnement de la culture gabonaise.

Art.61.- Les services et entreprises publics de communication sont chargés de la conception, de la programmation et de la diffusion d'émissions de radiodiffusion ou de télévision, de la production audiovisuelle et cinématographique.

Leur organisation et leur fonctionnement sont régis par des textes particuliers.

Art.62.- Les services et entreprises publics de communication sont placés sous la tutelle du ministère chargé de la communication.

Art.63.- Les services et entreprises publics de communication sont soumis au contrôle économique et financier de l'État conformément aux lois et règlements en vigueur.

Art.64.- Les services et entreprises publics de communication sont placés sous l'autorité des présidents et/ou directeurs généraux, nommés par décret du président de la République pris en conseil des ministres.

Art.65.- Les statuts des entreprises publiques de communication sont définis par décret, après avis du Conseil national de la communication.

Art.66.- Un cahier des charges fixé par décret pris en conseil des ministres, sur proposition du ministre chargé de la communication après avis du Conseil national de la communication, précise les obligations des entreprises publiques de communication.

Chapitre 2 - Secteur privé de la communication audiovisuelle

Section 1 - Modalités de création et d'installation d'une entreprise privée de communication audiovisuelle

Art.67.- La création d'une entreprise de communication audiovisuelle de droit gabonais est assujettie à la procédure suivante

- **obtention d'une autorisation technique auprès du ministère chargé de la communication, après avis du Conseil national de la communication ;**
- **obtention d'un agrément de commerce auprès du ministère chargé du commerce ;**
- **immatriculation au registre du commerce ;**
- **obtention d'une autorisation d'usage de bandes de fréquence et des fréquences accordées par le ministre chargé de la communication ;**

- **attribution d'une fréquence par le ministre chargé des télécommunications ;**
- **paiement d'une redevance annuelle d'usage de fréquence au trésor public ;**
- **obtention d'une autorisation d'émettre délivrée par le Conseil national de la communication.**

Art.68.- Il ne peut être attribué plus d'un agrément à une personne physique ou morale en vue de la création et de l'exploitation d'une entreprise privée de communication audiovisuelle.

Art.69.- Ne peuvent être propriétaires ou exploitants de sociétés de communication audiovisuelle, les personnes exerçant les fonctions ci-après

- **président de la République,**
- **membre des corps constitués,**
- **membre du gouvernement,**
- **fonctionnaire,**
- **magistrat,**
- **agent des forces de défense et de sécurité.**

Art.70.- Il est interdit de prêter son nom, de quelque manière que ce soit, à toute personne qui sollicite la délivrance d'un agrément de création et d'exploitation d'une entreprise de communication audiovisuelle.

Les propriétaires et exploitants de sociétés de communication audiovisuelle et cinématographique nommés ou élus aux fonctions énumérées à l'article ci-dessus sont tenus, dans le mois de leur prise de service, de renoncer à leurs activités dans ces sociétés, un acte notarié faisant foi.

Art.71.- La diffusion des émissions par voie hertzienne, terrestre, par satellite ou par câble est subordonnée au respect des conditions techniques définies par des ca-

hiers des charges élaborés par le ministère chargé de la communication.

Art.72.- L'autorisation d'émettre accordée aux entreprises privées de radiodiffusion et de télévision est subordonnée au contrôle du cahier des charges par le Conseil national de la communication.

Art.73.- Les entreprises de communication audiovisuelle qui assurent la retransmission intégrale et simultanée des programmes de radio ou de télévision étrangers sur le territoire national doivent obtenir l'autorisation du ministre chargé de la communication.

Art.74.- Les entreprises de distribution des programmes de radio ou de télévision par câbles ou par micro-ondes sont assujetties aux dispositions de l'article 73 ci-dessus.

Art.75.- Les entreprises de radiodiffusion et de télévision sont tenues de respecter les plans de fréquences mis en place par l'Union internationale des télécommunications (UIT), adoptés par le Gabon.

Section 2 - Conditions d'exploitation

Art.76.- Les obligations des entreprises privées en matière de programmation font l'objet d'une convention passée avec l'État, représenté par le ministère chargé de la communication.

Les clauses applicables à cette convention sont fixées par voie réglementaire.

Art.77.- Le Conseil national de la communication est chargé de faire respecter par les entreprises privées de communication audiovisuelle des quotas de production des œuvres audiovisuelles et cinématographiques.

Art.78.- Les clauses minimales des conventions d'émettre constituent la charte juridique des exploitants privés des entreprises de communication audiovisuelle. Elles définissent de façon précise les conditions dans lesquelles les exploitants doivent exercer leur mission et respecter les obligations, tant à l'égard de l'État qu'à l'égard des usagers, ainsi que les conditions de leur autonomie.

Les clauses minimales font l'objet d'un décret.

Art.79.- Les émissions diffusées par les chaînes de radiodiffusion et de télévision doivent être conformes aux exigences ci-dessous

- **répondre aux besoins de la population en matière d'éducation, d'information et de divertissement ;**
- **éviter de porter atteinte à la sécurité, à l'ordre public et à l'unité nationale ;**
- **promouvoir l'identité culturelle nationale ;**
- **ne comporter aucun élément de nature à heurter gravement les convictions religieuses et philosophiques des auditeurs et des téléspectateurs ;**
- **éviter la manipulation des consciences sous toutes ses formes ;**
- **éviter d'exploiter l'inexpérience ou la crédulité des enfants et des adolescents ;**
- **se garder de susciter, favoriser ou pratiquer la discrimination ethnique, raciale, religieuse ou sexiste ;**
- **respecter la dignité et la liberté de la personne humaine ;**
- **se garder de la diffamation et du mensonge.**

Art.80.- Les entreprises publiques ou privées de communication audiovisuelle sont tenues de diffuser gratuitement, dans leur prochain programme d'information et dans la prochaine émission de même nature que

celles qui les ont provoquées, toutes rectifications qui leur sont adressées par toute personne physique ou morale.

Art.81.- Le responsable de tout service ou de toute entreprise publique ou privée de communication audiovisuelle est tenu de diffuser gratuitement, quarante-huit heures après sa réception, tout droit de réponse d'une personne, mise en cause par son service ou entreprise.

Le droit de réponse doit être diffusé dans les conditions techniques et d'audience équivalentes à celles de l'émission qui l'a provoqué.

La durée de la réponse est limitée à celle de l'émission qui l'a provoquée.

Les dispositions ci-dessus s'appliquent aux répliques lorsque la réponse s'est accompagnée de nouveaux commentaires.

Art.82.- En période électorale, le délai prévu pour la diffusion du droit de réponse est ramené à douze heures après sa réception.

Chapitre 3 - Sanctions relatives au secteur de la communication audiovisuelle

Section 1 Des sanctions administratives

Art.83.- Le Conseil national de la communication est chargé de faire respecter les dispositions relatives aux modalités de création, d'installation et d'exploitation de toute entreprise de communication audiovisuelle.

En cas d'infraction, le Conseil national de la communication peut, soit de sa propre initiative, soit à la requête du président de la République, à celle du gouvernement ou

de toute personne physique ou morale intéressée, adresser des observations publiques et faire appliquer les sanctions appropriées à l'encontre de l'auteur de l'infraction.

