UNIVERSITE D'ABOMEY- CALAVI

(UAC)

FACULTÉ DES LETTRES ARTS ET SCIENCES HUMAINES

(FLASH)

DÉPARTEMENT DES SCIENCES DU LANGAGE ET DE LA COMMUNICATION
(DSLC)

MÉMOIRE DE MAÎTRISE

Option : Information-Communication

THÈME

LES MÉDIAS AUDIOVISUELS DANS LA PROMOTION ET LA VALORISATION DES CULTURES ENDOGÈNES : CAS DE L'ÉMISSION TÉLÉVISÉE « Hàn-lisá »

Réalisé et soutenu par :

Sènakpon Socrate Sosthène TOBADA

Sous la direction de :

Dr Julien K. GBAGUIDI

Maître Assistant des Universités CAMES.

Membres du Jury

Président	**: Dr Jean-Euloge GBAGUIDI, Ph. D**
Examinateur	**:Dr Sévérin-Marie KINHOU**
Rapporteur	**: Dr Julien K. GBAGUIDI**

Octobre 2014

SOMMAIRE

LISTE DES SIGLES ET ABRÉVIATIONS ii
LISTE DES TABLEAUX iii
LISTE DES FIGURES iv
DÉDICACE v
REMERCIEMENTS vi

INTRODUCTION 1

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS, CADRE MÉTHODOLOGIQUE THÉORIQUE ET CONCEPTUEL 5
1.1-Paysage médiatique du Bénin 5
1.2-Présentation du cadre d'étude 7
1.3-Cadre méthodologique 9
1.4-Cadre théorique 10
1.5-Cadre conceptuel 12

CHAPITRE II : PRÉSENTATION DES DONNÉES ET ANALYSE DES RÉSULTATS 16
2.1-Caractéristiques des interviewés 16
2.2 Présentation des données 18
2.3 analyse des résultats 39

CHAPITRE III : CONTRIBUTION DE L'ÉMISSION « Hàn-lisá » A LA PROMOTION DES VALEURS ENDOGÈNES ET PARTITION A JOUER PAR LES MÉDIAS AUDIOVISUELS 52
3.1 Portée culturelle de l'émission « Hàn-lisá» 52
3.2-La responsabilité des médias audiovisuels 55
3.3-Conseils pratiques 60

CONCLUSION 63
ÉLÉMENT DE BIBLIOGRAPHIE 65
ANNEXES 69
TABLE DES MATIÈRES 84

LISTE DES SIGLES ET ABRÉVIATIONS

BB24 : Bénin Business 24

CCF : Centre Culturel Français actuel Institut Français de Cotonou

INALA : Institut National de la Linguistique Appliquée

ENAM : Ecole Nationale d'Administration et de Magistrature

FM : Fréquence de Modulation

FLASH : Faculté des Lettres, Arts et Sciences Humaines

HAAC : Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication

INSAE : Institut National de la Statistique et de l'Analyse Economique

ORTB : Office de Radiodiffusion et Télévision du Bénin

RGPH : Recensement Général de la Population et de l'Habitat

REDIF : Rediffusion

TIC : Technologies de l'Information et de la Communication

TV : Télévision

TVC : Télévision Carrefour

UNESCO: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization/ Organisation des Nations Unies pour l'Éducation, la Science et la Culture.

LISTE DES TABLEAUX

Tableau N°1 : Population disposant ou non d'un poste radio ou téléviseur…..... 19

Tableau N°2 : Préférence entre les médias audiovisuels……..... 20

Tableau N°3 : Programmes préférés à la télévision…….. 21

Tableau N°4 : Programmes préférés à la radio……..... 23

Tableau N°5 : Une émission de valorisation des cultures endogènes priorisée sur quatre autres choisies…….. 25

Tableau N°6 : Intérêt pour l'émission « Hàn-lisá»…….. ... 26

Tableau N°7 : Eléments de valeur approuvés dans l'émission « Hàn-lisá». 27

Tableau N°8 L'Émission « Hàn-lisá» pour la promotion des cultures endogènes….. 29

Tableau N°9 : Contribution des artistes invités sur l'émission à la promotion des cultures endogènes 30

Tableau N°10 : But des émissions des Radios et Télévisions 31

Tableau N°11 : But des émissions réservées aux cultures endogènes..... 32

Tableau N°12 : Importance des émissions valorisant les cultures endogènes..... 33

Tableau N°13 : But de l'émission « Hàn-lisá».. 34

Tableau N°14 : Autre but de l'émission « Hàn-lisá»..... 35

Tableau N°15 : Appréciation de l'émission « Hàn-lisá»…..... 36

Tableau N°16 : Type d'émission pour inciter à plus d'intérêt pour la valorisation des cultures endogènes… 37

LISTE DES FIGURES

Figure N°1 : Population disposant ou non d'un poste radio ou téléviseur 19
Figure N°2 : Préférence entre les médias audiovisuels..... 20
Figure N°3 : Programmes préférés à la télévision… 22
Figure N°4 : Pogrammes préférés à la radio 24
Figure N°5 : Une émission de valorisation des cultures endogènes priorisée sur quatre autres choisies..... 25
Figure N°6 : Intérêt pour l'émission « Hàn-lisá» 26
Figure N°7 : Eléments de valeur approuvés dans l'émission « Hàn-lisá»..... 28
Figure N°8 l'Émission « Hàn-lisá» pour la promotion des cultures endogènes……. 29
Figure N°9 : Contribution des artistes invités sur l'émission à la promotion des cultures endogènes… 30
Figure N°10 : But des émissions des Radios et Télévisions..... 31
Figure N°11 : But des émissions réservées aux cultures endogènes 32
Figure N°12 : Importance des émissions valorisant les cultures endogènes 33
Figure N°13 : But de l'émission « Hàn-lisá»..... 35
Figure N°14 : Autre but de l'émission « Hàn-lisá» 36
Figure N°15 : Appréciation de l'émission « Hàn-lisá»..... 37
Figure N°16 : Type d'émission pour inciter à plus d'intérêt pour la valorisation des cultures endogènes 38

DÉDICACE

A

- Mon feu père Amandji Augustin TOBADA dont le vœux était de me voir évoluer.

REMERCIEMENTS

A

Mon maître de mémoire, Dr Julien Koffi GBAGUIDI qui m'a aidé durant la réalisation de ce travail,

Dr Coffi SEMBENI, chef du Département des Sciences du Langage et de la Communication (DSLC),

Tous les professeurs du Département des Sciences du Langage et de la Communication (DSLC), tous les anciens chefs département du DSLC et tout le corps enseignant de la FLASH,

Monsieur Aubin AKPOHOUNKE pour son aide,

Madame Berth CAKPOSSA qui ne nous a pas marchandé son soutien,

Monsieur Florent Eustache HESSOU pour s'être prêté à nos questions,

Madame Bertille KESSOU dont la contribution nous a facilité la collecte des données,

Ma mère Véronique TOBADA qui me comble de toutes les affections,

Monsieur Constant YAHOUEDEHOU pour son encouragement,

Mon oncle Raoul BEHANZIN pour son soutien et encouragement incessant,

Mon oncle Alexis Babylas TOBADA et son épouse pour leur appui et conseils,

Mes amis : Epiphane ADADJA, Candide KETOUNOU, Cremel HOUNTONNAGNON, Augustin KINNOUME, mes camarades d'amphithéâtre, tous les journalistes et responsables de Radio Univers,

Tous mes frères et sœurs, toutes les familles TOBADA, LISSANON, GLELE KANDIKO, SEGBEDJI, KETOUNOU ;

A tous, nous présentons nos chaleureux remerciements et implorons la grâce de Dieu sur vous.

INTRODUCTION

Le monde est caractérisé par une diversité culturelle qui place, dans un pays, chaque communauté au sein de son mode de vie ou sa culture. Elle est d'une grande importance pour la survie et le développement d'une nation. C'est peut-être fort de cela que l'UNESCO, lors de sa conférence générale en 2001 à Paris en (France) a adopté la déclaration universelle sur la diversité culturelle. Ce document en son article 04 donne un poids particulier à la défense de la diversité culturelle qui est « un impératif éthique, inséparable du respect de la dignité de la personne humaine »[1]. Un peuple se distingue de l'autre par sa culture, sa façon d'être. La culture permet donc à une communauté de se faire une marque personnelle.

En outre, le moyen privilégié d'expression de la culture est la langue. C'est par le biais de celle-ci que les peuples extériorisent leurs idéologies culturelles. Toute chose qui fait dire à E. T. S. YENOUSSI[2] que « la structure de la langue détermine aussi bien la manière de penser que les habitudes qui ne sont rien d'autres que les attributs de la culture ». Premier instrument de communication et de développement d'un peuple, pour reprendre les termes du Professeur O. B. J. YAÏ[3], la langue est le véhicule de la culture. De ce fait, il s'avère important d'œuvrer pour la sauvegarde de la culture des peuples à travers des politiques culturelles bien appropriées.

Par ailleurs, la problématique de la culture a toujours été une préoccupation majeure au cœur des échanges. Aussi faut-il le rappeler, beaucoup de travaux de recherche se sont penchés sur la question. Ceux qui ont abordé l'aspect relation entre médias et culture ont surtout mis l'accent sur le rôle des

[1] http://www.unesco.org
[2] YENOUSSI, Espérance, Thérèse, Sênakpon, Médias et dialogue interculturel au Bénin : quel regard sur la question ?, Mémoire de maîtrise,FLASH/DSLC, 2011, p8
[3] YAÏ, Olabiyi, B., J., Préface, *Langues et politiques de langues au Bénin*, Cotonou, Ablɔdjè, 2009, p5

médias en général, et ceux audiovisuels en particulier dans la promotion des langues nationales. Nous n'en voudrons pour preuve que les travaux de I. GBENOU[4] et de E. T. ABIALA[5]. Les peuples doivent alors penser à la promotion de leurs valeurs culturelles. Voilà pourquoi une diffusion des cultures endogènes à travers les médias, et notamment ceux audiovisuels s'impose. En effet les médias audiovisuels sont l'un des moyens de communication susceptible d'établir un environnement d'échange et de dialogue entre les membres d'une société. Pour ce faire, les médias doivent offrir au peuple, des programmes adaptés au contexte socioculturel de la cité en vue de la promotion et la valorisation de sa culture.

Cependant, au Bénin, le constat montre que la majorité des productions des médias sont au profit des cultures étrangères. Les feuilletons, les films de violence, les télénovelas et autres occupent le plus souvent une large partie des programmes diffusés sur les chaînes de télévision. Face à ce constat, il est impérieux d'encourager les médias à promouvoir les valeurs endogènes en présentant toute une gamme de programmes majoritairement affectés aux pratiques culturelles béninoises. Cela ne veut pas, a priori, dire que les médias ne consacrent aucune partie de leurs programmes aux cultures endogènes. Mais la diversité culturelle qui caractérise les différentes communautés du Bénin exige que les médias offrent des productions qui feront retrouver chaque communauté dans sa culture, au sein de son mode de vie. De ce fait, on est tenté de se poser la question de savoir si les médias audiovisuels participent réellement à la promotion des valeurs culturelles au Bénin ? Comment les médias doivent-ils alors servir chaque peuple dans sa diversité culturelle, sans

[4]GBENOU, Issa, *Mass media et promotion des langues nationales : l'expérience de la Radio Afrique Espoir de Porto-Novo*, Mémoire de maîtrise, FLASH/DSLC, 2008, 73p

[5] ABIALA, Efrème, Folachadé, *Impacts socio-culturels des radios communautaires sur la jeunesse : cas de la radio FM Alakétou Commune de Kétou*, Mémoire de maîtrise, FLASH/DSLC, 2012, 72p

créer une frustration chez d'autres ? Ce sont quelques-unes des questions qui sous-tendent le choix de ce sujet **:**

« Les médias audiovisuels dans la promotion et la valorisation des cultures endogènes : cas de l'émission télévisée " Hàn-lisá **"».** Ce sujet se justifie par plusieurs raisons. La première est relative à la vérification du contenu des médias en matière de promotion des valeurs endogènes. Ensuite nombreux sont les parents qui assimilent la dépravation des mœurs de leurs enfants et la réticence des jeunes générations à adhérer aux valeurs endogènes, aux variétés de programmes de productions extraverties telles les feuilletons, les films pour ne citer que ceux-là, qu'offrent les médias à la société. Ils estiment souvent que les valeurs défendues dans ces productions occidentales influencent négativement les valeurs endogènes. Il est donc opportun de lever l'équivoque en répondant à ces inquiétudes.

Le choix de l'émission télévisée « Hàn-lisá» servira de support pour y parvenir. Cette émission aidera à dissiper le doute lié à la promotion ou non des valeurs endogènes par les médias audiovisuels.

Les objectifs principaux de ce travail sont de :

- Evaluer la contribution des médias audiovisuels à la promotion des valeurs endogènes au Bénin,
- Apprécier la qualité de l'émission «Hàn-lisá» qui se déroule sur Canal 3 Bénin,
- Identifier les raisons pouvant expliquer l'insuffisance des productions valorisant les cultures endogènes dans les médias.

Pour en arriver là, les hypothèses ci-dessous ont été fixées:

- Les médias audiovisuels contribuent à la valorisation des cultures endogènes.

- L'émission «Hàn-lisá» est un exemple de production audiovisuelle valorisant les cultures endogènes.

- Cette valorisation des cultures endogènes par les médias est insuffisante.

Tout ce travail est réalisé en trois chapitres :

- le premier regroupe les généralités, le cadre méthodologique, théorique et conceptuel.

- le deuxième chapitre, quant à lui est consacré à la présentation des données et à leur analyse.

- le troisième et dernier chapitre évalue la contribution de «Hàn-lisá» à la promotion des valeurs endogènes et la responsabilité des médias audiovisuels au Bénin.

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS, CADRE MÉTHODOLOGIQUE THÉORIQUE ET CONCEPTUEL

1.1- Paysage médiatique du Bénin

Après l'historique conférence nationale des Forces Vives de la Nation, le Bénin a accédé à la liberté de pensée, d'opinion, de réunion et de presse. L'espace médiatique vient ainsi d'être libéré, démonopolisé et dépénalisé. Une libéralisation précisée dans la Constitution du 11décembre 1990 et qui a permis, depuis lors, la floraison des médias audiovisuels et des journaux. A cet effet, le Bénin enregistrait déjà en 2007 une centaine de journaux, comme l'a indiqué J-E. GBAGUIDI[6]. Les chiffres ont connu de nos jours, une augmentation considérable. Les chaînes de télévision étaient au nombre de cinq (05) jusqu'à mi-2013, et pour la plupart au sud :

- une chaine du service public, l'Office de Radiodiffusion et Télévision du Bénin (ORTB),

- quatre (04) du service privé la chaîne 2 (LC2), GOLFE TV, Canal3 Bénin,

- télévision Carrefour de Bohicon (TVC).

Les chaines de télévision sont passées désormais à neuf (09) avec le lancement officiel d'une deuxième chaîne nationale dénommée *Bénin Business 24* (BB 24) le 1er Août 2013. Bien avant, la Haute Autorité de l'Audiovisuel et de la Communication (HAAC), après son appel à candidature de 2012 pour attribution des fréquences aux nouvelles radios et télévisions, en est arrivée à autoriser en mars 2013 trois chaines de télévisions et sept (07) stations radios à émettre sur le territoire. Pour le compte des télévisions, on peut citer ITV

[6]GBAGUIDI, Jean-Euloge, *Médias audiovisuels et construction démocratique au Bénin :* De la nécessité de deux niveaux de lecture, Cotonou, Les éditions Culturêmes, 2008, p21

d'Abomey-Calavi, Tundé Agric.TV de Cotonou et E-TELE de Parakou (nord du Bénin). Environ 70 les années antérieures, les stations radios, quant à elle, atteignent de nos jours presque quatre vingtaine (80).