Il transmet à cet effet des avis consignés dans un procès-verbal à l'entreprise concernée et, en cas de besoin, lui adresse une mise en demeure.

Après la mise en demeure, et sans préjudice des peines de droit commun prévues en la matière, le Conseil national de la communication propose les sanctions suivantes

- **l'insertion dans les programmes d'un communiqué dont il fixe les heures et les conditions de diffusion ;**
- **la suspension d'une partie du programme pour une durée maximum de trente jours ;**
- **le retrait provisoire de l'autorisation d'émettre qui ne peut excéder trois mois ;**
- **le retrait définitif de l'autorisation d'émettre.**

Art.84.- La décision du ministre chargé de la communication est exécutoire quarante-huit heures après sa notification à l'intéressé.

En cas de non-exécution de la décision, le ministre chargé de la communication requiert la force publique.

Art.85.- Sera punie d'une amende de 500.000 à 5.000.000 FCFA, l'entreprise qui aura diffusé une œuvre comportant des scènes dénudées, une œuvre de type érotique, une œuvre de type pornographique sans mention protectrice de l'enfance et de l'adolescence.

Art.86.- Sera punie d'une amende de 500.000 à 5.000.000 FCFA, l'entreprise de communication audiovisuelle qui aura diffusé une œuvre comportant des scènes ma-

nifestement violentes, sans mention protectrice de l'enfance et de l'adolescence.

Art.87.- Les amendes prévues aux articles ci-dessus sont versées au trésor public.

Section 2 - Sanctions judiciaires

Art.88.- Tout acte ou tentative visant à déposséder les propriétaires légitimes d'une entreprise de communication ou à limiter leur liberté d'expression, à acheter leur concours ou leur silence, constitue un délit d'entrave à la liberté d'entreprise et de la presse.

Art.89.- Sera puni d'une amende de 500.000 à 5.000.000 FCFA, tout propriétaire ou exploitant d'une entreprise de communication audiovisuelle qui aura modifié de manière substantielle des équipements en sortant des normes et spécifications telles que prévues par les cahiers des charges et les clauses minimales des conventions d'émettre.

Art.90.- Sera puni d'une amende de 500.000 à 5.000.000 FCFA, le dirigeant d'une entreprise de communication qui a émis ou fait émettre en violation des dispositions de l'article 67 ci-dessus.

En cas de récidive ou dans le cas où l'émission a causé un brouillage préjudiciable à un service existant, le dirigeant de l'entreprise incriminée est puni d'une amende de 1.000.000 à 10.000.000 FCFA.

Art.91.- Quiconque aura prêté son nom ou emprunté le nom d'autrui, en vue de la création, de l'installation ou de l'exploitation d'une entreprise de communication audiovisuelle, sera puni d'un emprisonnement de deux à six mois et d'une amende de 500.000 à 5.000.000 FCFA.

Les mêmes peines sont applicables à toute personne ou gérant d'une société bénéficiaire de l'opération de prête-nom.

Art.92.- La création et la gestion d'une chaîne de télévision à péage est libre, sous réserve du respect des prescriptions légales contenues dans le présent code.

Art.93.- Le dirigeant d'une société privée de radiodiffusion ou de télévision diffusant par voie hertzienne, qui aura perçu des taxes auprès des auditeurs et des téléspectateurs, sera puni d'un emprisonnement de six mois à un an et d'une amende de 500.000 à 5.000.000 FCFA.

Titre 4 - Communication écrite

Art.94.- Au sens de la présente loi, la communication écrite comprend notamment les journaux, les magazines, les périodiques, les cahiers ou lettres d'information paraissant à intervalles réguliers, excepté les revues scientifiques, artistiques ou professionnelles.

Chapitre 1 - Modalités de création des organes de presse

Art.95.- La création ou la gestion d'un organe de presse est libre sous réserve du respect des lois et règlements en vigueur.

Art.96.- La création d'un organe de presse est assujettie à la procédure suivante

- obtention d'un récépissé de déclaration de constitution auprès du ministère chargé de la communication ;
- obtention d'un récépissé de déclaration de parution auprès du procureur de la République dont copie est déposée au Conseil national de la communication.

La déclaration de constitution contient obligatoirement

- **l'identification complète du ou des propriétaires et du directeur de publication ;**
- **le titre de l'organe de presse et son mode de parution ;**
- **la référence de l'imprimerie où l'organe de presse doit être édité ou celle des moyens de reproduction.**

Toute modification de l'une de ces informations est déclarée dans les cinq jours qui suivent au Conseil national de la communication.

Art.97.- Avant sa publication, tout organe de presse doit faire paraître dans un journal d'annonces légales les informations suivantes

- **les noms et prénoms du propriétaire ou du principal copropriétaire si l'entreprise éditrice n'est pas dotée de la personnalité morale ;**
- **la dénomination, la raison sociale, le siège social, le statut et le nom du représentant légal si l'entreprise éditrice est une personne morale ;**
- **le nom du directeur de publication et celui du responsable de la rédaction.**

Ces informations doivent figurer dans chaque numéro de l'organe de presse.

Art.98.- Lorsque l'organe de presse appartient à une entreprise, à une société ou à une association, le directeur de publication est obligatoirement le président du conseil d'administration, l'un des gérants ou le président de l'association, suivant le cas. Si la majorité du capital appartient à une même personne, celle-ci sera obligatoirement le directeur de publication.

Art.99.- Lorsque le directeur de publication jouit d'une immunité, il doit être dési-

gné un codirecteur de publication choisi parmi les personnes ne bénéficiant pas d'immunité.

Le codirecteur de publication doit être nommé dans un délai d'un mois pour compter de la date à partir de laquelle le directeur de publication bénéficie de l'immunité.

Toutes les obligations imposées au directeur de publication sont applicables au codirecteur.

Art.100.- Le directeur de publication doit être majeur et jouir de ses droits civiques.

Art.101.- Les incompatibilités et interdictions visées aux articles 69 et 70 du présent code sont applicables à la presse écrite.

Chapitre 2 - Modalités de fonctionnement des organes de presse

Art.102.- Les statuts des entreprises publiques de communication écrite sont définis par la loi.

Art.103.- Les entreprises publiques de communication écrite sont astreintes à un cahier des charges fixé par décret pris en conseil des ministres, sur proposition du ministre chargé de la communication, après avis du Conseil national de la communication.

Art.104.- Chaque organe de presse est astreint au dépôt légal.

À ce titre, le directeur de publication est tenu de déposer auprès des services des archives nationales du lieu du siège du journal, du ministère chargé de la communication et du Conseil national de la com-

munication, deux exemplaires dûment signés de chaque édition, après parution.

L'imprimeur et l'éditeur de tout écrit destiné à la consommation sont également tenus de déposer, chacun, deux exemplaires dûment signés auprès des services chargés des archives nationales du lieu du siège de l'imprimerie, du ministère chargé de la communication et du Conseil national de la communication, après parution.

Art.105.- Chaque organe de presse doit déposer au Conseil national de la communication la liste complète de ses agents et collaborateurs extérieurs.

Chaque organe de presse doit en outre indiquer, dans chacune de ses éditions, les noms et prénoms du directeur de la publication, du responsable de la rédaction, le dépôt légal, le numéro de la publication et les chiffres du tirage.