1.2- Présentation du cadre d'étude

1.2.1- Historique et présentation de canal 3 Bénin

Canal 3 Bénin est une chaîne de télévision commerciale et privée appartenant au groupe de presse FRATERNITE dont le Directeur Général est Malick GOMINA. Ce groupe de presse compte aussi en son sein le quotidien Fraternité dont le siège est à Cotonou et la radio Fraternité FM de Parakou. Issa Salifou SALEY[7] est le promoteur du groupe de presse. Canal 3 Bénin a émis sur les ondes pour la première fois en novembre 2004 en essai après l'attribution de sa fréquence par la HAAC. L'essai a continué avec des diffusions de films, de la musique et parfois des flashs d'informations jusqu'au mois de mars de l'année 2005 quand les responsables de la HAAC ont signé l'agrément qui autorise la chaîne à commencer ses activités proprement dites sur le territoire. C'est ainsi que Canal 3 Bénin offre ses prestations à sa clientèle avec la création des services comme le service des programmes, le service technique et celui commercial. Elle s'est donnée pour mission d'informer, d'éduquer et d'épanouir les téléspectatrices et téléspectateurs. Dirigée par Berth CAKPOSSA, la chaîne s'est faite connaître à l'international via le net en diffusant ses programmes sur satellite et a une annexe en France dénommée Canal 3 Monde qui diffuse également, en synchronisation, quelques unes des émissions de la chaîne béninoise. Ce qui permet de livrer à l'extérieur les réalités économiques, socioculturelles, artistiques et touristiques du Bénin. Par la même occasion, les béninois de la diaspora arrivent à avoir une idée de ce qui se fait chez eux. Elle offre au peuple béninois des prestations comme le journal télévisé en français, en fɔngbè, et en dɛndi, des émissions débats ou des émissions critiques affichant la position des journalistes sur tels ou tels sujets d'actualité sans oublier d'autres émissions culturelles et de divertissement dont l'émission « Hàn-lisá». Comment se déroule cette émission et quel est son fondement ?

[7] SALEY, Issa, Salifou, opérateur économique et homme politique

1.2.2- Présentation de l'émission « Hàn-lisá» et son fondement

Hàn-lisá est une émission culturelle à visée ludique et pédagogique diffusée de façon hebdomadaire depuis juillet 2009 sur Canal 3 Bénin. Elle est animée en fɔngbè et reçoit pendant 45 minutes une vedette de la musique traditionnelle ou de la musique moderne d'inspiration traditionnelle qui parle de sa vie, de sa carrière professionnelle, de son parcourt artistique et de ses expériences afin de prodiguer des conseils à la jeune génération d'artiste. L'artiste reçu évoque aussi certains aspects, ou des valeurs culturelles endogènes cachées, ou même en voie de disparition dans les différentes localités du Bénin qu'il avait mis en exergue dans sa chanson. Au demeurant l'initiative de créer l'émission « Hàn-lisá» a bien de fondements.C'est un constat qui a amené l'animateur[8] à initier son émission. D'abord un regard sur l'environnement culturel béninois lui permet de remarquer que les valeurs fondamentales s'étiolent en cédant place à celles de l'extérieur, faute d'une valorisation au sens strict du terme. Aujourd'hui la plupart des jeunes générations ne savent presque plus grand-chose sur les us et coutumes du Bénin et ne savent pas fredonner les chansons des artistes de la musique traditionnelle béninoise. Or, ils trouvent du plaisir à chanter les morceaux des artistes de la musique moderne et ceux des occidentaux. Ensuite ils sont également très peu, ces béninois à pouvoir s'exprimer dans leur langue maternelle. Pendant que les musiques traditionnelles ne sont pas priorisées dans les médias audiovisuels et que les hommes de la tradition n'ont pas l'opportunité de faire valoir les valeurs endogènes sur les chaînes de télévision et stations radio comme cela se doit, les acteurs de l'église de tout genre font toujours passer leurs différentes productions en boucle dans les médias. Face à ce vide constaté dans les productions médiatiques consacrées aux cultures endogènes, la responsabilité des médias doit être engagée. D'où l'animateur trouve l'idée de la création de cette émission. C'est une émission

[8] AKPOHOUNKE, Aubin, animateur de l'émission « Hàn-lísá »

d'entretien sur laquelle on fait revenir les anciennes vedettes de la musique traditionnelle, la musique traditionnelle d'inspiration moderne et parfois la musique moderne (exprimée en langues nationales) dont le nom semble en sourdine pour faire découvrir aux téléspectatrices et téléspectateurs les valeurs qui s'y trouvent. Ceci pour que la jeune génération s'en inspire. L'émission se déroule tous les jeudis à 23h et les dimanches à 17h en nouvelle diffusion. Elle est destinée aux jeunes, aux adolescents, à tous les cadres du pays, aux personnes âgées et aux garants de la tradition. Hàn-lisá n'est pas structuré en rubriques.

1.3- Cadre méthodologique

Pour réaliser ce travail de recherche, il a été emprunté trois différentes étapes. Il s'est agi d'abord de la documentation, ensuite des enquêtes et enfin des interviews ou entretiens.

- **La documentation**

A cette première étape il a été effectué des recherches via l'Internet. La lecture de travaux universitaires et d'ouvrages généraux n'a pas été occultée. Il a été consulté, à cet effet, des centres de documentations comme l'Institut Français de Cotonou autrefois appelé Centre Culturel Français (CCF), les bibliothèques de la Faculté des Lettres, Arts et Sciences Humaines (FLASH), de l' École Nationale d'Administrature et de Management (ENAM) et de l'Institut National de la Linguistique Appliquée (INALA). D'autres centres de documentation ont par ailleurs été mis à profit.

- **Les enquêtes**

Se rendre sur le terrain est une nécessité à ce niveau de la recherche. Il s'est donc avéré impérieux d'élaborer des questionnaires à l'endroit des cibles afin d'avoir des données claires. La première cible est constituée des hommes et femmes (responsables ou animateurs d'émission, des médias). La deuxième

couche est la population comprenant les étudiants en formation, fonctionnaires et toute la couche sociale adulte qui suivent les émissions valorisant les cultures endogènes. Elle est composée de deux cents (200) personnes. On retrouve enfin au sein de la dernière cible les garants de la tradition. Les questionnaires d'enquête ont approché cent (100) sages de la tradition. Ces différentes parties représentent à divers niveaux, la cible réceptrice de ces émissions et peuvent témoigner de la valorisation ou non des valeurs endogènes par les médias audiovisuels.

- **Les interviews**

Les interviews ont consisté à approcher les animateurs d'émissions valorisant les cultures endogènes et leur adresser des questions sur la réalisation de leur émission. Dans le cas de l'émission « Han-lisá», le même exercice a été fait sauf qu'ici il a été question d'assister au tournage même de l'émission pour faciliter une analyse objective, vue aussi qu'elle est l'émission choisie pour le travail. Ceci a permis de cerner le concept de l'émission en question. Dans ce même ordre d'idée les interviews ont été faites à plusieurs reprises.

1.4- Cadre théorique

Dans la perspective d'analyser les résultats nous avons choisi comme approche théorique *la théorie culturelle.*

✓ La théorie culturelle[9]

La théorie culturelle est un courant de pensée, appartenant à un ensemble de théories regroupées sous le label « *théories du conflit social ou théories critiques* ». C'est une approche très influente qui s'est formée à l'université de Birminghan (Center for Contemporary Cultural Studies) autour de Stuart Hall. La théorie culturelle met un accent particulier sur la production de la culture de

[9]LAZAR , Judith, sociologie de la communication de masse, «les différentes approches de la communication de masse », Armand Colin, Paris, 1991, p 40.

masse et tente d'expliquer la signification et la place assignée à la culture populaire dans l'expérience culturelle de toute la société. Les chercheurs R. Williams, E.P. Thompson et R. Hoggart sont les précurseurs de cette pensée. Ils n'analysent pas les médias comme un problème à part, un cas ou phénomène isolé, mais plutôt comme un moyen de communication en harmonie avec la société. Selon cette théorie « *la culture de masse joue un rôle essentiel par l'intégration et la subordination des facteurs oppositionnels au sein de la société* »[10]. Pour ces chercheurs, la société est un ensemble complexe, diversifié, contradictoire et segmenté par la culture. Ces théoriciens avancent que « *les valeurs culturelles importées d'autres pays sous forme de distraction ou d'autres genres d'émission polluent la culture locale, tout particulièrement quand il s'agit de petits pays ou de pays en voie de développement. Le style de production du pays fournisseur, sa technologie et ses valeurs seront également source d'influence pour le système de communication de ces pays* »[11]. La théorie n'entend pas condamner les échanges de cultures. Mais les échanges de productions audiovisuelles ne sont pas profitables aux pays pauvres comme le Bénin ; ils visent plutôt à le dominer. H. Schiller, l'un des pionniers de cette théorie, après avoir montré que les pays riches servent de la communication de masse pour dominer culturellement le Tiers Monde, en conclut que l'on peut parler d'impérialisme culturel des super-puissances. La théorie culturelle nous prévient contre la pollution de l'environnement culturel par des thématiques non contrôlés.

[10] Ibidem, p40
[11] Ibidem, p40

1.5- Cadre conceptuel

1.5.1- Définition de médias

Le mot « média » vient de l'anglais « mass média » qui est forgé dans les années 1950 en Amérique du Nord et qui signifiait *toutes « les techniques permettant d'atteindre simultanément une audience étendue, diverse et dispersé, le cinéma comme la télévision, la presse au même titre que la radio »*[12]. Le français l'a adopté en 1973 avec un accent aigu sur le « e » et un « s » à la fin au pluriel. Le mot « média » a pris tout son sens dans les années 1980. On assistera à l'abandon de l'expression « mass media » vers la fin des années 1960, et au début des années 1970 grâce au succès des thèses d'un essayiste canadien M. McLuhan (1911-1980)[13]. A ce niveau, la consécration du mot marque le déplacement de l'attention, de l'examen du pouvoir de la presse ou de la télévision vers celui des institutions auxquelles elles ont donné naissance, de leur mode d'organisation et fonctionnement, de leurs œuvres et de leurs audiences respectives. Avec cette imposition le mot ne s'élargissait pas de son sens étymologique. Il reste, comme le précise F. BALLE, un moyen, un outils, une technique ou un intermédiaire favorisant entre les hommes, l'expression et la communication de cette expression à autrui quelle que soit sa forme et son objet. Y. J. F. AWAKA de dire qu' « *un média est une technique qui est devenue à la faveur de ses utilisations successives, un art véritable au sens le plus courant du terme. C'est inséparablement une technique permettant l'expression de la pensée et l'une des formes ou l'un des genres que cette expression peut revêtir. Un accent particulier est mis sur les médias audiovisuels considérés comme un outil de développement au service de la société* »[14]. Considérant ces approches de définition, il convient de retenir qu'un

[12] BALLE, *Francis, Médias et sociétés*,14ième éd, Paris, Montchrétien-Lexento-édition, 2009, p8
[13] Ibidem, p8
[14] AWAKA, Y. José, Fabrice, contribution des médias audiovisuels à l'éducation des enfants : cas de l'émission « le club des fans », mémoire de maîtrise, FLASH/DSLC, 2012, p 23.

médias est un moyen technique de communication qui rapproche les peuples en facilitant l'expression de leurs pensées. Si les médias favorisent l'expression entre les peuples, il importe qu'ils tiennent compte des besoins et des attentes de leurs audiences dans leurs différentes prestations. Ceci suppose que les peuples doivent se retrouver dans les productions de médias à travers leurs cultures. Qu'est-ce que s'est donc que la culture ?

1.5.2- Définition de Culture

Le terme *culture* est un concept polysémique. Il prend des significations notablement différentes, voire contradictoires, selon ses utilisations. La culture a été longtemps considérée comme un trait caractéristique de l'humanité, qui la distinguait des animaux. Cet aspect de la culture est si compris par J-E. GBABUIDI qu'il le résume en ces termes : « *la culture est la nature qui subit une transformation sous l'effet de l'intelligence humaine* »[15]. La sociologie la définie comme « ce qui est commun à un groupe d'individus » et comme « ce qui le soude ». C'est dans ce même ordre d'idée que l'UNESCO propose que « dans son sens le plus large, la culture peut aujourd'hui être considérée comme l'ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs qui caractérisent une société ou un groupe social. Elle englobe, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de l'être humain, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances »[16]. C. K. NEKPO renchérit cette conception quand il affirme que la culture d'un peuple est « *l'ensemble des créations matérielles et immatérielles d'un groupe humain dans ses relations avec la nature et avec d'autres groupes humains* »[17]. Selon Taylor 1871, « *la culture, ou la civilisation (…) c'est ce tout complexe qui comprend le savoir, la coyance, l'art, le droit, la morale, la coutume et toutes les autres aptitudes et*

[15] GBAGUIDI, Jean-Euloge, *Francophonie : Le nécessaire dialogue des cultures est-il possible* ?, Les éditions culturèmes, Cotonou, 2005, p 67.
[16] www.uesco.org
[17] NEKPO, Célestin, *Education et Culture*, Tom1, Centre National de production de Manuel Scolaire (CNPMS), Porto-Novo, 1997, p 117.

habitudes acquises par un homme en tant que membre d'une société »[18]. Pour Kluckhohm, 1949, « la culture peut être considérée comme cette part de l'environnement qui est la création de l'homme »[19]. Après un certain nombre d'années sur la problématique de la culture, J-E. GBAGUIDI formule la définition suivante : « la culture en dernière analyse n'est rien d'autre qu'un outil(matériel et/ou immatériel) qui nous permet d'agir sur notre environnement immédiat ou liontain matériel et/ou immatériel »[20]. La culture d'un peuple est alors tout ce qui le différencie de ses homologues et qui relève de son attribut intrinsèque (matériel ou immatériel). Quelle que soit la signification que revêt la culture, elle succède toujours à l'essence. L'être humain naît d'abord avant de savoir le type de culture que sa société lui imprime ou lui imprimera. De ce fait, la culture n'est pas gagnée d'avance, sa sauvegarde pour la survie d'une société reste et demeure une dure bataille.

1.5.3- Définition de Culture de masse

La notion de la culture de masse[21] vient de l'anglais « *Mass culture* » et désigne, selon les chercheurs de l'*Ecole de Francfort*, la culture qui s'adresse au plus grand nombre (masse sociale) et qui, obéissant aux normes de la production individuelle en série, est diffusée sous une forme standardisée. Au cours des travaux sociologiques menés durant les années 1960 et qui sont liés au problème de la communication de culture diffusée par les mass media d'une part et aux activités générées par le monde des loisirs en général, le terme a connu un grand succès. A en croire E. MORIN[22], comparée à la culture d'élite, la culture de masse incarne la quantité, la production, le matérialisme, la marchandise, par

[18] Cité par GBAGUIDI, Jean-Euloge, in *Francophonie : Le nécessaire dialogue des cultures est-il possible* ?, Les éditions culturèmes, Cotonou, 2005, p 68.
[19] FEREOL, G., et NORECK, P*., Introduction à la sociologie,Paris, Armand Colin*, 1989, p 131, cité par GBAGUIDI, Jean-Euloge, ibidem, p 68.
[20] GBAGUIDI, Jean-Euloge, *Francophonie : Le nécessaire dialogue des cultures est-il possible* ?, Les éditions culturèmes, Cotonou, 2005, p 69, une idée qui s'est imposée à lui, il y a plus de dix ans , devant une imposante assemblée d'étudiants et un jury de soutenance.
[21] BALLE, Francis, *Lexique d'information communication*, édition Dalloz, Paris, 2006, p117.
[22] Cité par BALLE, Francis, ibidem, p 117.

opposition à la qualité, la création, la spiritualité, l'esthétique, l'élégance et le savoir. Elle est caractérisée par une ambivalence, tout simplement parce qu'elle regroupe standardisation et originalité, uniformisation et création. En associant le mot « *culture* » à celui « *masse* », on lui donne un sens non perceptible à première vue : on assimile « culture pour les masses » (production uniformisée) à « culture des masses » (consommation en réalité relativement diversifiée).

Sous un autre aspect, la culture de masse s'apparente à une industrie et une marchandise surtout selon les observations de F. BALLE[23]. « Dans son usage le plus courant, la notion traduit l'ensemble des comportements, des mythes et des représentations, produits et diffusés selon une technique industrielle, celle-là qui accompagne l'expansion des médias »[24]. Elle fait l'objet de critiques acerbes et défavorables le plus souvent sur les éléments caractéristiques de la culture d'une société dans laquelle existent des médias nombreux et variés. Toute société riche en médias est singularisée purement et simplement. Elle est distingée des autres sociétés par son caractère original, celui-là d'être en surabondance de médias. La culture de masse est accusée d'être standardisée, médiocre et tranquillisante. Il s'agit des chefs d'accusation émanant de L. Bogart, dans son livre de 1956, « *The Age of Television* », de E. Morin, en 1962, dans « *L'Esprit du temps* » et bien d'autres chercheurs de ce siècle. La culture de masse suggère cependant deux choses :

- Que pour la première fois dans l'histoire une même culture cesse enfin d'être le privilège de quelques uns et devienne le propre de tous, donc une certaine homogénéité.
- Qu'il y ait une uniformité ou une cohérence des thèmes diffusés par les techniques industrielles.

[23] BALLE, *Francis, Médias et sociétés*,14ième éd, Paris, Montchrétien-Lexento-édition, 2009, pp756-758.
[24] BALLE, *Francis, Ibidem,* pp756-758.

CHAPITRE II : PRESENTATION DES DONNEES ET ANALYSE DES RESULTATS

2.1- Caractéristiques des interviewés

La ville d'Abomey-Calavi est le lieu où la recherche a été effectuée. Les raisons qui justifient le choix de ce lieu sont de plusieurs ordres. D'abord cette ville est la cité dortoir de la majorité de la cible. Ensuite Abomey-Calavi est collée à la capitale économique, Cotonou qui est une ville cosmopolite. Cette dernière abrite la majorité des chaînes de télévisons du pays et les stations de radiodiffusion dont les deux stations nationales (Radio Bénin et Atlantic FM) et les deux télévisions du service public (ORTB et BB24). Ces médias audiovisuels de Cotonou et les trois autres de son territoire (Radio Tado, Diapora FM et Itv (récemment installés), la ville d'Abomey-Calavi et ses populations ont également accès à ces différents médias audiovisuels et les suivent. Par ailleurs, Abomey-Calavi est aussi une région réputée en matière de conservation des traditions. Considérant tous ces atouts, il a été choisi pour cible des enquêtes, trois catégories de personnes. Les hommes des médias constituent la première catégorie. Nous leur avons adressé un questionnaire. Cela nous a permis de recueillir des informations sur les différentes émissions dont ils disposent sur les valeurs endogènes. La deuxième catégorie prend en compte les téléspectateurs et téléspectatrices qui suivent ces émissions, notamment l'émission «Hàn-lisá». A ce niveau les élèves, les étudiants en formation, les fonctionnaires ou travailleurs et tout autre individu adulte suivant les médias audiovisuels. Les questionnaires ont été adressés à deux cent (200) personnes de cette catégorie. La dernière catégorie d'enquêtés interrogée au cours de la réalisation de ce travail de recherche est composée des sages et garants de la tradition. Vu la connaissance qu'ils détiennent en littérature orale africaine, leurs points de vue et leur appréciation par rapport à la promotion des valeurs endogènes dans les médias

audiovisuels apporteront une crédibilité aux résultats du travail. C'est pourquoi cent (100) personnes de cette couche sociale ont été interrogés.

2.2- Présentation des données

Suite au dépouillement des questionnaires et à l'épurement de l'échantillon, une population de cent soixante quatorze (174) personnes a été retenue dans un premier temps pour la suite des travaux, une autre frange de la population comportant soixante-douze (72) dans un second temps. Dans la première catégorie, se retrouvent les auditeurs et téléspectateurs dont cent douze (112) hommes et soixante-deux (62) femmes. Ils sont composés d'élèves, d'étudiants et des gens de diverses couches socio professionnelles. La deuxième partie est constituée des garants et garantes de la tradition avec cinquante six (56) hommes et seize (16) femmes.

Dans la présentation des données, les taux de propositions sont exprimés en pourcentage par sexe et ensuite en pourcentage unique. Ce dernier facilitera la tâche dans l'interprétation des résultats ; lesquels résultats sont issus des enquêtes réalisées en janvier 2014.

NB : les données sont transcrites avec l'alphabet des langues nationales en vigeur en république du Bénin. L'absence de ton au plan segmental équivaut à un ton moyen.

- **Première cible des émissions radio et télévision : les auditeurs et téléspectateurs**

Tableau N°1 : Population disposant ou non d'un poste radio ou téléviseur

Question posée : avez-vous un poste radio ou télévision à la maison ?

Données	Effectif Homme	Effectif Femme	Pourcentage Homme	Pourcentage Femme	Pourcentage cumulé
Population disposant	111	62	99,10	100	99,42
Population non disposant	01	00	0,90	00	0,58
Totaux	112	62	100	100	100

Source : enquêtes de janvier 2014

Selon les données, toutes les populations ciblées disposent presque d'un poste radio et/ou télévision. Elles l'ont exprimé à un taux de 99,42% avec la totalité des femmes interrogées (100%).

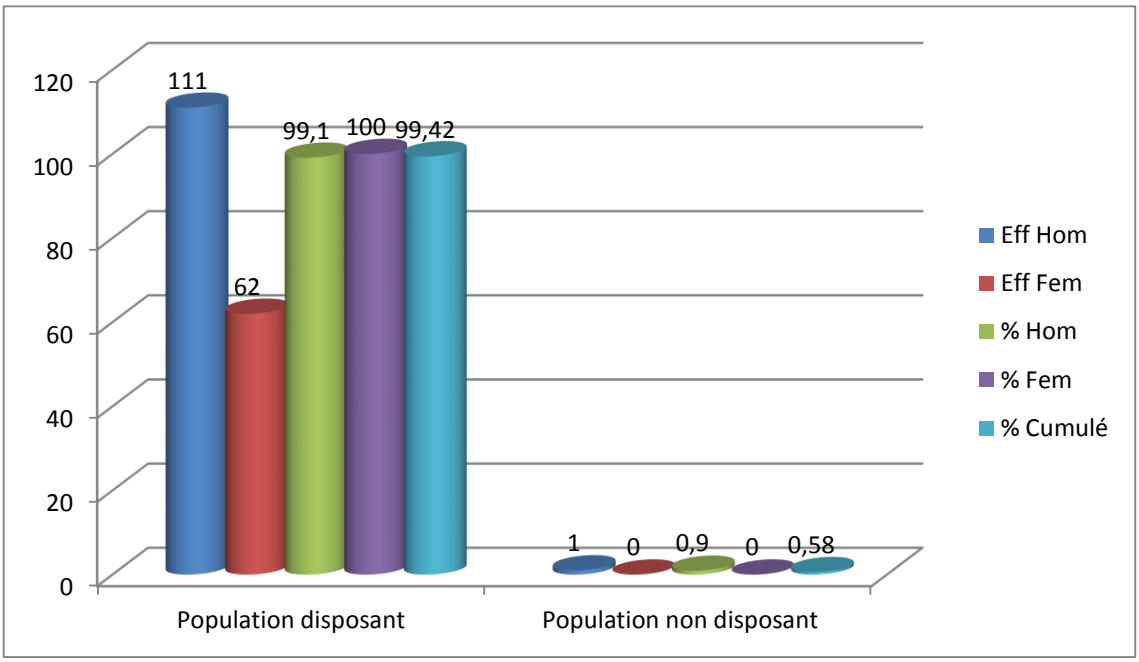


Figure N°1 Population disposant ou non d'un poste radio ou téléviseur

Tableau N°2 : Préférence entre les médias audiovisuels.

Question posée : quels médias aimez-vous suivre le plus souvent ?

Réponses	Effectif Homme	Effectif Femme	Pourcentage Homme	Pourcentage Femme	Pourcentage cumulé
La télévision	32	14	28,58	22,58	26,44
La radio	05	06	04,46	9,68	6,32
Les deux	75	42	66,96	67,74	67,24
Totaux	112	62	100	100	100

Source : enquêtes de janvier 2014

Plus de la moitié suit à la fois la télévision et la radio. La preuve est apportée par 67,24% de personnes. Parmi le reste, 6,32% seulement suivent uniquement la radio.

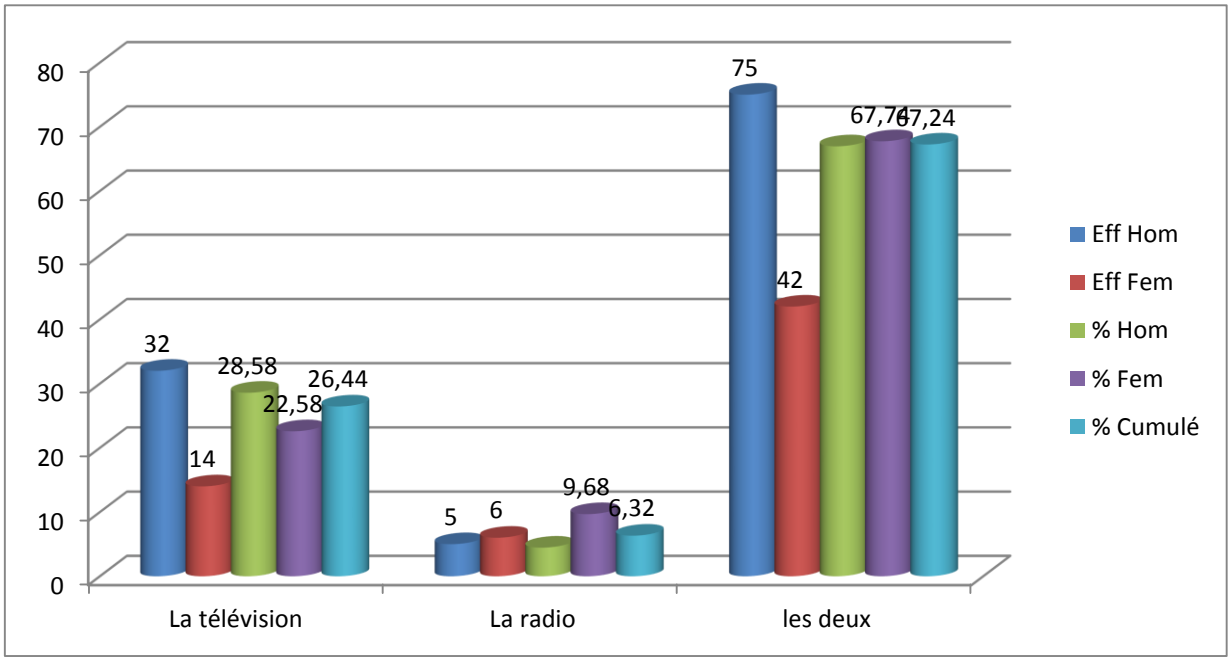


Figure N°2 Préférence entre les médias audiovisuels

Tableau N°3 : Programmes préférés à la télévision.

Question posée : qu'est-ce que vous aimez à la télévision ?

Données	Effectif sur 112 Hommes	Effectif sur 62 Femmes	Effectif sur 174 par occurrence	pourcentage par occurrence
Film	48	17	65	37,35
Feuilleton	46	18	64	36,78
Musique moderne	69	31	100	57,47
Musique traditionnelle	54	21	73	41,95
Journaux télévisés en français	90	39	129	74,13
Journaux télévisés en fɔngbè	39	22	61	35,05
Documentaire	72	30	102	58,62
Emissions sur les cultures endogènes	53	24	77	44,25

Source : enquêtes de janvier 2014

Les enquêtés apprécient mieux les journaux télévisés en français que les autres programmes diffusés par les chaînes de télévisons. A un taux de 74,13% ils l'ont fait savoir. Les documentaires et la musique moderne sont ensuite mieux appréciés que les émissions sur les cultures endogènes et la musique traditionnelle. Les taux respectifs à savoir : 58,62%, 57,47%, 44,25% et 41,95% en témoignent. Les journaux télévisés en fɔngbè se sont trop suivis par les téléspectateurs de la cible. Les films et feuilletons le dépassent légèrement en popularité. Cet avis est illustré par les données suivantes dans l'ordre respectif. Il s'agit de 35,05%, 37,35%, et 36,78%.

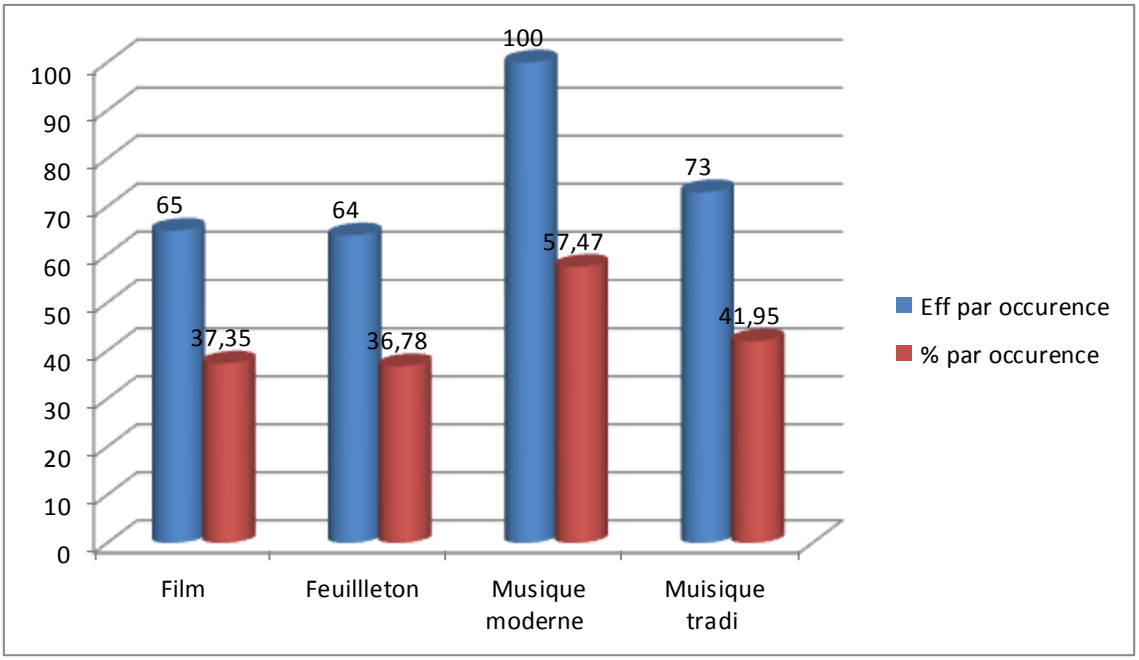


Figure N°3 Programmes préférés à la télévision

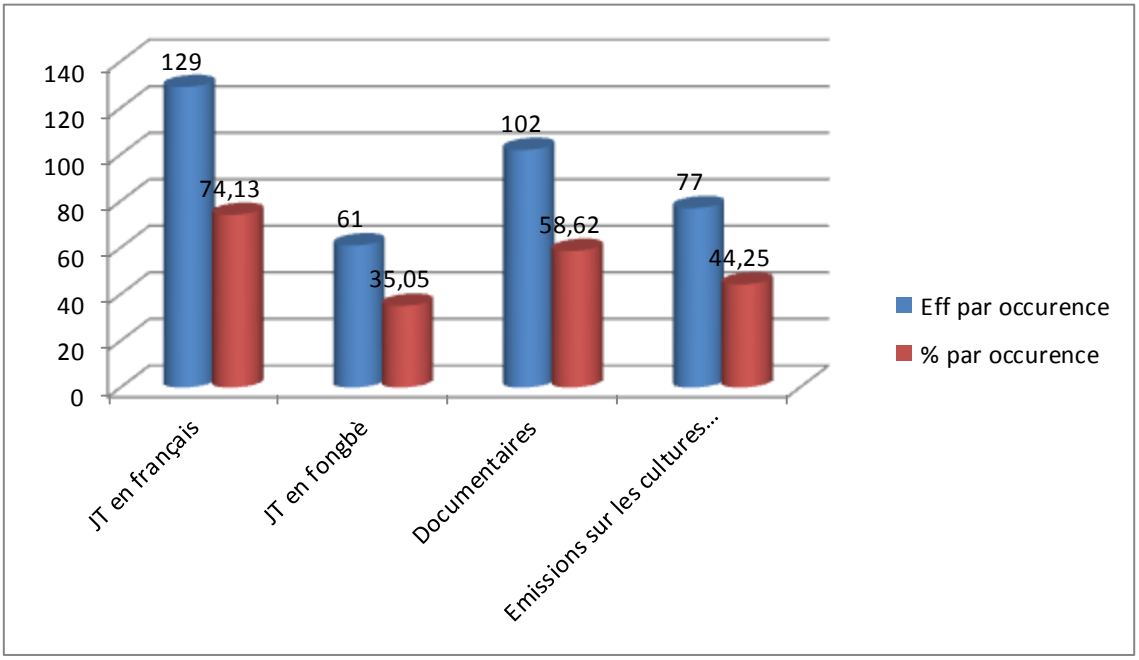


Figure N°3 Programmes préférés à la télévision (suite)

Tableau N°4 : Programmes préférés à la radio.

Question posée : qu'est-ce que vous aimez à la radio ?