Chapitre 3 - Droit de réponse et rectifications

Art.106.- Le directeur de publication est tenu d'insérer gratuitement en tête du prochain numéro du journal ou périodique ou, s'il s'agit d'une publication quotidienne, au plus tard dans les trois jours de leur réception, toutes les rectifications qui lui sont adressées par un dépositaire de l'autorité publique au sujet des actes de sa fonction qu'il juge inexactement rapportés par ladite publication.

Toutefois, ces rectifications ne peuvent dépasser le double de l'article auquel elles se rapportent.

Art.107.- Le directeur de publication est également tenu d'insérer gratuitement, et dans les mêmes conditions que celles indi-

quées au premier alinéa de l'article 106 ci-dessus, les réponses de toute personne nommée ou désignée dans le journal ou écrit périodique.

Cette insertion doit être faite à la même place et dans les mêmes caractères que l'article qui l'aura provoquée et sans aucune altération.

La réponse est limitée à la longueur de l'article qui l'a provoquée, non compris l'adresse, les salutations, les réquisitions d'usage et la signature.

Toutefois, elle peut atteindre cinquante lignes alors même que l'article serait d'une longueur moindre. Elle ne peut dépasser deux cents lignes, même si cet article est d'une longueur supérieure.

Les dispositions ci-dessus s'appliquent aux répliques lorsque le journaliste a accompagné la réponse de nouveaux commentaires.

Art.108.- Dans le cas où l'édition normale qui doit porter publication de la réponse est remplacée par une édition spéciale, la publication des rectifications ou de la réponse doit être effectuée dans l'édition spéciale et dans le numéro suivant de l'organe de presse.

Est assimilé au refus d'insertion, le fait de publier, dans la circonscription desservie par les éditions, une édition spéciale d'où est retranchée la réponse que le numéro correspondant au journal est tenu de reproduire.

Le tribunal se prononce dans le mois de la citation sur la plainte en refus d'insertion provisoire sur minute, uniquement en ce qui concerne l'insertion.

En cas d'appel, il est statué dans le mois du recours.

Art.109.- Pendant la période électorale, le délai d'insertion dans les publications est réduit à vingt-quatre heures. La réponse doit être remise six heures au moins avant le tirage de la publication.

Art.110.- Le directeur de publication est tenu de déclarer au parquet toute modification de l'heure de tirage de son journal, lorsque cette modification a une conséquence sur le droit de réponse.

En cas d'urgence, notamment pendant la période électorale, le président du tribunal peut, en cas de refus d'insertion, autoriser des assignations à bref délai, même d'heure à heure, conformément aux dispositions de l'article 416 du code de procédure civile.

Chapitre 4 - Organes de presse étrangers

Art.111.- Est considéré comme organe de presse étranger, tout support d'information publié et édité en dehors du territoire national.

Art.112.- Tout importateur d'organe de presse étranger doit se conformer aux lois et règlements en vigueur en République gabonaise.

Art.113.- Les dispositions de l'article 114 ci-dessous sont applicables aux importateurs des organes de presse étrangers.

Chapitre 5 - Sanctions relatives à la communication écrite

Section 1 - Sanctions administratives

Art.114.- Le Conseil national de la communication veille au respect des dispositions relatives aux modalités de création et de fonctionnement de toute entreprise de communication écrite.

En cas d'infraction, le Conseil national de la communication peut, soit de sa propre initiative, soit à la requête du président de la République, à celle du gouvernement ou de toute personne physique ou morale intéressée, adresser des observations publiques et faire appliquer les sanctions appropriées à l'encontre de l'auteur de l'infraction.

Il transmet à cet effet des avis consignés dans un procès-verbal à l'entreprise concernée et, en cas de besoin, lui adresse une mise en demeure.

Après la mise en demeure, et sans préjudice des peines de droit commun prévues en la matière, le Conseil national de la communication prononce les sanctions suivantes

- **la saisie du produit de l'organe de presse incriminé ;**
- **l'interdiction provisoire de paraître de un à trois mois.**

L'interdiction de paraître est portée de trois à six mois en cas de récidive.

Art.115.- La publication, la diffusion ou la reproduction par quelque moyen que ce soit des documents ou informations concernant le secret de la défense nationale sera passible, sans préjudice des peines prévues par le code pénal, des sanctions prévues à l'article 114 de la présente loi.

La publication, la diffusion ou la reproduction des informations de nature à troubler la discipline, à ébranler le moral des forces armées ou à entraver l'effort de guerre de

nation sont passibles des sanctions prévues à l'article 114 de la présente loi.

Section 2 Des sanctions judiciaires

t.116.- Sont poursuivis comme auteurs des délits commis par voie de presse

- le directeur de publication,
- l'auteur de l'article.

t.117.- Quiconque aura prêté son nom ou emprunté le nom d'autrui, en vue de la création ou de l'exploitation d'une entreprise de communication écrite, sera puni d'un emprisonnement de deux à six mois et d'une amende de 500.000 à 5.000.000 FCFA. Les mêmes peines seront applicables à toute personne ou gérant d'une société bénéficiaire de l'opération de prête-nom.

t.118.- Quiconque aura contrevenu aux dispositions de l'article 96 du présent code sera puni d'un emprisonnement de un à six mois et d'une amende de 500.000 à 1.000.000 FCFA.

t.119.- Lorsque la déclaration de parution n'aura pas été régulièrement souscrite, le propriétaire sera passible d'une amende de 500.000 à 5.000.000 FCFA. L'organe presse ne pourra continuer sa publication qu'après avoir rempli les formalités prévues à l'article 97 de la présente loi.

t.120.- Quiconque fait circuler, distribue ou met en vente au Gabon des produits d'organes de presse étrangers en violation des dispositions du présent code sera puni des peines prévues à l'article 114 ci-dessous.

t.121.- Quiconque fait circuler, distribue ou met en vente au Gabon des produits d'organes de presse interdits ou les reproduit sous un titre différent sera puni d'un

emprisonnement de deux mois à un an et d'une amende de 500.000 à 5.000.000 FCFA.

Art.122.- Sont passibles d'une amende de 500.000 à 5.000.000 FCFA, toutes personnes qui auront enlevé, déchiré, recouvert ou altéré, de manière à les rendre illisibles, les affiches administratives, électorales, apposées sur les emplacements réservés à cet effet.

Art.123.- Les infractions aux dispositions des articles 98, 99 et 100 de la présente loi seront punies d'un emprisonnement de un à six mois et d'une amende de 500.000 à 5.000.000 FCFA.

Pendant la période électorale, si l'insertion n'est pas faite dans un délai de vingt-quatre heures alors qu'elle a été ordonnée par jugement, le directeur de publication est passible d'un emprisonnement de deux mois à un an et d'une amende de 1.000.000 à 10.000.000 FCFA.

Art.124.- Sera puni d'un emprisonnement de six mois à cinq ans et d'une amende de 500.000 à 5.000.000 FCFA, quiconque, en toutes circonstances, dans des réunions publiques ou lieux publics, par propagande écrite ou orale, aura porté atteinte à l'unité nationale, à l'ordre public et aux institutions de la République.