Données	Effectif sur 112 Hommes	Effectif sur 62 Femmes	Effectif sur 174 par occurrence	pourcentage par occurrence
Journaux parlés en français	82	43	125	71,83
Journaux parlés en fɔngbè	37	19	56	32,18
Magazine sur les valeurs endogènes	43	19	62	35,63
Musique moderne	57	22	79	45,40
Musique traditionnelle	46	18	64	36,78
Emission sur les cultures traditionnelles	42	25	67	38,50

Source : enquêtes de janvier 2014

Tout comme à la télévision, les journaux parlés en français ont obtenu un fort taux de pourcentage. 71,83% des populations les apprécient mieux. Les émissions sur les cultures traditionnelles, avec un taux de 38,50%, succèdent à la musique moderne appréciée par 45,40% de la population ciblée. Les Journaux parlés en fɔngbè viennent en dernière position en totalisant le plus faible taux de pourcentage : 32,18%. Néanmoins, la musique moderne et les magazines sur les valeurs endogènes se rapprochent avec respectivement 36,78% et 35,63%.

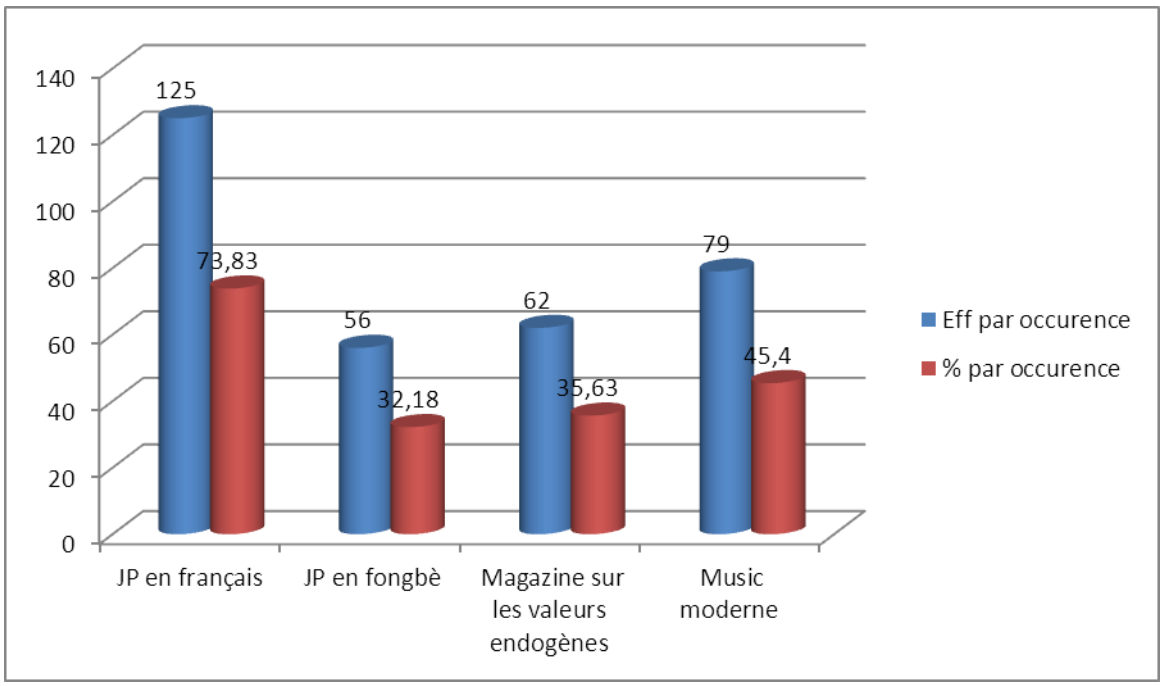


Figure N°4 Programmes préférés à la radio.

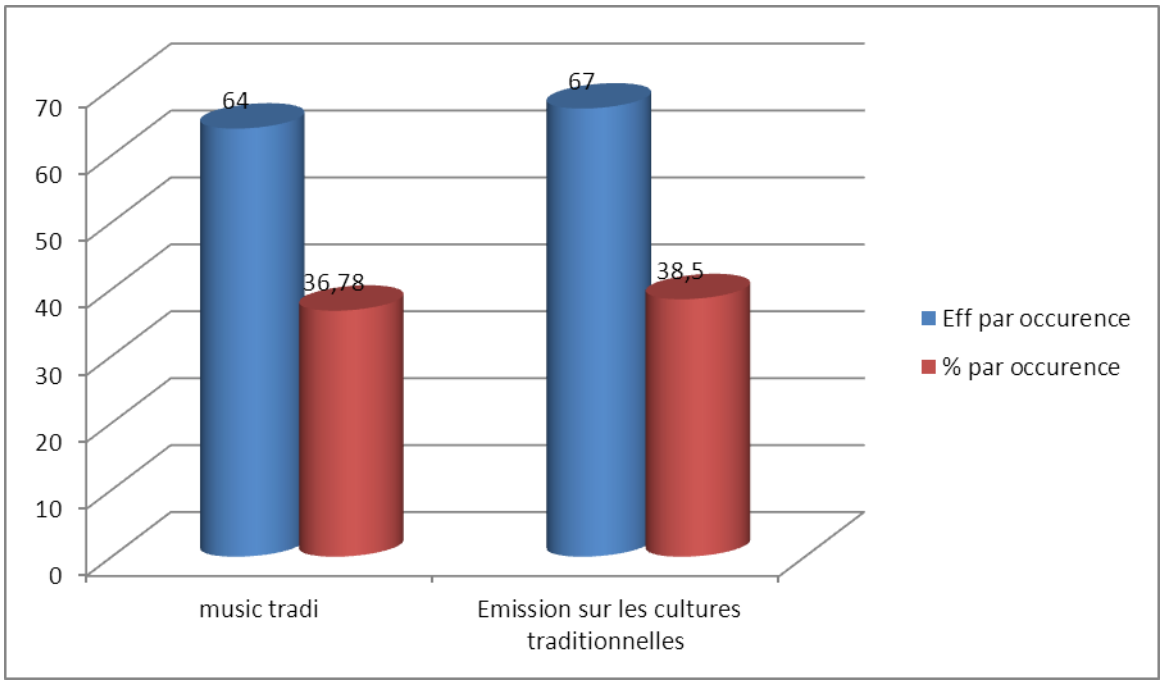


Figure N°4 Programmes préférés à la radio (suite).

Tableau N°5 : Une émission de valorisation des cultures endogènes priorisée sur quatre autres choisies.

Question posée : Choisis une émission que tu aimes sur les quatre

Données	Effectif Homme	Effectif Femme	Pourcentage Homme	Pourcentage Femme	Pourcentage cumulé
Doyi doslɔ de l'ORTB	19	18	16,97	29,03	21,26
Revue de presse en fɔngbè sur Radio Planète	20	12	17,85	19,36	18,39
O xó de Canal3 Bénin	42	20	37,50	32,25	35,64
Culture Matin de l'ORTB	31	12	27,68	19,36	24,71
Totaux	112	62	100	100	100

Source : enquêtes de janvier 2014

Les données font comprendre que l'émission « O xó » est beaucoup plus estimée. Les enquêtés, à 35,64%, l'ont affirmé. « Culture matin » et « *Doyi-doslɔ*» sont aussi approuvés par les auditeurs et téléspectateurs approchés. Toutefois la revue en fɔngbè « mɛ hwenu nu jɛ́ má nyí tán » garde la lanterne rouge avec un taux de 18,39%.

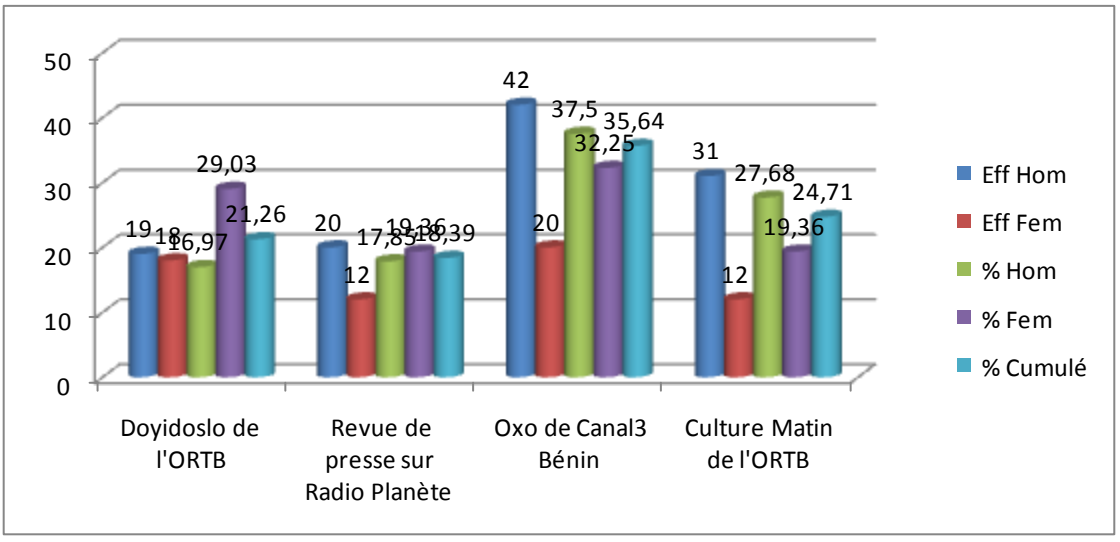


Figure N°5 Une émission de valorisation des cultures endogènes priorisée sur quatre autres choisies.

Le tableau suivant présente l'intérêt éprouvé pour l'émission « Hàn-lisá».

Tableau N°6 : Intérêt pour l'émission « Hàn-lisá»

Questions posées : -Connaissez-vous l'émission « Hàn-lisá» de Canal3 Bénin ?

- Aimez-vous l'émission « Hàn-lisá» ?

Réponses	Effectif Homme	Effectif Femme	Pourcentage Homme	Pourcentage Femme	Pourcentage cumulé
Données pour la connaissance de l'émission					
Personnes connaissant	88	60	78,57	96,77	85,05
Personnes ignorant	24	02	21,43	3,23	14,95
Totaux	112	62	100	100	100
Données pour l'amour éprouvé envers l'émission					
Personnes aimant	77	52	68,25	83,87	74,14
Personnes n'aimant pas	12	10	10,71	16,13	12,64
Néant	23	00	20,53	00	13,22
Totaux	112	62	100	100	100

Source : enquêtes de janvier 2014

Les données renseignent que l'émission « Hàn-lisá» est aussi bien aimée par la majorité des populations ciblées. Celles-ci sont 85,05% à confirmer la visibilité de l'émission et 75 % environ à y accorder leur amour. Un taux sensiblement égal à 15% et à 13% n'en ont respectivement ni connaissance, ni amour. Du coup, pendant l'enquête, les ignorants de l'émission se sont gardés d'exprimer leur sentiment d'amour envers l'émission. Ce qui explique le taux de 13,22% de néants.

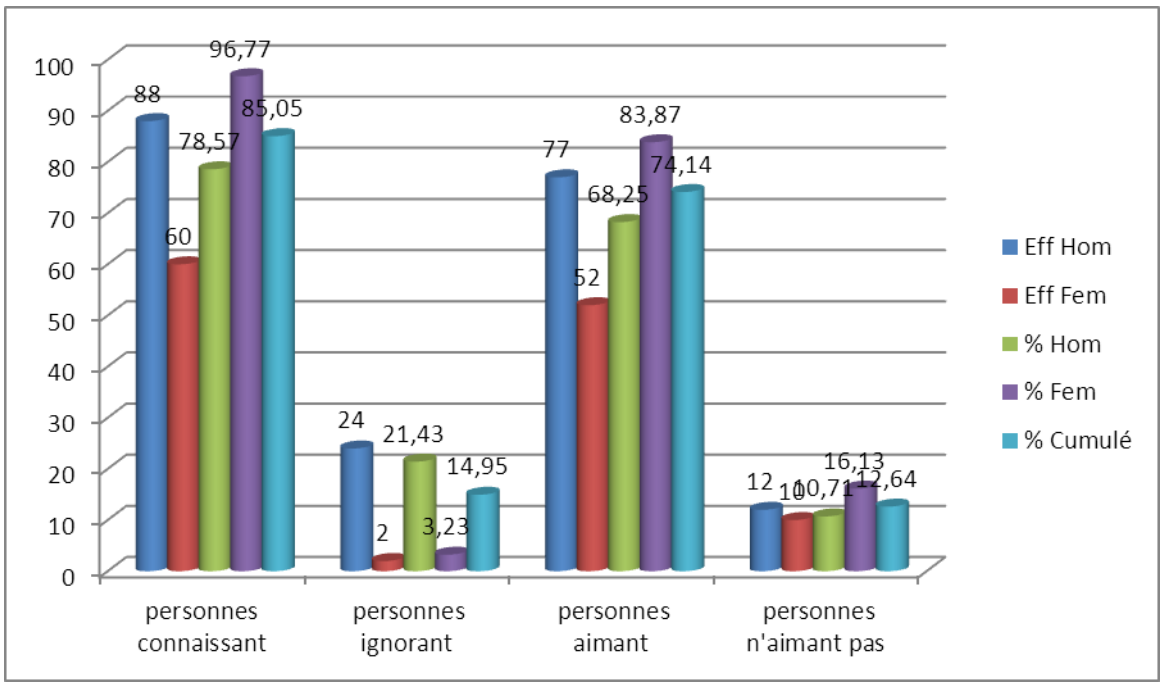


Figure N°6 Intérêt pour l'émission « Hàn-lisá»

Le tableau suivant résume l'avis des enquêtés sur les valeurs endogènes dont regorge l'émission.

Tableau N°7 : Eléments de valeur approuvés dans l'émission « Hàn-lisá».

Question posée : Qu'aimez-vous dans cette émission ?

Données	Effectif sur 112 Hommes	Effectif sur 62 Femmes	Effectif sur 174 par occurrence	pourcentage par occurrence
Les valeurs endogènes révélées	49	41	90	51,72
Ce que disent les artistes de la musique traditionnelles invités	40	28	68	39,08
Les garants de la tradition cités et qui sont déterminés à accompagner ces artistes	19	14	33	18,96

Source : enquêtes de janvier 2014

L'émission regorge de plusieurs valeurs endogènes qui sont révélées à l'occasion. Cet avis est partagés par plus de la moitié des enquêtés, soit à un taux de 51,72%. Les révélations des artistes de la musique traditionnelle invités constituent pour les téléspectateurs l'un des éléments des valeurs endogènes. 39,08% d'entre eux ont une telle pensée. Ils n'ont pas trop considéré le remerciement de garants de la tradition cités sur l'émission comme un élément de valeur culturelle. C'est ce qui explique le faible taux de 18,96%.

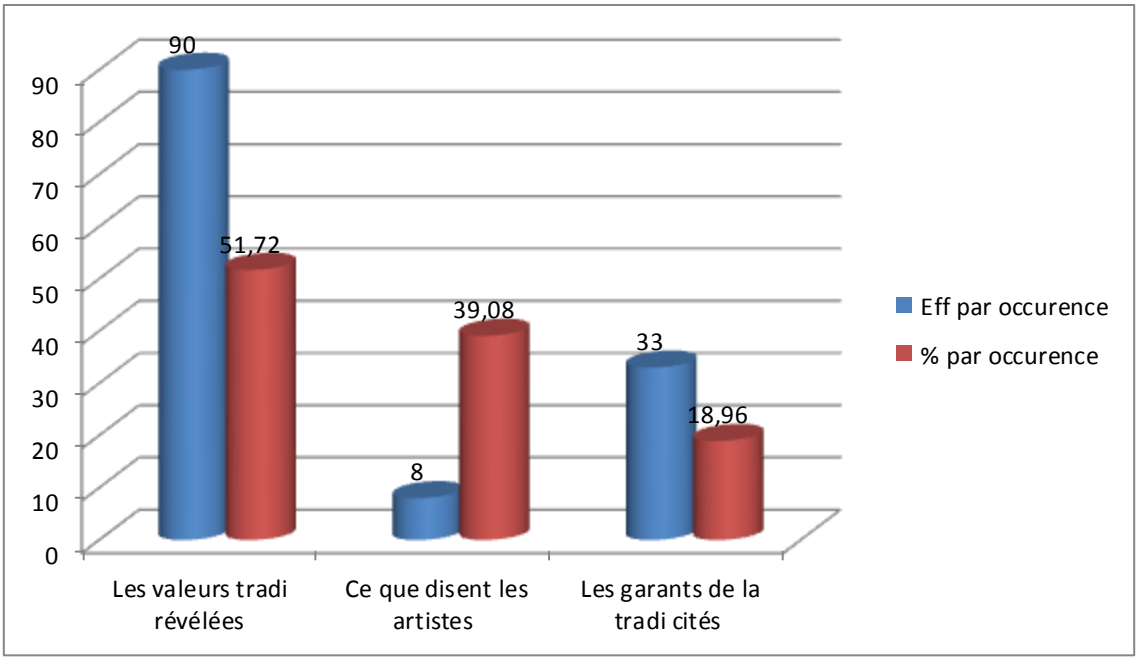


Figure N°7 Eléments de valeurs approuvées dans l'émission « Hàn-lisá».