Art.125.- Tout acte de diffamation ou d'injure commis par voie de presse envers une personne ou un groupe de personnes est réprimé conformément aux dispositions des articles 283 à 288 du code pénal.

Art.126.- L'outrage aux bonnes mœurs commis par voie de presse sera puni conformément aux dispositions des articles 212 et 213 du code pénal.

Art.127.- Est passible d'une amende de 500.000 à 5.000.000 FCFA, quiconque met en vente, met à disposition ou expose des dessins, gravures, peintures et emblèmes obscènes.

Les exemplaires de ces articles sont immédiatement saisis.

Art.128.- L'outrage commis par voie de presse envers une autorité, un corps dépositaire de l'autorité ou de la force publique, les cours, les tribunaux, les armées, les administrations publiques et les institutions constitutionnelles est puni conformément aux dispositions du code pénal.

Art.129.- L'outrage commis dans l'exercice de leurs fonctions ou à l'occasion de cet exercice, publiquement ou non, à condition dans ce dernier cas qu'il ait été adressé à la personne, envers un membre d'une institution constitutionnelle, un magistrat de l'ordre administratif ou judiciaire ou un officier ministériel, un fonctionnaire public ou un citoyen chargé d'un ministère de service public, sera puni conformément aux dispositions de l'article 161 du code pénal.

Art.130.- L'outrage commis envers le président de la République ou son conjoint, par tracts, bulletins ou papillons, distribués ou exposés au regard du public ou détenus en vue de la distribution, sera puni conformément aux dispositions de l'article 159 du code pénal.

Art.131.- L'outrage commis par voie de presse envers les chefs d'État et de gouvernement étrangers, les ambassadeurs et autres agents diplomatiques accrédités au Gabon, est puni conformément aux dispositions de l'article 158 du code pénal.

Art.132.- Quiconque aura publiquement, par écrits, jeté le discrédit sur une ou plu-

sieurs décisions judiciaires, dans des conditions de nature à porter atteinte à l'autorité de la justice ou à son indépendance, sera puni d'un emprisonnement d'un à six mois et d'une amende de 500.000 à 5.000.000 FCFA ou de l'une de ces deux peines seulement.

Art.133.- Les infractions en matière de presse sont poursuivies selon la procédure de droit commun, sous réserve des dispositions suivantes

- **la citation précisera, qualifiera le fait incriminé et indiquera le texte de la loi applicable ;**
- **toute citation à la requête du plaignant contiendra élection de domicile dans la ville où siège la juridiction saisie et sera notifiée tant au prévenu qu'au ministère public ;**
- **ces formations sont prescrites à peine de nullité.**

Art.134.- L'action publique et l'action civile résultant des infractions prévues par la présente loi sont prescrites après six mois révolus à compter du jour où elles ont été commises ou du jour du dernier acte de poursuite, s'il en a été fait.

Dans tous les cas, le désistement du plaignant ou de la partie poursuivante arrête les poursuites.

Art.135.- Tout professionnel de la communication, condamné pour la diffusion ou la publication de faits en définitive avérés, a droit à une réparation morale et à des dommages-intérêts allant de 500.000 à 5.000.000 FCFA.

Titre 5 - Cinématographie

Art.136.- Au sens de la présente loi, la cinématographie se définit comme

l'ensemble des procédés et techniques mis en œuvre pour la production et la projection des films.

Chapitre 1 - Entreprise de production cinématographique

Art.137.- On entend par entreprise de production cinématographique, toute personne morale, de droit public ou privé, produisant des œuvres cinématographiques en tant que propriétaire, locataire ou gérant.

Art.138.- Les dispositions prévues aux articles 68 et 70 du présent code s'appliquent aux entreprises de production cinématographique.

Art.139.- Lorsque l'entreprise de production cinématographique est constituée en société, les actions doivent être nominatives.

Art.140.- Toute opération de prête-nom pour toute prise de participation dans une entreprise de production cinématographique est interdite.

Art.141.- Lorsque le directeur d'une entreprise de production cinématographique jouit d'une immunité, il doit être désigné un codirecteur choisi parmi les personnes ne bénéficiant pas d'immunité.

Le codirecteur de l'entreprise de production cinématographique doit être nommé dans un délai d'un mois à compter de la date à partir de laquelle le directeur bénéficie de l'immunité.

Toutes les obligations imposées au directeur de production sont applicables au codirecteur.

Art.142.- Toute entreprise de production cinématographique exerçant sur le territoire national est soumise aux lois et règlements en vigueur en République gabonaise.

Art.143.- Tout groupement ou entente entre entreprises de spectacles cinématographiques destiné à assurer la programmation des œuvres cinématographiques en salle est soumis aux agréments commercial et technique préalables délivrés par les ministères chargés du commerce et de la communication.

Ces agréments ne peuvent être accordés qu'à des groupements ou ententes qui respectent la libre concurrence et la diversification de la diffusion et de l'investissement.

Art.144.- Aucune œuvre cinématographique exploitée dans les salles de spectacle ne peut faire l'objet d'une exploitation simultanée sous forme de supports destinés à la vente ou à la location pour l'usage privé, et notamment sous forme de vidéocassettes ou de vidéodisques, avant l'expiration d'un délai de trois ans à compter de la délivrance du visa d'exploitation.

Art.145.- Toute entreprise de production cinématographique est tenue de publier, une fois par an, son bilan et la liste des propriétaires.

Une copie de chaque document doit être déposée au Conseil national de la communication pour enregistrement.

Art.146.- L'entreprise de production cinématographique doit respecter les règles concernant la propriété intellectuelle et les droits de la personne sur son image.

Art.147.- Les entreprises de production cinématographique publiques ou privées doivent particulièrement veiller

- **au respect des bonnes mœurs ;**
- **à la protection de l'enfant et de l'adolescent ;**
- **à l'analyse et la présentation des réali- tés humaines et sociales, de manière à nourrir la réflexion des citoyens sur leur propre destin individuel et collec- tif ;**
- **à la mise en valeur des structures édu- catives, sociales, économiques et poli- tiques.**

Chapitre 2 - Distribution des œuvres audiovisuelles et cinématographiques

Art.148.- On entend par distributeur des œuvres audiovisuelles et cinématographiques, toute personne physique ou morale fournissant sous contrat à des exploitants toute œuvre audiovisuelle et cinématographique dont elle est propriétaire des droits commerciaux.

Art.149.- Toute entreprise de distribution exerçant sur le territoire national doit être constituée sous le régime des entreprises de droit gabonais.

Art.150.- Aucune entreprise de distribution d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques ne peut prétendre au monopole.

Art.151.- Toute entreprise de distribution doit veiller à ne fournir aux exploitants que des œuvres dont le contenu ne heurte ni la personne humaine, ni sa dignité, ni les valeurs culturelles nationales et universelles.

Art.152.- Toute entreprise de distribution des œuvres audiovisuelles et cinématographiques doit publier le bilan annuel de ses activités.

Une copie de ce bilan est déposée au Conseil national de la communication.