Le tableau ci-après présente l'opinion des téléspecteurs sur l'effort de l'émission consacré à la promotion ou non des valeurs endogènes.

Tableau N°8 l'Émission « Hàn-lisá» pour la promotion des cultures endogènes.

Question posée ; selon vous, cette émission fait-elle la promotion des valeurs culturelles endogènes ?

Réponses	Effectif Homme	Effectif Femme	Pourcentage Homme	Pourcentage Femme	Pourcentage cumulé
Effectif pour	81	57	72,32	91,94	79,31
Effectif contre	02	05	01,79	08,06	04,02
Néant	29	00	25,89	00	16,67
Totaux	112	62	100	100	100

Source : enquêtes de janvier 2014

Les données indiquent que l'émission « Han-lisá» œuvre pour la valorisation des cultures endogènes. Cette proposition est faite à 79,31% par les enquêtés. Cela est approuvé par 91,94% des femmes. Toutefois, les téléspectateurs qui ne connaissent ni n'aiment l'émission se sont toujours gardés d'indiquer leur position ici, avec un taux de 16,67%.

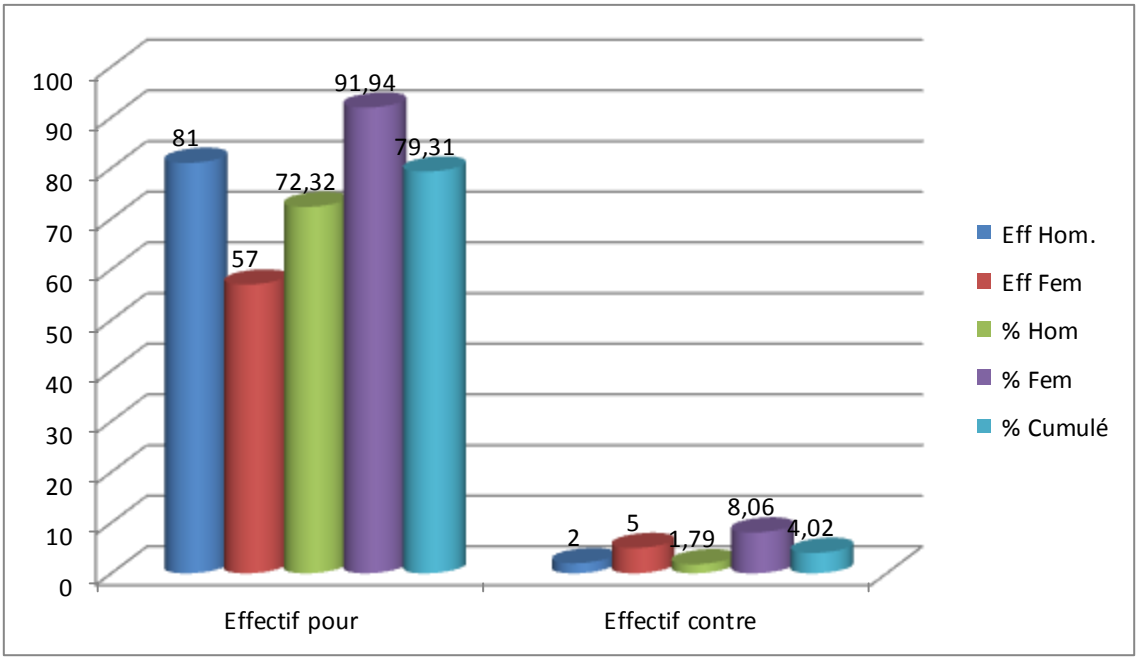


Figure N°8 L'émission « Hàn-lisá» pour la promotion des cultures endogènes.

La part réservée aux valeurs endogènes par les artistes dans leurs œuvres est résumée dans le tableau ci-après.

Tableau N°9 : Contribution des artistes invités sur l'émission à la promotion des cultures endogènes.

Question posée : la plupart des artistes invités :

Données	Effectif sur 112 Hommes	Effectif sur 62 Femmes	Effectif sur 174 par occurrence	pourcentage par occurrence
Parlent des valeurs de nos us et coutumes	42	34	76	43,67
donnent des conseils de vie relatifs notre société traditionnelle	59	34	93	53,44

Source : enquêtes de janvier 2014

Les téléspectateurs interrogés portent plus leur choix sur les conseils de vie que les artistes donnent par rapport à la société actuelle. A 53,44% ils l'ont affirmé. Mais ces artistes ne manquent pas de donner de la valeur à nos us et coutumes. Une quantité non moins négligeable (43,67%) a fait cette déclaration.

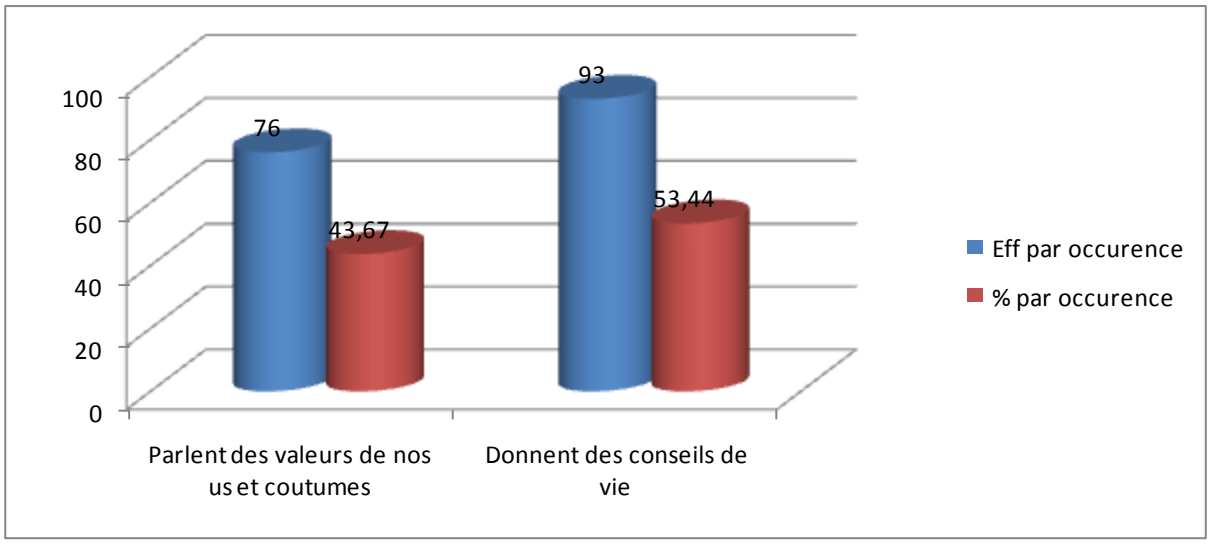


Figure N°9 Contribution des artistes invités sur l'émissions à la promotion des cultures endogènes.

➢ Deuxième cible de l'émission : les garants de la tradition

Tableau N°10 : But des émissions des Radios et Télévisions.

Question posée : la plupart des productions des Radiodiffusions et Télévisions sont consacrées :

Réponses	Effectif Homme	Effectif Femme	Pourcentage Homme	Pourcentage Femme	Pourcentage cumulé
Aux cultures étrangères	12	12	21,43	75	33,33
Aux cultures endogènes	44	04	78,57	25	66,67
Totaux	56	16	100	100	100

Source : enquêtes de janvier 2014

Pour 33,33% des enquêtés les médias audiovisuels dans leurs productions servent la cause des pays étrangers. L'avis contraire est soutenu par 66,67% d'entre elles.

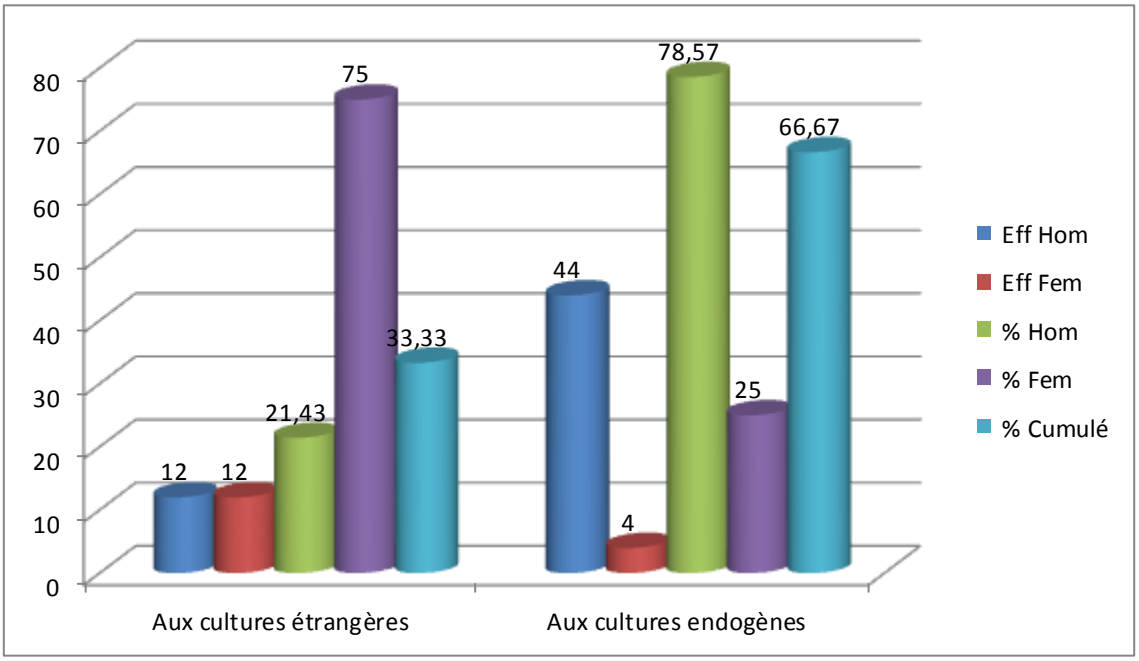


Figure N°10 But des émissions des Radios et Télévisions.

Quel est alors le but des émissions sur les valeurs endogènes ?

Tableau N°11 : But des émissions réservées aux cultures endogènes

Question posée : les émissions des Radios et télévisions qui sont destinées aux cultures endogènes mettent en valeur :

Réponses	Effectif Homme	Effectif Femme	Pourcentage Homme	Pourcentage Femme	Pourcentage cumulé
Sa richesse culturelle	13	03	23,22	18,75	22,22
Son atout pour le développement	11	05	19,64	31,25	22,22
Les deux à la fois	32	08	57,14	50	55,56
Totaux	56	16	100	100	100

Source : enquêtes de janvier 2014

A part égal les enquêtés déclarent que les émissions pour la culture traditionnelle démontrent les richesses culturelles endogènes ou ces avantages pour accéder au développement. Ils l'ont affirmé à un taux de 22,22%. Les autres 55,56% pensent qu'on y retrouve les deux aspects simultanément.

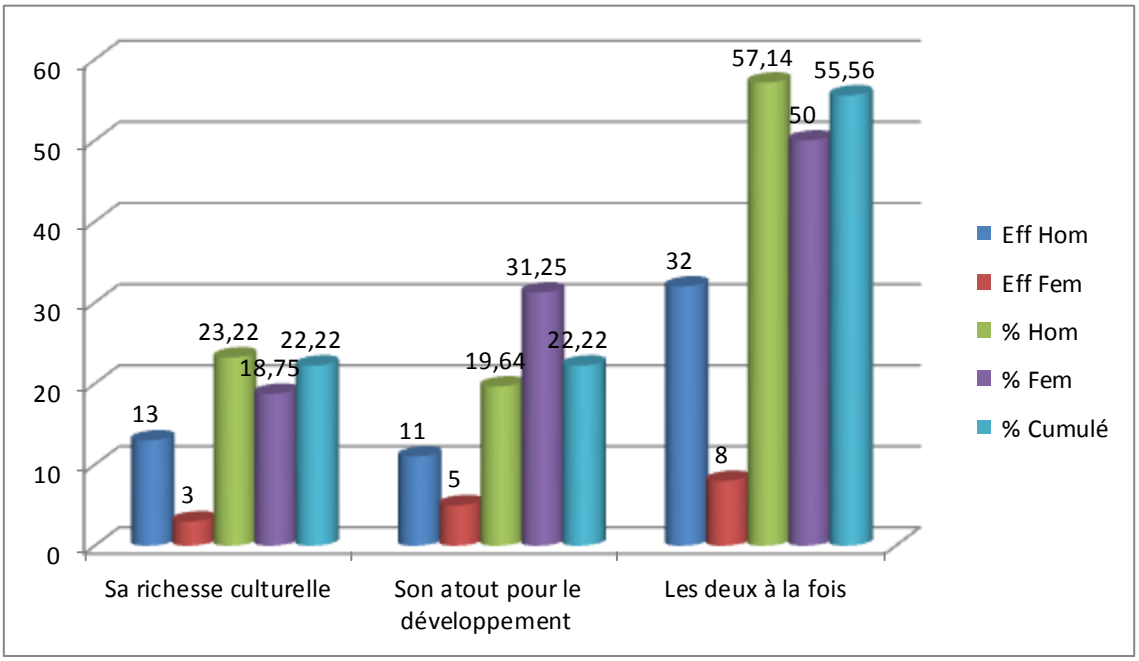


Figure N°11 : But des émissions réservées aux cultures endogènes.

Le tableau ci-dessous détermine l'importance des émissions sur les valeurs endogènes.

Tableau N°12 : Importance des émissions valorisant les cultures endogènes

Question posée : les émissions pour la promotion et la valorisation des cultures endogènes sont :

Réponses	Effectif Homme	Effectif Femme	Pourcentage Homme	Pourcentage Femme	Pourcentage cumulé
Peu utiles	00	00	00	00	00
Utiles	00	07	00	43,75	9,72
Très utiles	56	09	100	56,25	90,28
Totaux	56	16	100	100	100

Source : enquêtes de janvier 2014

Les données montrent que les émissions pour la promotion et la valorisation des cultures endogènes ont un grand intérêt pour plus de 90% des populations. Pour moins de 10% l'intérêt est non moins négligeable.

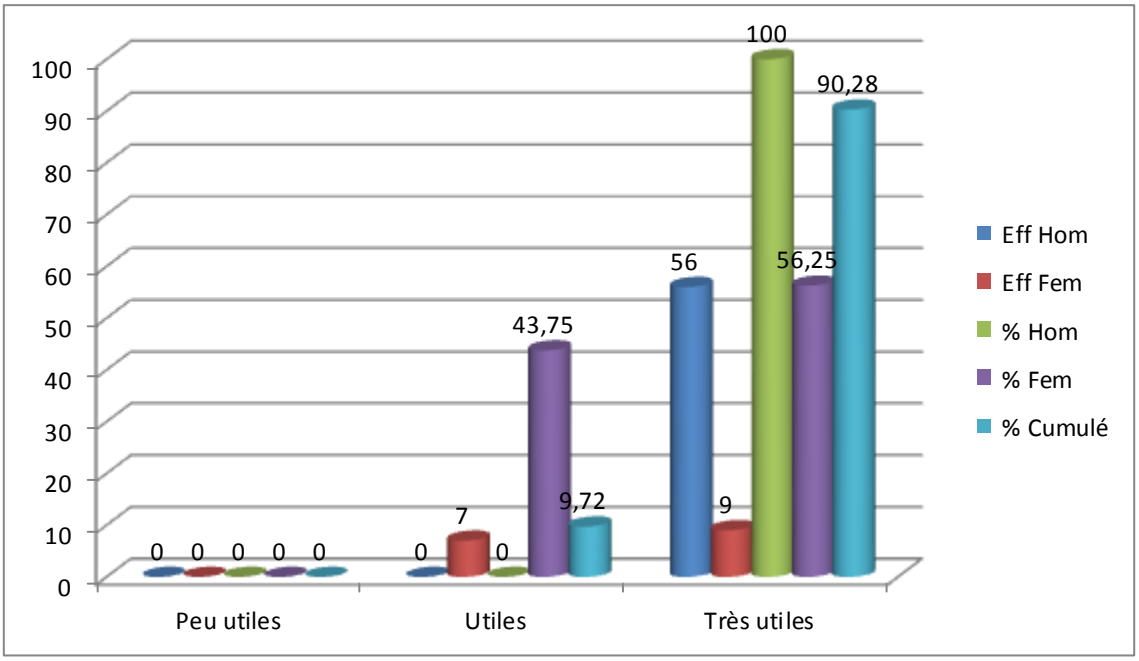


Figure N°12 Importance des émissions valorisant les cultures endogènes.