Chapitre 3 - Entreprise d'exploitation des œuvres audiovisuelles et cinématographiques

Art.153.- On entend par entreprise d'exploitation des œuvres audiovisuelles et cinématographiques, toute personnes physique ou morale de droit public ou privé utilisant à des fins commerciales une production audiovisuelle ou cinématographique et notamment

- **les entreprises d'exploitation des salles cinématographiques publiques ou pri- vées,**
- **les exploitants de salles cinématographiques des centres culturels,**
- **les exploitants de boutiques de vente etde location de vidéo films,**
- **les exploitants des unités mobiles de projection.**

Art.154.- Il est fait obligation aux exploitants des salles cinématographiques, en République gabonaise, de programmer, au moins une fois par semaine, une œuvre cinématographique nationale ou africaine, dont une œuvre inédite par mois.

Art.155.- L'exploitation des œuvres audiovisuelles et cinématographiques par une entreprise publique ou privée doit se faire dans le strict respect des bonnes mœurs et des valeurs culturelles nationales.

Art.156.- Les chaînes de radiodiffusion et de télévision publiques et privées sont tenues de soumettre au Conseil national de la communication leurs grilles annuelles des programmes aux fins d'harmonisation et de contrôle du respect des quotas des

programmes nationaux et africains auxquels elles sont astreintes.

Art.157.- Le Conseil national de la communication veille au respect des dispositions relatives aux modalités de création, d'installation et d'exploitation de toute entreprise de production, de distribution et d'exploitation des œuvres cinématographiques.

En cas d'infraction, le Conseil national de la communication peut, soit de sa propre initiative, soit à la requête du président de la République, à celle du gouvernement ou de toute personne physique ou morale intéressée, adresser des observations publiques et faire appliquer les sanctions appropriées à l'encontre de l'auteur de l'infraction.

Il transmet à cet effet des avis consignés dans un procès-verbal à l'entreprise concernée et, en cas de besoin, lui adresse une mise en demeure.

Après la mise en demeure, et sans préjudice des peines de droit commun prévues en la matière, le Conseil national de la communication propose les sanctions suivantes

- **une amende de 500.000 à 5.000.000 FCFA ;**
- **l'interdiction provisoire d'exercer l'activité de production, de distribution ou d'exploitation des œuvres cinématographiques, qui ne peut excéder trois mois ;**
- **l'interdiction définitive d'exercer l'activité de production, de distribution ou d'exploitation des œuvres cinématographiques.**

Titre 6 - Technique

Art.158.- Au sens de la présente loi, on entend par technique l'ensemble des pro-

cédes employés pour produire une œuvre ou obtenir un résultat déterminé.

Art.159.- Il est interdit aux entreprises de communication audiovisuelle, à tout ingénieur, technicien ou tout autre professionnel de la communication audiovisuelle, sous respect du respect de l'intérêt public, d'entreprendre ou de cautionner des installations techniques pouvant provoquer des brouillages destinés à nuire à la bonne réception des signaux émis par d'autres stations.

Art.160.- L'installation et l'exploitation des stations pirates de radiodiffusion et de télévision sont interdites.

On entend par station pirate toute installation d'émission de radio et de télévision établie en violation des dispositions de la présente loi.

Aucun professionnel de la communication n'est autorisé à travailler dans une station pirate de réception ou d'émission.

Art.161.- Le Conseil national de la communication donne, aux entreprises privées de communication, les directives nécessaires à la bonne réception des signaux par les auditeurs et les téléspectateurs des zones qu'elles sont sensées desservir.

Art.162.- Les chaînes publiques et privées de radiodiffusion et de télévision sont tenues de respecter les normes internationales en matière de production et de diffusion établies par l'Union internationale des télécommunications, exception faite des contraintes nationales notifiées par le Conseil national de la communication aux chaînes concernées.

Art.163.- Le Conseil national de la communication veille à la promotion et au développement des techniques de production,

Annexe 7 : Liste de la presse gabonaise en ligne reconnu par la HAC. 2019.

Média	Statut
Agence gabonaise presse (AGP)	Public
Gabonreview	Privé
Gabonmediatime	Privé
Gabonactu	Privé
Gabonews	Privé
Gaboneco	Privé
Infos241.com	Privé
Peupleinfos	Privé
7joursinfos	Privé
Gabon-infos	Privé
Infos-Gabon	Public
Ditecinfogabon	Privé
Gabonquotidien	Privé
Mediaposte	Privé
La Libreville	Privé
La Lowé.ga	Privé
Globe info.ga	Privé
Times infos	Privé
Kongossa News	Privé
Voice Gabon.com	Privé
Matin d'Afrique	Privé
Gabon minutes.com	Privé
Infos Sport	Privé
Le Port-Gentillais	Privé
Gabon all Sport	Privé
Le Gabon sportif	Privé
Foot 241	Privé
Çamedit sport.com	Privé
Le sportif	Privé
News afriaines	Privé
Le Sportif Trotrix	Privé
Globeinfos	Privé
Afric Direct	Privé
Le Matin.Ga	Privé
Gabon Medimgo	Privé
Serenity.News net	Privé
Courrier des journaliste	Privé
Gabon n°1	Privé
Matin Equatorial.com	Privé
Afrique Elite.net	Privé
Maztleckinfo	Privé
Pyramid médiagabon.com	Privé

Agence de presse Equateur	Privé
Infos Plus Gabon	Privé
Nouvelle du Gabon	Privé
La Source	Privé
Focus groupe media	Privé

Annexe 8 : Liste des médias suspendus, non conformes par la HAC, 2022.