L'importance de ces émissions ainsi comprise, quel est le but de l'émission « Hàn-lisá»?

Tableau N°13 : But de l'émission « Hàn-lisá»

Question posée : l'émission « Hàn-lisá» est exclusivement réservée pour :

Réponses	Effectif Homme	Effectif Femme	Pourcentage Homme	Pourcentage Femme	Pourcentage cumulé
L'éducation à nos cultures	45	07	80,40	43,75	72,22
La sensibilisation des jeunes à se consacrer à leurs traditions	07	09	12,50	56,25	22,22
La distraction et formation aux valeurs culturelles endogènes	04	00	07,10	00	05,56
Totaux	56	16	100	100	100

Source : enquêtes de janvier 2014

L'émission « Hàn-lisá» est destinée à éduquer selon les exigences culturelles en vogue dans nos sociétés traditionnelles comme les valeurs morales. Cette déclaration est faite par 72,22% des populations interrogées. A en croire 22,22%, cette émission suscite l'adhésion des jeunes aux valeurs endogènes. Au même moment, une petite frange (05,56%) des enquêtés indique qu'elle forme et distrait en orientant vers les valeurs endogènes.

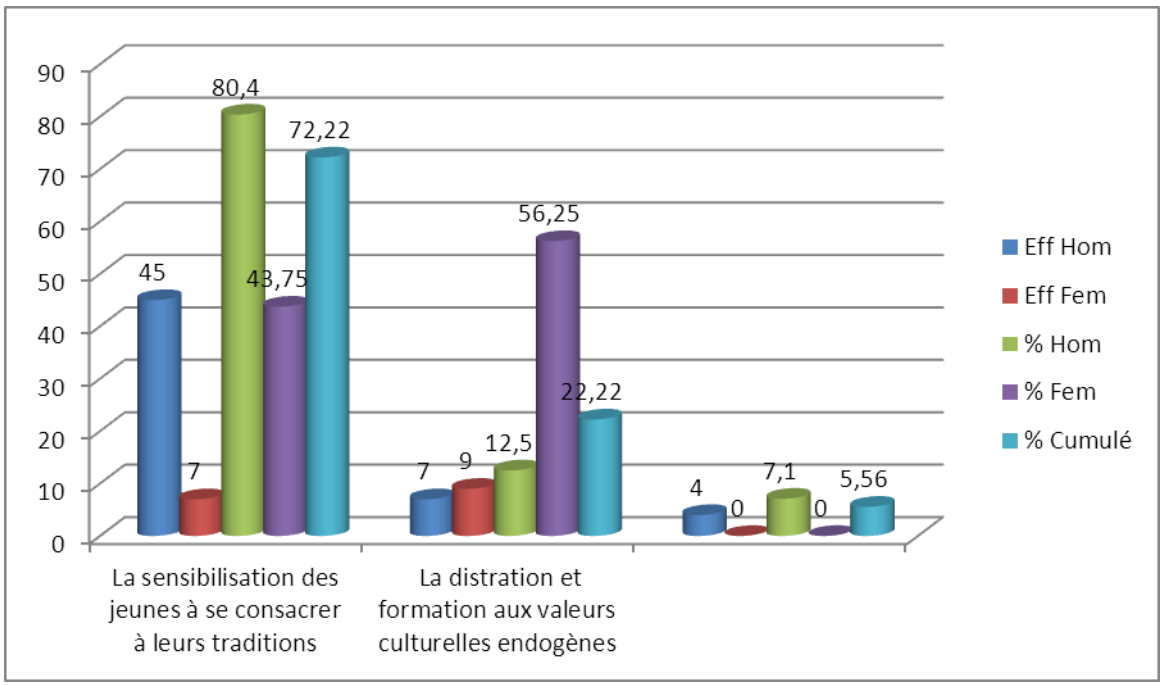


Figure N°13 :But de l'émission « Hàn-lisá»

Au dela de ce but, « Hàn-lisá» n'a-t-il pas autres buts ?

Tableau N°14 : Autre but de l'émission « Hàn-lisá»

Question posée : de toutes les émissions que vous suivez, « Hàn-lisá» est celle appropriée pour :

Réponses	Effectif Homme	Effectif Femme	Pourcentage Homme	Pourcentage Femme	Pourcentage cumulé
La promotion des valeurs culturelles béninoises	40	12	71,43	75	72,22
L'épanouissement de tous	16	00	28,57	00	22,22
Ni l'un, ni l'autre	00	04	00	25	05,56
Totaux	56	16	100	100	100

Source : enquêtes de janvier 2014

A 72,22% l'émission « Hàn-lisá» est appropriée pour la promotion des valeurs endogènes. 22,22% y trouvent de l'épanouissement. Pour les 05,56% restant, rien de tout cela n'est observé.

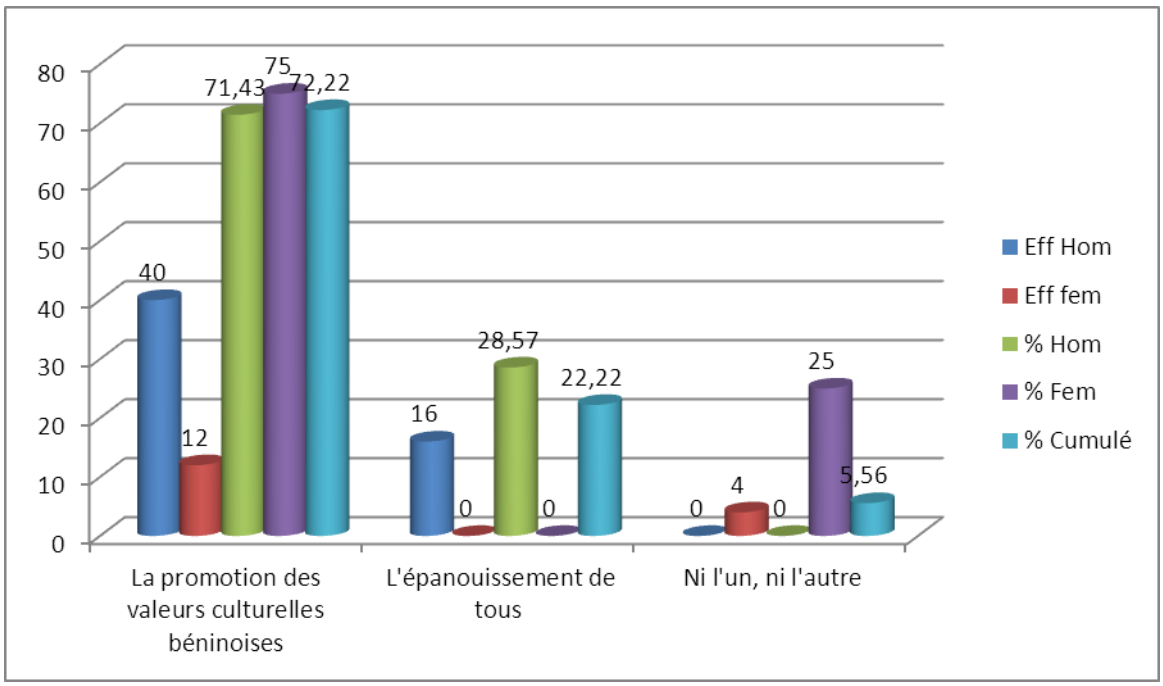


Figure N°14 Autre but de l'émission « Hàn-lisá»

Les enquêtés n'ont pas aussi manqué d'apprécier « Hàn-lisá» ?

Tableau N°15 : Appréciation de l'émission « Hàn-lisá».

Question posée : dans votre entourage d'autres que vous connaissez, tout comme vous :

Réponses	Effectif Homme	Effectif Femme	Pourcentage Homme	Pourcentage Femme	Pourcentage cumulé
Apprécient l'émission	56	16	100	100	100
Ne s'y intéressent pas	00	00	00	00	00
Totaux	56	16	100	100	100

Source : enquêtes de janvier 2014

Les résultats font comprendre que l'émission « Hàn-lisá» est appréciée à 100% par les téléspectatrices et téléspectateurs.

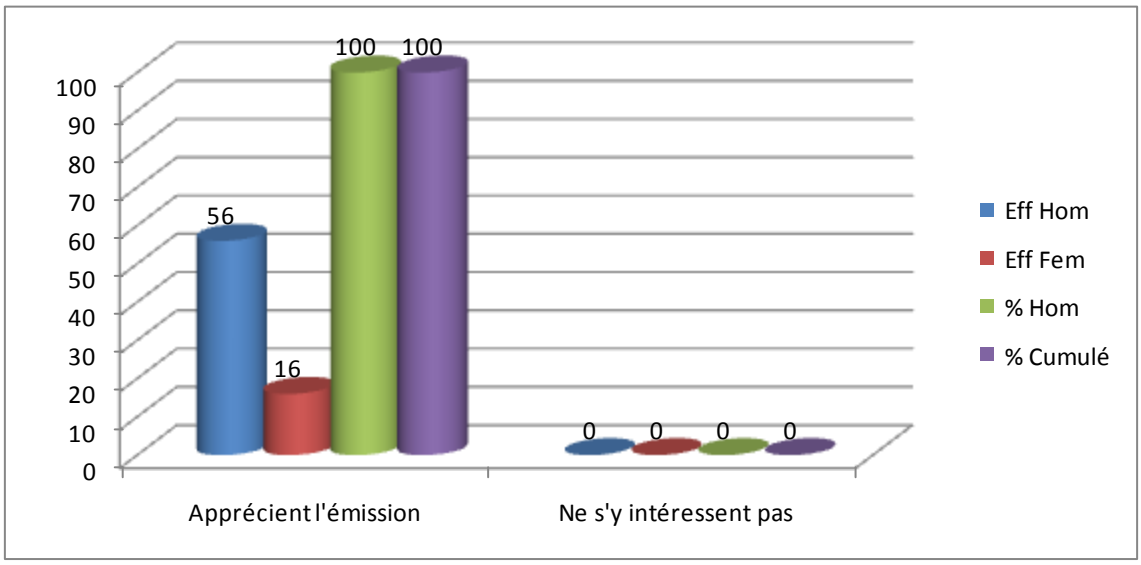


Figure N°15 Appréciation de l'émission « Hàn-lisá».

Les téléspectateurs ont suggéré la création émissions à caractère culturel dans les médias audiovisuels.

Tableau N°16 : Type d'émission d'intérêt pour bien valoriser les cultures endogènes.

Question posée : Pour permettre aux béninois de s'intéresser beaucoup plus à la Radio et à la télévision, il faut :

Réponses	Effectif Homme	Effectif Femme	Pourcentage Homme	Pourcentage Femme	Pourcentage cumulé
Des émissions qui évoquent les éléments cachés des cultures endogènes	33	08	58,93	50	56,94
Des émissions qui présentent des modèles en matière des comportements exigés par la tradition	03	04	05,36	25	9,73
Créer davantage des émissions qui valorisent les cultures endogènes	20	04	35,71	25	33,33
Totaux	56	16	100	100	100

Source : enquêtes de janvier 2014

Pour combler toutes les attentes des téléspectateurs, il faut créer davantage des émissions qui valorisent les cultures endogènes d'une part et d'autres qui évoquent les éléments cachés des cultures endogènes. Ces propositions ont été faites respectivement par 33,33% et 56,94% des sages de la tradition interrogés. Moins de 10% pensent qu'il serait préférable de proposer au public des émissions qui présentent des modèles en matière des comportements exigés par la tradition.

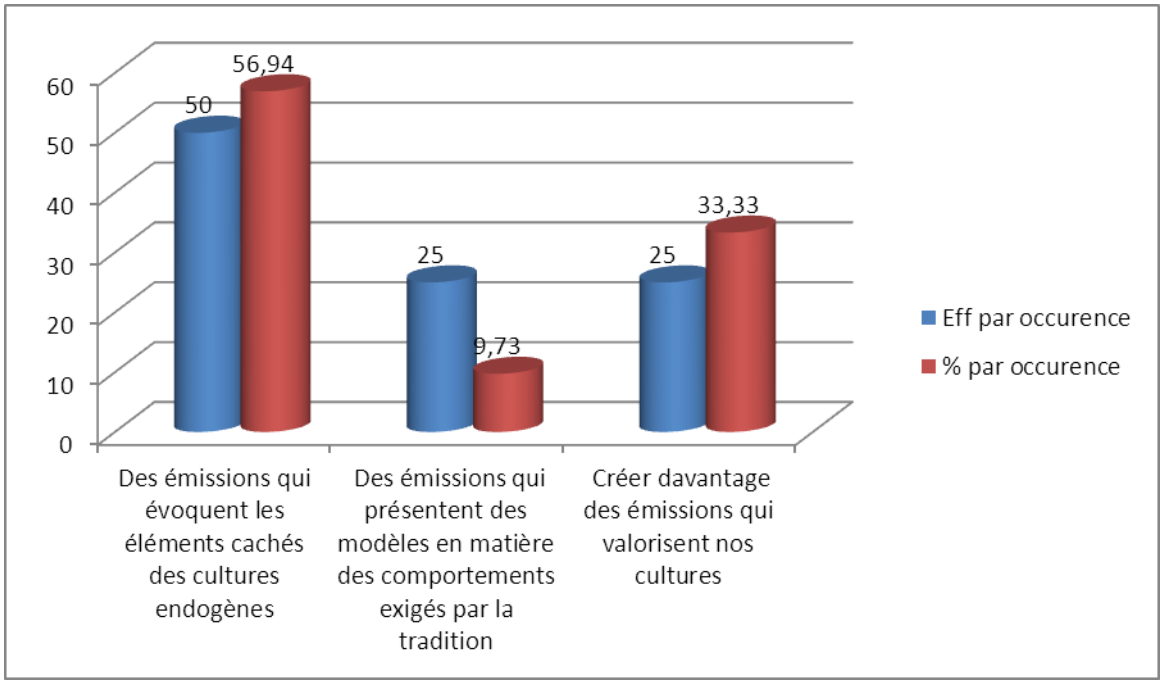


Figure N°16 Type d'émission pour inciter à plus d'intérêt pour bien valoriser les cultures endogènes.

Les résultats ci-dessus présentés, sont ensuite analysés ainsi qu'il suit.

2.3 analyse des résultats

Il convient à ce niveau de notre travail de rappeler les hypothèses que nous nous sommes fixés au départ :

- Les médias audiovisuels contribuent à la valorisation des cultures endogènes.
- L'émission «Hàn-lisá» est un exemple de production audiovisuelle valorisant les cultures endogènes.
- Cette valorisation des cultures endogènes par les médias est insuffisante.

Après ce rappel, intéressons-nous aux chiffres obtenus et interrogeons-nous sur la contribution des médias audiovisuels à la promotion des cultures et traditions du Bénin. Les médias audiovisuels dédient-ils quelques uns de leurs programmes aux cultures endogènes ? On ne peut servir une autre réponse à cette interrogation que celle affirmative. Un regard jeté dans l'espace audiovisuel béninois nous en convainc. Mieux, les chiffres nous renseignent encore plus. Les garants de la tradition qui sont les plus souvent exposés à ces médias ont reconnu que les médias s'intéressent à la chose culturelle endogènes, même si l'unanimité ne s'est faite sur la question. Plus de la moitié, c'est-à-dire 66,67% l'attestent. Il s'en suit alors qu'à priori certaines émissions radiophoniques ou télévisées vantent les valeurs des cultures endogènes. Cependant les auditeurs/téléspectateurs ou auditrices/téléspectatrices sont restés sur leur soif lorsqu'ils suivent ces médias en ce qui concerne la valorisation des cultures endogènes. En témoignent les 33,33% des enquêtés qui pensent que les médias, dans la majorité de leurs prestations sont tournés vers les dominants.

- ✓ **Part des émissions réservées aux cultures endogènes**

Dans le but d'évaluer la qualité des émissions à travers lesquelles les médias audiovisuels béninois valorisent les cultures de leur pays, nous avons ciblé quatre autres différentes émissions culturelles dont une sur la télévision privée Canal3Bénin (**ò xó**), deux sur la télévision nationale ("**dòyí dòslɔ́**" et "**Culture matin**") et une sur Radio Planète (**mɛ-hwenu nú jɛ́ má nyí tàn** (**revue de presse en fɔngbè**). Le choix de ces émissions se justifie par le fait qu'elles abordent des thèmes liés à notre milieu traditionnel.

« Culture Matin »

C'est un rendez-vous culturel hebdomadaire matinal diffusé tous les jeudis de sept 07 heures à neuf 09 heures sur la télévision nationale. C'est aussi un instant solennel qui permet aux béninois d'afficher, à visage découvert, sans honte et sans fioriture aucune, leur être intrinsèque qu'ils rejettent de plus en plus pour s'accrocher à l'ailleurs. Cette émission choisie par 24,71% des téléspectateurs interrogés dans le cadre de la recherche, consacre une place de choix aux savants béninois en matière des cultures endogènes, les gardiens de temple pour que la mémoire ne se perde. Elle se déroule en trois parties structurées chacune en plateaux subdivisés en rubriques. Dans la première partie, on retrouve la partie introductive faite d'événements culturels de la semaine, des clips d'artistes et d'interventions de certaines personnalités du monde culturel. S'en suit le plateau des rubriques dont la première est le forum littéraire où un chroniqueur présente les livres avec des critiques sommaires des œuvres, sans oublier la lecture de quelques extraits pour un peu distraire. **La culture du bonheur** est la deuxième rubrique dédiée à un jeu de test lié au déroulement de l'émission pour tester l'attention que les téléspectateurs y

accordent. De petites questions sont posées et les auteurs des meilleures réponses sont primés. Quant à la rubrique **la culture de l'amour**, elle sert à donner des conseils aux téléspectateurs pour une saine vie en amour tel que le prescrit notre culture. D'autres rubriques comme **la revue de presse culturelle** traitant de l'actualité culturelle, **la sagesse du jour** donnant une pensée, une maxime ou un proverbe avec sa signification, **problème de notre temps, sujet de notre époque**, **Terme précis** et **Tout savoir** sont exposées pour combler les attentes. Ces rubriques ne passent pas tous les jeudis ; elles sont parfois programmées par quinzaine.

Un plateau de grand débat s'installe, dans la deuxième partie, à la suite de ces rubriques. Avec des invités composés des consultants de l'émission, des personnalités de grandes cultures, des gardiens de la tradition et d'autres personnes averties, l'animateur[25] introduit un sujet relatif à la spiritualité, le développement personnel, le coaching, la sociologie, la philosophie etc. autour duquel se déroulent les discussions. Les avis convergents ou divergents permettent aux téléspectateurs d'en savoir plus sur ces différents sujets. La troisième et dernière partie est consacrée à un plateau pêle-mêle offert aux acteurs du monde de la culture pour informer le peuple sur les dernières créations et innovations, les découvertes, les festivals artistiques et culturels… Après cette étape l'animateur conclue son émission.

« **Dòyí dòslɔ́** »

C'est une instance d'analyse et d'information sur les questions d'actualité nationales en langue fɔngbè sur la télévision nationale. Cette émission est co-animée par deux journalistes. Elle est priorisée par 21,26% des téléspectateurs. Elle se déroule en trois rubriques :

[25] HESSOU, Eustache, Florent, animateur de l'émission "Culture Matin"

- « Xó tàjí », "le sujet principal" en français, est la première au cours de laquelle les deux animateurs reçoivent un confrère de la presse ou parfois deux personnes qui donnent d'éclaircissement sur les sujets d'actualité retenus avec à la clé leur point de vue. Les animateurs posent des questions aux invités pour les situer et même donnent, eux-aussi leur opinion sur les sujets.
- « Fɔtɛ́ », "étalez-les", invite les téléspectateurs à la découverte de la tradition, des sages de la tradition, des éléments peu connus des cultures béninoises, les lois traditionnelles, tout ce dont l'éclairage pourrait aider à comprendre beaucoup de choses relatives aux cultures endogènes, la compréhension de certains principes du pays en langue nationale fɔn. A l'occasion un animateur emmène les téléspectateurs à cette découverte à travers une production déjà réalisée avant le jour de l'émission.
- « Nù-kplɔ́n-mɛ yí », "la tribune d'enseignement", la dernière rubrique est destinée à donner des conseils de vie relatifs à la tradition ou aux faits de société. Un sage expérimenté (homme ou femme) est reçu pour conseiller les téléspectatrices et téléspectateurs sur les attitudes à tenir face à tel ou tel problème de la vie, surtout la dépravation des mœurs, les problèmes de foyers etc.

« **Ò xó** »

Ò xó (la parole), est aussi une émission qui traite des questions d'actualité avec des analyses et des précisions sur certaines informations. Entremêlée de l'humour et de l'ironie, cette émission co-animée par deux journalistes en langue nationale fɔn, démarre par la revue de presse en fɔngbè suivie d'une annonce sommaire de quelques sujets d'actualité brièvement commentés. Ce n'est

qu'après cela que la porte est ouverte aux trois différentes rubriques qui sont conçues pour meubler ladite émission.

- La première s'intitule « *è ɖò ná ɖɔ̀* » qui signifie en français « *on doit le dire* » : au cours de cette rubrique, les animateurs reviennent sur un sujet marquant de la semaine afin de l'analyser objectivement.
- « mì ná xwɛ̀ *ǎ* » est la deuxième rubrique ; elle signifie « *nous n'allons pas nous taire* » : c'est l'étape tant attendue par les téléspectateurs. Elle permet de les informer sur les phénomènes sociaux ou faits sociaux qui gangrènent la société actuelle. Il arrive parfois, comme c'est le cas ces derniers temps, de recevoir un invité qui parle d'un événement qu'il organise ou qui a une initiative louable de développement.
- La dernière rubrique est « *vò ba sè* » ; ce qui veut dire « *mets-toi à l'aise pour entendre* » : à ce niveau, c'est une personne ressource qui est invitée. Il s'agit, dans la majorité des cas, des personnes qui souhaitent alerter l'opinion publique sur un scandale qui a lieu dans une entreprise dans laquelle il travaille ou il est responsable. Les animateurs invitent aussi des tradi-praticiens qui donnent des conseils sur les problèmes métaphysiques comme la socellerie. A l'occasion ils font des propositions aux téléspectateurs pour trouver des solutions idoines aux problèmes.

« mɛ-hwenu nú jɛ́ má nyí tàn (revue de presse en fɔngbè sur Radio Planète) »

Cette revue de presse en langue nationale a une connotation particulière. Elle se déroule entièrement et uniquement en fɔngbè soutenue par des proverbes et dictons fɔn pour donner une image aux points de vue des canards sur les

différents sujets d'actualité. Le texte est écrit en fɔngbè avec une cohérente adéquate et ne connait pas d'interférence linguistique (français/fɔngbè). Cette émission est priorisée par 18,39% des enquêtés.

- ✓ **Apport des émissions à la promotion des cultures endogènes**

Remarquons de façon générale que ces émissions ont un point commun qui n'est rien d'autre que l'information, l'actualité, sauf que « Culture Matin » est un peu différent. Ce qui est louable ici et relève des valeurs culturelles est la langue nationale fɔn. Les informations sont donc analysées en fɔngbè et de ce fait, les populations analphabètes qui ne se retrouvaient pas à travers les émissions d'information et d'analyses en langue française, profitent de ce rendez-vous endogène pour s'informer et se faire une idée de l'actualité. L'autre élément de valeur que nous relevons aussi, c'est le comportement vestimentaire des journalistes animateurs et la décoration des plateaux de télévision. Les costumes traditionnels, le plateau traditionnellement conçu, les sièges réalisés en bois et qui ont la forme de ce qu'utilisaient les grands parents, les statuettes placées devant et le décor des rideaux dressés au mur renvoient aux cultures endogènes. Aussi la partie introductive de l'émission « Culture Matin » permet-elle de vendre à l'externe, les valeurs culturelles endogènes, car elle est faite de chants et de danses traditionnels, d'événements culturels de la semaine, des propos marquants des personnalités de la culture etc. Sur un autre plan, les expositions des danses et rythmes traditionnels, des chorégraphies suivis en live sur l'émission par des spectateurs invités en studio, sont de nature à montrer les richesses culturelles béninoises. Cependant, nous décrions la langue qui est utilisée (le français). Du début jusqu'à la fin de l'émission, de l'animateur principal aux invités, tous parlent le français. C'est un contraste parce que

comme le dit un adage fɔn, « l'oiseau grandit toujours dans son plumage (xɛfún mɛ́ wɛ̀ xɛ nɔ su ɖè)». On ne peut pas vouloir émanciper dans sa culture et emprunter la langue d'autrui ; puisque comme nous le verront plus tard, la langue est l'élément capital de sauvegarde de nos cultures. Il est vrai que certains garants de la tradition, certains prêtres de fâ non instruits s'expriment en fɔngbè, quitte à l'animateur principal de les traduire encore en français.

En ce qui concerne les deux autres émissions télévisées à savoir « **Ò xó** » (qui signifie en français la parole) et « **Dòyí dòslɔ́** » (de fond en comble), le caractère commercial et publicitaire a pris le pas sur tout. Autrefois, sur l'émission « ò xó » il n'y avait qu'un petit créneau réservé à la partie publicitaire. Mais dans la poursuite de l'émission, chaque générique annonçant une rubrique est précédé des spots publicitaires. Les raisons brandies par les acteurs de l'émission sont relatives au manque d'accompagnement financier pour assurer la survie de l'émission. Et justement, c'est ce qui est à la base de l'appauvrissement des médias en émissions culturelles endogènes. Les garants de la tradition, les tradi-praticiens sont obligés de payer avant de passer sur ces émissions. Conséquence : ils font plus leur propre promotion que celle de la culture. De même, il est difficile de distinguer le vrai tradi-praticien du faux, parce que certains ne détiennent pas le vrai secret de la vertu des traditions, mais entendent venir se promouvoir sur les ondes afin de se faire beaucoup de revenues sans pourtant incarner l'image des vrais gardiens de la tradition. Cela décourage beaucoup de téléspectateurs et auditeurs qui n'éprouvent pas de joie à suivre ces émissions. Le constat est patent dans les résultats : 38,50% suivent régulièrement les émissions sur les valeurs culturelles à la radio, 44,25% à la télévision. « **Dòyí dòslɔ́** » souffre du même mal. Toutefois, ces deux émissions, dans leur dernière rubrique, apporte un plus au quotidien béninois car c'est une

instance de sages conseils, de recommandations et d'approfondissement de certains tabous de nos traditions comme la sorcellerie ; c'est une instance d'éducation ou de rééducation aux cultures endogènes, quoique le côté mercantile ne soit pas à occulter. Cependant les thèmes développés lors des débats, la qualité des débats et celle des hommes invités souffrent de beaucoup d'insuffisances. Les analyses manquent souvent d'approfondissement parce que les invités ne maîtrisent pas certains aspects des informations faisant l'objet de l'actualité.

Quant à la revue de presse radiophonique en fɔngbè ("*mɛ-hwenu nú jɛ́ má nyí tàn*" qui veut dire "un événement de sa propre époque ne peut être une histoire à raconter »), elle apparaît non seulement comme une tribune d'information en langue nationale fɔn, mais également une émission qui a pour rôle de sauvegarder les valeurs culturelles de la littérature orale. En effet, les proverbes et dictons corroborant l'opinion croisée des journaux est un support didactique pour tout individu ayant oublié ces éléments ou ne connaissant plus ces maximes traditionnelles, de se les approprier. Les valeurs, de ce fait se perpétuent au jour le jour car cette revue de presse se déroule du lundi au vendredi en direct le matin et en rediffusion dans l'après-midi. Elle suscite également le goût d'apprentissage de la langue chez des individus d'autres airs culturels à cause du ton dans lequel le texte est dit. Toute chose qui participe à la promotion des cultures béninoises. Les garants de la tradition interrogés, n'ont donc pas tort quand ils pensent à 22,22% que ces émissions font ressortir les richesses culturelles du Bénin, d'une part et par le même taux, ils affirment qu'elles démontrent d'autre part l'atout des cultures du pays pour le développement. Idem pour les 55,56% d'entre eux qui soutiennent que ces deux aspects sus-évoqués sont remarqués simultanément. Par ailleurs, il faut noter que les émissions de ce type ne sont pas du tout nombreuses. Ce qui fait que les

téléspectateurs ne sont pas comblés. C'est pourquoi les enquêtés ont émis le vœu à 33,33% de créer davantage des émissions qui valorisent les cultures béninoises. 56,94% d'entre eux ont souhaité qu'il faille des émissions qui évoquent les éléments cachés des cultures endogènes.

- ✓ **Le cas de l'émission « Hàn-lisá»**

Hàn-lísá est une émission connue par 85,05% des enquêtés. Elle est aimée et suivie par 74,14% des téléspectateurs de l'échantillon. Son originalité réside dans la promotion de la musique traditionnelle et celle moderne d'inspiration traditionnelle. La musique, faut-il le préciser, est d'abord dans son essence destinée à promouvoir la culture, même si elle-même est un élément de la culture des peuples. La musique sert de véhicule pour la culture car les artistes utilisent d'autres éléments de la culture dans l'exécution des chansons comme les proverbes et dictons pour véhiculer un message, les images rhétoriques, les panégyriques etc. Si les médias audiovisuels, en l'occurrence la télévision décide alors de passer par la musique pour promouvoir les cultures endogènes, on peut avancer qu'il s'agit d'une promotion à deux titres : promotion d'un élément de culture contenu dans la chanson et promotion de la musique elle-même avec ses différents rythmes qui caractérisent la tradition de chaque communauté. Les téléspectateurs ont attesté cet état de chose avec un taux de 79,31%. Par ailleurs, l'habillement traditionnel de l'animateur de l'émission, la langue nationale fɔn dont il fait usage, les enseignements contenus dans les chansons, l'explication faite de ce contenu par les artistes invités sont les preuves de ce que Hàn-lisá apporte sa pierre à la promotion des cultures endogènes. Le contenu des chansons des artistes invités sont approuvés par 51,78%, d'une part et à 39,08% d'autre part. Cette émission est aussi ouverte à toutes les cultures du Bénin. Tous les rythmes de toutes les régions sont les bienvenus car dans certains numéros de l'émission, il arrive que l'animateur

sorte du Sud pour rencontrer les artistes du Nord-Bénin. Cela prouve qu'il œuvre pour une promotion des cultures béninoises à 100%, même si cela n'est toujours pas évident. En ce qui concerne la fonction éducative culturelle de ladite émission, 72,22% des garants de la tradition interrogés en font la confirmation. Non seulement les expériences de vie des artistes constituent une acquisition de conseils pour les téléspectateurs, mais aussi les enseignements véhiculés dans les chansons concourent aussi à cet état de chose. C'est pourquoi la totalité des garants de la tradition (100%) attestent que leur entourage apprécie l'émission. Elle est parfaitement en accord avec les milieux culturels béninois, comme le veut la théorie culturelle, en ce sens qu'elle est au cœur des préoccupations des artistes. Elle fait beaucoup plus la promotion des artistes et surtout ceux exécutant les rythmes traditionnels.

Il faut, cependant, relever que pour des émissions du genre, les attentions sont souvent trop focalisées sur le côté distractif plutôt que celui éducatif, tant du côté des acteurs de l'émission que celui des téléspectateurs. Si le caractère amusant ou celui de l'humour n'est trop perceptible, si l'émission ne permet pas le fou rire, on n'y accorde pas d'importance. Cet aspect des émissions culturelles est à revoir.

Par ailleurs, il est important pour l'animateur de comprendre que tout ce qui se fait aujourd'hui sur cette émission peut déterminer la qualité des langues nationales à l'avenir. En effet cette émission est suivie par des milliers de béninois aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur du pays (beaucoup de béninois de la diassora interrogés dans l'un des numeros de l'émission l'ont affirmé). Cela signifie que, si l'animateur et ses invités prononcent mal certains mots des langues nationales, s'ils en font des phrases approximatives ou emploient des mots péjoratifs, ce sont l'avenir et la survie des ces langues qui ser ont hyppothéqués. Toute chose qui revient à dire que cette émission détermine de ce

fait la qualité de l'éducation à donner aux enfants qui suivent aussi cette émission et par ricochet la qualité de la culture de demain. L'animateur doit alors se rendre à l'évidence qu'il urge de prendre conscience qu'il s'agit d'un travail sérieux. Or un travail sérieux doit pouvoir se faire avec des personnes sérieuses, compétentes, prêtes à s'enrichir elles-même pour pouvoir mieux servir les autres. Tout cela, parce que si l'on est vide, on ne peut servir que du vent aux autres. Il faut être donc plein pour partager quelques choses que l'on a en soi. On sent toutefois que l'animateur est animé par cette volonte, celle de bein faire. Pour cela, il a besoin de se rapprocher des Instituts où l'on apprennent les langues nationales ou des enseignants de ces langues au Département des Sciences du Langage et de la Communication pour s'approprier les différentes façons de pronociation des mots et les tons à employer au plan segmental.