HAUTE AUTORITE DE LA COMMUNICATION				REPUBLIQUE GABONAISE Union - Travail - Justice	
CABINET DU PRESIDENT					
N° <u>0026</u> /HAC/CAB-PDT					
COMMUNIQUE					
<p>Le 6 avril 2022, par communiqué N° 0025, la Haute Autorité de la Communication (HAC) appelait les médias privés (Presse écrite, audio, audiovisuelles, presse numérique) n'ayant pas encore rempli leurs formalités juridiques et administratives à se conformer, entre autres, aux dispositions du Code de la Communication en matière de création d'entreprises de presse en République Gabonaise, particulièrement les médias en ligne, sous un délai de 30 jours.</p> <p>Ayant constaté que de nombreux médias ne s'étaient pas exécutés, un communiqué de presse rappelant auxdits médias de se conformer à la Loi a été rendu public le 30 mai 2022.</p>			<p>En dépit de ces communiqués, la Haute Autorité de la Communication constate, une fois de plus, pour le déplorer, le manque d'intérêt de ces médias pour la régularisation de leurs situations juridique et administrative.</p> <p>C'est pourquoi la Haute Autorité de la Communication enjoint l'ensemble des entreprises de communication ne s'étant pas encore conformées aux dispositions des articles 76, 83, 84, 107 et 108 du Code de la Communication en République Gabonaise à le faire, en se rapprochant des services compétents de la HAC, au plus tard le 30 septembre 2022. Il s'agit singulièrement des médias numériques ci-après :</p>		
1	241 Dailly	47	Gabonclapinfo.com	93	Magazine Super Stars
2	241 News	48	Gaboninfoslive.wordpress.com	94	Mapane Infos
3	ABCD Gabon	49	Gabonsportevents	95	Matin Equatorial
4	Actualité 241	50	Ginews Express	96	Médias 241
5	Afric Direct	51	I24gabon	97	Mingoexpress
6	Afric review	52	Iboga News	98	Moungongo.com
7	Afrik environnement	53	Ici Gabon. com	99	News africaines
8	Afrique Elite. Net	54	Info Estuaire	100	Obaka News
9	Afrique Infos	55	Infos 241	101	Ogooué 241
10	Afrique Télégraphe	56	Infos 366	102	Ogooué Infos
11	Afriqueactualité 241.com	57	Infos Gabon	103	Panafrik Médias
12	Bangando.com	58	Infos Gabon Next News People	104	PDF (Presse Du Futur)
13	Be Woman Magazine	59	Jour actu. com	105	Petit Boma
14	Brèves Infos	60	Journal du Gabon	106	Proximity Web TV
15	Bwity news	61	Komo Infos	107	Pyramide Média Gabon
16	Café Sport Plus	62	Kongossa News Infos	108	Reflet. Com
17	Camedit sport	63	L'Objectif. ga	109	Reflets Gabon
18	Clap Infos	64	La Doc Média	110	Relais Infos Gabon
19	Club Sport Plus	65	La Fuite de l'Info	111	Relais. Com
20	Conjonctures économiques	66	La Lettre verte.com	112	Ruban rouge web
21	Convergence Afrique	67	La Libreville	113	Rue 241
22	Dépeches241.com	68	La Lowé.g	114	Serenity News Net
23	Direct 241	69	La Note d'Afrique (LNA)	115	Sport 241
24	Echo Santé	70	La Plume info	116	Sudtelegramme.com
25	Eqconews.org	71	La République 241	117	Tendance Gabon
26	Equatoriale FM.com	72	La République. ga	118	Tisseran
27	Foot 241	73	La Une Média Gabon	119	Top Infos
28	Foot Gabon	74	La voix du peuple	120	Tribune Sports Plus
29	Frontières d'Afrique.com	75	Ladocmédia.com	121	True News Africa
30	Funny Gabon. Wordpress	76	Lasynthèse	122	True Gabon
31	G9 Infos	77	Lbv Match	123	Trust Gabon
32	Gabaopost	78	LBV News	124	'Isanga Actu
33	Gabaopost.com	79	LBV Times	125	TV Régionale.com
34	Gaboma info	80	Le Confidentiel	126	Vatricof.com
35	Gabon 24 online	81	Le Courrier de la République	127	Voice Gabon
36	Gabon actualités	82	Le Gabon Sportif	128	Vox Populi
37	Gabon Célébrités	83	Le Kongossa.Com	129	VXP 241
38	Gabon Clic	84	Le Matin.g		
39	Gabon Economic	85	Le nouveau Gabon		
40	Gabon élite magazine	86	Le Perroquet vert		
41	Gabon Infos Live	87	Le point 241		
42	Gabon mail Infos	88	Le Scalpel		
43	Gabon Medingo	89	Le Sportgentillais		
44	Gabon Minutes	90	Le Sportif Tromatix		
45	Gabon n°1	91	Le Touracouvert		
46	Gabon Telegraph	92	Magazine Emergence		

Fait à Libreville le, **23 AOUT 2022**

Le Président


G. NGOYO MOUSSA

Table des matières

Exergue.....	4
Dédicace.....	5
Remerciements.....	6
Liste des abréviations, des sigles et des acronymes.....	7
Avant-propos.....	9
INTRODUCTION GENERALE.....	11
Contexte d'étude : Choix et intérêt du sujet.....	12
Problématique et hypothèses.....	21
Cadre théorique.....	28
Méthodologie.....	31
Annonce du plan.....	34
PREMIERE PARTIE : COMPREHENSION DES CONCEPTS ET APPROCHE METHODOLOGIQUE DE L'OBJET.....	35
Chapitre I : Saisir le pluralisme dans ses dimensions politiques et médiatiques.....	38
I.1. Le pluralisme, un concept passerelle entre démocratie et médias.....	38
I.1. 1. Le pluralisme, un concept lié à la démocratie.....	40
I.1.1.1. Qu'est-ce que la démocratie ?.....	41
I.1.1.2. Bref rappel historique et prémices d'un pluralisme : la pratique d'une forme de démocratie depuis Athènes jusqu'en Afrique.....	42
I.1.1.2.1. L'idée du pluralisme dans les pratiques de démocratie de l'antiquité à la modernité occidentale.....	42
I.1.1.2.2. La pratique du pluralisme dans les sociétés traditionnelles en Afrique subsaharienne.....	44
I.1.1.3. Le modèle démocratique de référence dans les Etats d'Afrique centrale actuels.....	46
I.1.1.4. La Presse, entre rapport de force avec des régimes politiques et vecteur essentiel pour la démocratie.....	46
I.1.1.5. Liberté, pluralisme et démocratie, une quête perpétuelle pour la presse.....	47
I.1.2. La compréhension du pluralisme dans différentes sciences.....	49

I.1.2.1. La conceptualisation du pluralisme comme objet de recherche pluridisciplinaire.....	49
I.1.2.2. L'étude du pluralisme portant spécifiquement sur les médias.....	52
I.1.2.3. La question du pluralisme autour des médias en Afrique.....	57
I.1.2.4. Le pluralisme face à la concentration de la propriété des médias.....	62
I.2. Définition et intérêt de la théorie du « cadre ou cadrage » par rapport à l'objet.....	67
I.2.1. Approche définitoire du cadrage.....	67
I.2.2. La théorie du cadrage vue sous le prisme des notions de démocratie et d'objectivité.....	68
I.2.3. Choix théorique du cadrage et critères d'analyse.....	70
I.3. La presse en ligne, une émanation d'internet.....	72
I.3.1. Internet : manifestation et apparition de nouveaux acteurs de l'information.....	72
I.3.1.1. Internet, un réseau décentralisé qui modifie les médiations.....	72
I.3.1.2. Les nouveaux acteurs de l'information en ligne.....	73
I.3.2. La presse et le numérique, du télétexte américain aux médias web africain.....	74
I.3.3. Les médias natifs du web, une presse en ligne spécifique.....	77
I.4. Modèle économique de la presse en ligne.....	80
I.4.1. Les modèles économiques de la presse numérique, toujours en construction.....	81
I.4.2. La formule de coopération comme lien et stratégie économique entre la presse en ligne et les infomédiaires.....	84
I.5. Synthèse et critères d'évaluation du pluralisme.....	85
I.5.1. Le pluralisme comme valeur normative de la démocratie.....	86
I.5.2. Critères d'analyse du pluralisme de l'information.....	86
Chapitre II : Approches et méthodes pour l'analyse du système médiatique gabonais.....	87
II.1. Comprendre un système médiatique : les médias natifs du web gabonais dans leur environnement historique, sociopolitique, institutionnel et économique.....	90
II.1.1. Comprendre le contexte d'émergence et des mutations du pluralisme dans les médias gabonais sur le temps long.....	91
II.1.2. L'exploitation des travaux de référence sur l'histoire politico-médiatique comme base de données analytiques.....	92

II.1.3. Les autres travaux de référence historique moins spécifique au Gabon.....	94
II.2. L'approche institutionnelle de la presse gabonaise en ligne : déterminer son cadre professionnel dans le système médiatique actuel.....	96
II.2.1. Présenter les politiques publiques en matière de pluralisme de l'information au Gabon.....	96
II.2.2. L'approche socio-économique des médias comme moyen d'examiner le niveau d'autonomie financière ou de concentration de la propriété de la presse gabonaise en ligne.....	98
II.3. L'analyse de contenu des articles de presse à examiner.....	102
II.3.1. Domaines d'application de l'analyse de contenu : Objectiver les données du corpus textuel et dégager les idées politiques dominantes.....	102
II.3.2. L'approche lexicométrique et l'analyse socio-discursive : de la classification des traces lexicales à l'interprétation socio-sémiotique du discours informationnel.....	104
II.4. Récapitulatif de la démarche méthodologique.....	106
II.4.1. Rappel de la problématique et des hypothèses.....	106
II.4.2. Rappel du cadre théorique.....	107
II.4.3. Rappel des approches à convoquer selon les hypothèses à examiner.....	108
Conclusion partielle.....	111
DEUXIEME PARTIE : APPROCHES SOCIOHISTORIQUE ET SOCIO-COMMUNICATIONNELLE DE LA PRESSE GABONAISE EN LIGNE.....	115
Chapitre III : Du pluralisme politique au pluralisme médiatique au Gabon : éléments socio-historiques et approche communicationnelle.....	116
III.1. Brève histoire de l'évolution du pluralisme dans le système médiatique gabonais.....	116
III.1.1. Les premières manifestations d'une presse pluraliste en contexte colonial.....	117
III.1.2. Le paradoxe entre l'indépendance du Gabon et le ralentissement du pluralisme dans la presse nationale.....	120
III.1.3. L'intensification des restrictions contre le pluralisme de la presse après le coup d'Etat de 1964.....	124
III.1.4 : De la personnalisation du pouvoir à la personnification de l'information dans la communication politique du monopartisme.....	127
III.1.5. Les prémices d'un renouveau du pluralisme médiatique en contexte mono-partisan.....	133

III.2. Le multipartisme au Gabon et l'ouverture vers le pluralisme dans la presse gabonaise.....	138
III.2.1. L'instauration du multipartisme : une condition du pluralisme dans le système médiatique.....	139
III.2.1.1. Les conditions de l'adoption du multipartisme.....	139
III.2.1.2. L'éclosion des partis politiques et le retour du débat démocratique.....	142
III.2.2. Du pluripartisme à la politisation de la presse nationale.....	146
III.2.3. La polarisation des orientations éditoriales dans la presse gabonaise en temps de multipartisme.....	153
III.3. L'état du pluralisme avec les médias traditionnels.....	156
III.3.1. La prégnance du politique et l'aspiration à des médias libres dans la configuration de la nouvelle presse écrite.....	157
III.3.2. La pluralité des stations de radio dans le processus de construction du pluralisme informationnel.....	160
III.3.3. Le développement de la télévision dans le déploiement de la diversité des contenus médiatiques.....	166
III.4. Les limites du pluralisme dans le système médiatique avec la presse traditionnelle.....	172
III.4.1. L'ingérence des politiques dans le fonctionnement de la presse traditionnelle.....	172
III.4.2. La Haute Autorité de la Communication (HAC), une régulation basée sur la répression des organes de presse.....	179
III.4.3. La faiblesse de la situation économique des médias comme limite au pluralisme.....	191
III.4.4. L'implication des syndicats de la communication dans l'émancipation des médias et des journalistes : Des organisations dispersées et peu influentes.....	196
III.5. Résumé.....	201
Chapitre IV : Caractéristiques et enjeux du développement la presse gabonaise en ligne.....	206
IV.1. Les enjeux des technologies de l'information et de la communication pour le Gabon.....	205
IV.1.1. Le Gabon, les différents projets d'investissement sur les TIC et l'état de la connectivité des réseaux de télécommunication ainsi qu'internet.....	206
IV.1.2. Le Gabon, pays le plus connecté en Afrique centrale.....	211

IV.2. L'utilisation d'internet dans la société gabonaise.....	212
IV.2.1. Les réseaux sociaux numériques, un moyen d'échanges d'information et d'engagement politique pour les citoyens nationaux et de la diaspora.....	214
IV.2.2. L'adoption des réseaux sociaux par les acteurs politiques gabonais pour une communication politique numérique.....	219
IV.2.3. L'ambition des autorités politico-administratives de contrôler les réseaux sociaux.....	221
IV.3. La naissance et l'éclosion de la presse gabonaise en ligne.....	225
IV.3.1. La présence des sites d'information en ligne propres à l'actualité gabonaise : une trajectoire assez particulière.....	225
IV.3.2. Du blog BDP à l'avènement des premiers médias natifs gabonais : une question d'occupation de l'espace numérique par des acteurs politiques.....	229
IV.3.4. Les médias natifs gabonais, victimes de leur succès face aux intérêts politiques.....	232
IV.3.5. La création de nouveaux médias natifs du web, une émanation partie de la frustration et du désir d'indépendance éditoriale par certains acteurs de l'information.....	233
IV.4. La structuration socioprofessionnelle des médias natifs choisis.....	236
IV.4.1. Des organisations internes et externes presque similaires entre les différents médias natifs du web.....	237
IV.4.1.1. L'organisation interne des médias natifs : Des conditions logistiques et humaines modestes.....	237
IV.4.1.1.1. La mobilisation des moyens logistiques des sites natifs.....	238
IV.4.1.1.2. La capitalisation des moyens humains dans le fonctionnement des sites natifs.....	241
IV.5. Les différentes stratégies de financement des médias natifs et leurs rapports avec les influences extérieures : Une approche de l'économie politique de la communication.....	245
IV.5.1. Le modèle socio-économique des médias natifs gabonais : un modèle qui peine à se stabiliser.....	245
IV.5.2. L'organisation externe des médias natifs gabonais : les rapports d'influence avec les éléments extérieurs.....	253
IV.5.2.1. Les rapports entre les journalistes des médias natifs et les institutions administratives et politiques : Des relations à la fois conflictuelles et d'interdépendance.....	253
IV.5.2.2. Les rapports des médias natifs gabonais avec ses pairs : De la construction d'une identité professionnelle commune à l'intégration dans l'OPAM.....	258

IV.5.2.3. La présentation visuelle des sites d'information gabonais : la recherche d'une identité originale et l'application des signes distinctifs relatifs à un média numérique.....	260
Conclusion partielle.....	275
TROISIÈME PARTIE : ANALYSE DE CONTENU DES PUBLICATIONS DE LA PRESSE GABONAISE EN LIGNE ET APPROCHE SOCIO-DISCURSIVE.....	278
Chapitre V : La catégorisation des médias à partir de leurs spécificités éditoriales.....	279
V.1. Contexte des élections législatives de 2018 : Une période politique sous-tension.....	279
V.1.1. La crise post-électorale de la présidentielle de 2016, à la base des tensions sociales.....	279
V.1.2. Les enjeux de ces législatives pour les deux bords politiques.....	281
V.1.3. Les critiques sur les dispositions légales des législatives et synthèse des résultats.....	281
V. 1.4. L'organisation de la couverture médiatique des législatives par la Haute autorité de la communication (HAC).....	283
V.2. La caractérisation des sites d'information en fonction de leurs spécificités lexicales.....	284
V.2.1. Trois groupes de sites d'information visibles sur l'AFC des médias.....	285
V.2.2. De l'identification des cadrages à leur emploi préférentiel par les différents médias	292
V.2.3. Le cadrage épisodique de l'information : des informations focalisées sur l'activité politique des candidats.....	303
V.2.4. Un cadrage thématique politiquement situé.....	305
V.2.5. L'information institutionnelle : un simple compte rendu de l'actualité politique officielle.....	308
Chapitre VI : Interprétation des résultats issus de l'analyse de contenu, une approche socio-discursive.....	310
VI.1. La représentation médiatique des forces politiques en présence : entre déséquilibre et efforts d'équilibre.....	311
VI.1.1. Les médias favorisant la médiatisation des partis du pouvoir.....	312
VI.1.1.1. Gaboneco, du contenu implicitement favorable au positionnement des acteurs politiques liés au PDG.....	312
VI.1.1.2. Gabonactu : le paradoxe entre l'indépendance éditoriale et le déséquilibre de l'information des forces politiques.....	313

VI.1.1.3. L'Union, un média en ligne pro-gouvernemental dans le contenu de son actualité politique.....	318
VI.1.2. Les médias relativement favorables à la médiatisation des activités du PDG.....	321
VI.1.2.1. Gabonews : un média oscillant entre l'opposition et le pouvoir.....	321
VI.1.2.2. L'exigence de l'équilibre informationnel et de la prise de distance dans le rendu des activités des partis du pouvoir et de la majorité par Gabonmediatime.....	324
VI.1.2.3. Gabonreview, entre analyse et effort d'objectivité dans la transcription des faits politiques du PDG et de la majorité.....	327
VI.2. Le cadrage médiatique des activités politiques de l'opposition.....	329
VI.2.1. La médiatisation des situations défavorables aux candidats de l'opposition.....	330
VI.2.2. La couverture médiatique des activités de l'opposition sans implication des médias.....	331
VI.2.3. La couverture médiatique favorable aux activités de l'opposition et l'implication éditoriale du média.....	332
VI.3. La couverture médiatique des activités d'Ali Bongo, une thématique incontournable en temps d'élection.....	334
VI.3.1. La médiatisation des activités diplomatiques du président gabonais Ali Bongo.....	335
VI.3.2. La couverture médiatique de la situation politique d'Ali Bongo.....	335
VI.3.3. La médiatisation orientée vers la critique dépréciative des activités d'Ali Bongo.....	338
VI.4. Le cadrage médiatique des thématiques politiques pendant la période électorale.....	339
VI.4.1. Les projets sociopolitiques : une quasi-exclusivité médiatique du PDG et la dénonciation des promesses non tenues.....	339
VI.4.2. La médiatisation du déroulement controversé des législatives : entre la présentation des résultats et la question de la fraude électorale.....	341
VI.4.3. La médiatisation du cadre juridique des élections : le focus sur les défaillances et le manque d'impartialité de la cour constitutionnelle.....	342
VI.4.4. L'actualité économique pour rendre compte des finances publiques et du phénomène du marchandage de conscience des populations en période électorale.....	343

VI.4.5. La couverture médiatique des candidats opposés dans les mêmes sièges : entre la volonté d'équilibrer l'information et la recherche des poids lourds politiques.....	344
VI.5. Conclusions sur les logiques éditoriales des sites d'information.....	345
VI.5.1. Deux principales catégories de sites natifs : les sites natifs faiblement impartiaux et les sites natifs relativement impartiaux.....	345
VI.5.1.1. Les sites natifs faiblement impartiaux.....	345
VI.5.1.2. Les sites natifs relativement impartiaux.....	346
VI.5.2. Les similitudes et différences éditoriales entre les sites natifs et les médias en ligne.....	347
VI.5.2.1. Les similitudes éditoriales entre les sites natifs et les médias en ligne.....	347
VI.5.2.2. La prédominance de la médiatisation des acteurs des partis au pouvoir.....	347
VI.5.2.3. L'identification des thématiques communes.....	348
VI.5.2.4. Les différences éditoriales entre les médias natifs et les éditeurs de presse en ligne.....	349
VI.5.2.5. La distanciation dans le traitement des thématiques abordées.....	352
VI.5.2.6. Entre efforts d'équilibre médiatique dans la représentation des forces politiques pour certains médias natifs et déséquilibre de l'information politique chez les éditeurs de presse en ligne.....	352
VI.5.2.7. La visibilité médiatique des régions reculées dans les sites natifs contrairement aux éditeurs de presse en ligne focalisés sur les grandes villes.....	353
VI.6. Evaluation des critères du pluralisme à partir des déductions de l'analyse de contenu.....	354
VI.6.1. Equilibre et proportionnalité : la représentation des différences politiques dans les médias natifs.....	355
VI.6.2. Les thématiques dans les médias natifs : entre similarité et spécificité éditoriale.....	357
VI.6.3. L'originalité éditoriale des sites natifs par rapport aux médias en ligne.....	358
Conclusion partielle.....	360
Conclusion générale.....	362
Bibliographie.....	374
Table des tableaux.....	393

Table des illustrations.....	393
Table des graphiques et graphes.....	394
Tables des figures.....	395
Table des schémas.....	395
Table des images.....	395
Table des annexes.....	396
Annexes.....	399
Résumé.....	498

Résumé :

Existant depuis une vingtaine d'années, l'avènement de la presse gabonaise en ligne se présente aujourd'hui comme une source d'information alternative aux médias traditionnels. Dans un système médiatique où la liberté de la presse rencontre encore plusieurs obstacles du fait d'une démocratie balbutiante, les médias numériques gabonais posent à nouveau frais la question du pluralisme de l'information. En période électorale, le rôle de la presse en tant qu'élément de la démocratie mettant en exergue le principe de la contradiction des opinions et de la représentativité médiatique des différences politiques est encore plus souhaité. Et c'est à ce niveau que nous interrogeons la pertinence des médias natifs du web gabonais sur la plus-value de leurs informations en temps d'élection et comparativement à l'existant avec la presse traditionnelle. Analyser les conditions de production des informations de la presse gabonaise en ligne dans une période sensible comme celle des législatives de 2018 au Gabon, et déterminer le niveau de pluralisme informationnel qui en découle est l'objectif principal de notre travail de recherche.

Mots clés : Pluralisme, information journalistique/médiatique, presse en ligne, démocratie, actualité politique, période électorale, Gabon.

Abstract :

For about two decades now, the emergence of online Gabonese press stands nowadays as an alternative source of information to traditional media. In a media system where press freedom still faces numerous obstacles due to a fledgling democracy, Gabonese digital media once again raises the question of information pluralism. During electoral periods, the role of the press as an element of democracy highlighting the principle of conflicting opinions and the media representation of political differences is even more desired. And it is at this level that we question the relevance of native Gabonese web media in terms of the added value of their information during elections compared to what exists with the traditional press. Analyzing the conditions of information production by the Gabonese online press during a period as sensitive as the 2018 legislative elections in Gabon and determining the level of informational pluralism resulting from it is the main objective of our research work.

Keywords : Pluralism, journalistic information/media information, online press / democracy, political news, election period, Gabon.