En outre, la qualité de l'entretient lui-même et la notoriété des artistes invités ne sont pas exemptes de reproches. Quelques fois, on remarque de la publicité gratuite faite à certains artistes qui ne méritent pas d'être sur une telle émission. Pour qu'elle soit une émission de référence, et c'est ce qui lui donnerait un autre poids sur le plan international, l'accès ne doit plus être ouvert, comme c'est toujours le cas, à tout artiste de tout genre. Il faut verrouiller un peu l'accès et le réduire à certaines conditions : la qualité de l'artiste, de ses chansons et de son clip, ses expériences, pour ne citer celles-là. Tout passage d'artiste sur l'émission doit normalement supposer qu'il s'agit d'un artiste imbu des valeurs endogènes qu'il veut partager ou auxquelles il veut que la société revienne, afin que d'autres s'en inspirent. Suffit-il de faire sortir un morceau dont la qualité et le contenu sont vides pour mériter un passage sur l'émission ? Suffit-il de faire sortir un clip n'ayant rien à voir avec les valeurs endogènes et montrant les ventres nus des femmes danseuses pour être reçu sur « Hàn-lisá» ? Toute personne qui passe sur « Hàn-lisá» doit pouvoir se dire : « c'est parce que je suis parmi les méritants ».

Enfin si « Hàn-lisá» doit avoir un avenir encore plus radieux, il faut que l'école béninoise l'accompagne. En effet que ce soit en France, en Chine, en Russie ou dans d'autres pays européens, les élèves et écoliers apprennent les chansons de leurs régions, de leurs grands-pères dans leurs langues d'origines. Pourquoi la même situation ne peut-elle pas se faire au Bénin ? L'école doit donc commencer par apprendre aux apprenants les chansons des villages du pays, des grands parents dans les langues nationales. Ceci peut même connaître une évolution rapide avec l'expérience de l'insertion de quelques unes des langues nationales sélèctionnées dans le système éducatif formel, entammée depuis l'année scolaire 2013-2014.

Au terme des analyses, il apparait évident que les hypothèses fixées au départ sont presque toutes vérifiées. La première postule que les médias audiovisuels contribuent à la valorisation des cultures endogènes. Elle se vérifie parce que les résultats et les analyses l'ont prouvé. Les médias audiovisuels en général et la télévision en particulier promeuvent les valeurs culturelles endogènes. Cette promotion est faite à travers des émissions évoquées et analysées un peu plus haut.

Quant à la deuxième hypothèse, elle suppose que «Hàn-lisá » est un exemple de production audiovisuelle valorisant les cultures endogènes. A ne s'en tenir qu'à la version des enquêtés, on comprend que «Hàn-lisá » présente des éléments de valeurs inhérents aux cultures endogènes. Les analyses aussi l'ont confirmé. Les artistes invités dont les œuvres sont promues au cours de l'émission, faisaient déjà à travers les chefs d'œuvres la promotion des cultures endogènes. Cette émission est donc relativement idéale pour la promotion des valeurs culturelles endogènes. Toutefois, les temps d'antenne accordés aux émissions culturelles ne reflètent pas le contexte actuel. Les émissions en langue française occupent presque tous les programmes. Et les enquêtés sont conscients

du fait. Ils ont formulé des requêtes pour la création de nouvelles émissions culturelles. Ce qui justifie la vérification de la troisième hypothèse. La promotion des cultures endogènes n'est pas suffisante. Il importe alors pour eux de savoir la responsabilité qui est la leur pour combler les attentes sur le plan culturel.

CHAPITRE III : CONTRIBUTION DE L'EMISSION « Hàn-lísá » A LA PROMOTION DES VALEURS ENDOGÈNES ET PARTITION A JOUER PAR LES MEDIAS AUDIOVISUELS

3.1 Portée culturelle de l'émission « Hàn-lisá»

Il faut rappeler d'abord que l'émission « Hàn-lisá» a pour but de promouvoir la musique traditionnelle. Ce faisant elle s'appesantit non seulement sur les rythmes joués et leur origine mais aussi et surtout les chansons traditionnelles et leur message. De ce fait il importe de montrer la place qu'occupent les chansons dans la promotion des cultures endogènes afin de reconnaître l'effort de l'émission « Hàn-lisá».

3.1.1-Place des chansons dans la promotion des valeurs endogènes

La chanson est un genre littéraire essentiel dans la tradition orale. Elle a pour fonction la conservation des valeurs morales traditionnelles. En effet, la chanson se révèle comme un support de conservation des autres genres littéraires tels que les contes, les devinettes, la poésie, etc. Elle permet de conserver l'histoire dans ses grands traits : la généalogie des dynasties royales, des familles, des rois etc. Quand un chanteur met en exergue dans ses chansons les prouesses d'un roi, retrace le panégyrique des rois ou l'histoire d'un clan, il les grave dans les anales pour toujours. Car pour se les rappeler, il suffirait de faire recours à la chanson.

Par ailleurs la chanson permet aussi de sauvegarder le savoir faire, le savoir être d'une société, les vertus de la vie qu'on peut transmettre de génération en génération. C'est même un canal d'éducation conformément aux valeurs endogènes.

L'autre rôle de la chanson est l'expression : expression de son identité culturelle, expression de sa fierté d'être de telle ou telle communauté culturelle.

Ce n'est que par l'expression que l'on peut affirmer son authenticité, ses valeurs culturelles. Outre ces fonctions reconnues à la chanson, on peut également par ce canal promouvoir la culture de la paix, de l'amour du prochain entre les membres d'une même société. Les atouts de la chanson pour les cultures endogènes ainsi compris, quelle est l'opportunité de l'émission « Hàn-lisá » ?

3.1.2-La contribution de l'émission « Hàn-lisá »

Le mot « Hàn-lisá » est un mot composé à partir de deux autres que sont « *Hàn* » qui signifie en français "*chanson*" et « *àlisá* » qui veut dire "*palabre*". Après la définition des constituants du nom de l'émission, il apparait claire que le nom signifie « à palabre de la chanson ». De cette signification on peut déjà se faire une petite idée de l'opportunité de l'émission. Elle instaure une palabre autour des chansons traditionnelles ou de la musique traditionnelle. Le terme palabre rappelle même le rôle des vieillards qui réunissent les jeunes générations au clair de lune, autour du feu et animent les séances du soir. Il s'agit, selon l'affirmation de quelques garants de la tradition interrogés, de ces séances communément appelées « gbada-lisá » c'est-à-dire "les palabres du soir" au cours desquelles le vieillard donne des "cours" de contes et de chants ou chansons, raconte des histoires amusantes pour en assurer la transmission de génération en génération. Loin de se substituer à « gbada-lisá », « Hàn-lísá » peut assumer la fonction des vieillards qui n'organisent plus de nos jours ces séances nocturnes ; exception faite à quelques villages. Mais toujours est-il que cela est inexistant dans les villes. Aussi faut-il souligner que « Hàn-lisá », en recevant des artistes du certain âge, offre l'occasion non seulement aux jeunes artistes invités pour la circonstance d'apprendre aux côtés de l'expérimenté, mais aussi aux jeunes générations qui suivent ladite émission de s'offrir la même opportunité. L'heure de diffusion de l'émission (23 heures) répond bien à cette fonction des vieillards.

Par ailleurs « Hàn-lisá » accomplit quelques unes des fonctions des griots des cours royales. En effet les griots, par le seul travail de la mémoire, détiennent les coutumes, les traditions et les principes de gouvernement des royaumes. « Hàn-lisá » aussi dans la quête de l'origine des rythmes de l'artiste invité, oblige ce dernier à amener les auditeurs à la connaissance des coutumes et des traditions. Dans l'un des numéros de l'émission, l'artiste de la musique traditionnelle "zɛ̀nlĭ" **Alɛ̀kpéhanwu** s'est évertué à rappeler l'origine de ce rythme royal. Malgré tous ces apports de l'émission « Hàn-lisá », quelques suggestions sont à prendre en compte.

3.1.3- Suggestions pour une amélioration de l'émission

Nous venons de démontrer que l'émission « Hàn-lisá » est une tribune de promotion des cultures endogènes. Mais elle ne l'est pas dans sa totalité. Elle le serait au complet si :

- Elle était subdivisée en rubriques. Ceci parce que depuis un certain moment, elle donne l'impression de se laisser aller à un fourre-tout. En fait, dans la diffusion de l'émission on constate que non seulement l'animateur reçoit un ou des artistes mais encore il vient en aide à des artistes en difficultés. Nous ne sommes pas contre le fait. Mais si cela devient de plus en plus nécessaire, il serait mieux de créer une rubrique pour cette partie afin de bien spécifier les éléments ;
- L'animateur se concentrait uniquement sur les musiques traditionnelles ou celles modernes d'inspiration traditionnelle, au lieu de recevoir, au cours de l'émission, des artistes de la musique moderne comme la salsa ou le reggae, même si quelques unes de leurs chansons sont exécutées parfois en fɔngbè.

Il importe aussi de multiplier des émissions du genre sur les médias audiovisuels pour assister à une véritable promotion des cultures endogènes dans les médias. Mais pour en arriver là, il est important d'apprécier la part que les médias dont les émissions concernent cette étude réservent à la promotion des cultures endogènes.

3.2-La responsabilité des médias audiovisuels

Les médias audiovisuels ont un rôle éminent à jouer dans la promotion et la sauvegarde des patrimoines culturels endogènes. Les chantiers sont certes immenses, mais les mass médias doivent prendre leur responsabilité à tous les niveaux.

3.2.1-Les langues nationales

Comme l'a préconisé le professeur **O. B. J. YAÏ,** « *le monde d'aujourd'hui est caractérisé par une rude concurrence entre les peuples et les pays pour accéder aux biens de consommation. Cette compétition requiert une forte utilisation des langues dans les stratégies élaborées pour conquérir l'hégémonie. Les enjeux sont énormes et les plus faibles risquent de disparaître. La disparition d'une langue est une perte pour l'humanité, car les personnes dont cette langue est langue maternelle perdent toute reconnaissance de leur identité en tant que composante de cette humanité* »[26]. Les langues nationales, de ce fait, assurent le maintien des valeurs culturelles. C'est grâce à elles que les cultures se perpétuent à travers les temps. Cette reconnaissance est même consignée dans la charte culturelle de la République du Bénin qui fixe la loi n° 91-006 du 25 février 1991 et en son article 17 reconnaît les langues nationales comme « *…vecteurs de nos cultures et instruments privilégiés du*

[26] YAÏ, Olabiyi, B., J., *Langues et politiques de langues au Bénin*, « Préface », Cotonou, Ablɔɖè, 2009, p5

développement culturel et social »[27]. Faisant ce même lien entre langue et culture, E. T. ABIALA trouve qu' « entre la langue et la culture, il n'y a qu'une parenté profonde ; la langue constitue le vecteur, le support d'une culture »[28] Dans l'un de ses travaux sur les médias africains et les cultures de leur terroir, J. CARLOS[29], procédant à l'identification des supports de l'action culturelle donne la première place aux langues nationales. Celles-ci constituent un support traditionnel et un instrument par excellence de l'identité culturelle, et ensuite les moyens de communication de masses, le support moderne. Les médias se situant à la deuxième place parmi les supports de l'action culturelle, se doivent de prendre leur responsabilité. Car aujourd'hui la colonisation continue d'impacter les actions médiatiques en ce qui concerne la prestation des Radios et Télévisions sur le plan linguistique. Le français ravit la vedette aux langues nationales, exception faite aux radios communautaires. Ce phénomène, il faut le préciser, ne se fait pas trop sentir dans les stations Radios. Mais c'est plutôt les chaînes de télévisions qui en sont adeptes. Cette négligence des langues nationales au sein de la télévision se justifie par l'influence de la colonisation qui fait que dans la constitution du Bénin le français est considéré comme la langue de travail et de toute administration. Une autre raison est que les responsables des médias conçoivent souvent la majorité de leurs programmes pour les intellectuels, les élites et non pour le bas peuple. Face à ce constat regrettable pour la survie des cultures endogènes, il est nécessaire pour les médias de multiplier les émissions en langues nationales pour être plus proche des populations qui sont en majorité analphabètes. Ils doivent faire en sorte que les langues maternelles dans une majorité considérable puissent avoir une place

[27] Cité par GBENOU, Issa, in *Mass media et promotion des langues nationales : l'expérience de la Radio Afrique Espoir de Porto-Novo*, Mémoire de maîtrise, FLASH/DSLC, 2008, p37

[28] ABIALA, Efrème, T., *Impacts socio-culturels des radios communautaires sur la jeunesse : cas de la radio Alakétu commune de KETU*, mémoire de maîtrise, FLASH/DSLC, 2012, P59.

[29] CARLOS, Jérôme, La fonction culturelle de l'information en Afrique, *« La Radio et la Télévision en faveur de la participation à la vie culturelle : le cas du Sénégal »*, Institut culturel africain, les nouvelles éditions africaines, Lomé, 1985, p186.

dans ces différentes émissions. Pour toujours tenir la dragée haute, il va falloir que les journalistes animateurs en langues nationales fassent assez de recherches documentaires pour percevoir et s'approprier les subtilités et les tournures de ces langues. Cela leur permettra de bien parler la langue pour combler les attentes de l'auditoire.

3.2.2-Les relations médias-culture pour un développement endogène

Le développement endogène d'une nation ne peut advenir sans la promotion des cultures endogènes. Ce qui implique la responsabilité des médias audiovisuels. Ceux-ci dans leur *fonction agenda* doivent, en choisissant les sujets, donner une belle part aux cultures endogènes ; d'où les relations Médias-Cultures doivent être repensées.

- ✓ *Radio-culture*

Avant l'arrivée des moyens modernes de communication dont la radio, il existait d'autres moyens qualifiés de traditionnels. Les agents traditionnels de communication sont reconnus comme tels. C'est eux qui assurent la transmission de l'information à tous les niveaux. On peut par exemple citer les griots, les informateurs traditionnels se servant du gong etc. Avec l'avènement des technologies de l'information et de la communication, les rôles traditionnels ont été remplacés. Les médias assument désormais cette fonction. La Radio se trouve particulièrement représentative dans cette mission, parce qu'elle est plus adaptée à l'oralité. En effet, comme le pense M. M. DIABATE, « *elle participe efficacement à la conservation et à la revalorisation du patrimoine culturel national* »[30]. On peut user de plusieurs langues nationales pour s'adresser au plus bas peuple sans recours à l'écriture. La Radio utilise donc la parole et par ce fait, les populations prennent conscience des us et coutumes sans grandes

[30] DIABATE, Massa, Makan, *La fonction culturelle de l'information en Afrique*, « Corrélation entre communication moderne et traditionnelle », Institut culturel africain, les nouvelles éditions africaines, Lomé, 1985, p23.

difficultés. Cela ne l'éloigne pas du tout de la fonction des griots et encore plus spécialement celle des grands-pères et grands-mères qui, à la tombé de la nuit, à la belle étoile, réunissent les enfants et petits enfants pour leur narrer des histoires afin de tirer ensembles des leçons de vie.

En outre, les médias ont pour mission première, et tout le monde le sait, d'informer. L'information qui est un pouvoir technologique a, à son tour, un rôle cardinal dans l'action culturelle. La Radio, avec la magie des ondes peut exercer sur les peuples le pouvoir de la parole pour atteindre les identités culturelles dans leur plus ultime intimité. Pour ce faire la radio est appelée à faire un effort pour toujours atteindre les populations, être plus près d'elles. Ces dernières doivent être impliquées dans toute action culturelle entreprise. Il est de bon ton de les faire participer à toutes les émissions culturelles en direct sur les ondes. Les responsables doivent cesser de penser que, parler des éléments culturels et cultuels à la radio, c'est promouvoir la sorcellerie en plein jour. Si les chinois, les japonais et autres ont pu adapter les innovations technologiques à leurs différentes cultures pour se développer, pourquoi les pays africains ne peuvent-ils pas en faire autant ? La Radio est donc sensée entretenir une relation directe avec les cultures endogènes afin de rapprocher tout individu de sa culture. Grâce à la vulgarisation des valeurs culturelles par le biais de la Radio, les populations auront non seulement une facilité à se développer elles-mêmes, mais aussi et surtout à mettre leur culture au cœur du développement de la nation. En effet, plus l'individu se retrouve dans ses valeurs culturelles, plus il s'épanouit et facilement il peut travailler. Par exemple, quand on s'adonne à la culture du blanc, on ne peut jamais susciter sa curiosité parce qu'il n'y verra rien de particulier. Or la promotion de sa propre culture à travers les arts, les danses, le théâtre, les langues nationales, les masques culturels etc. peut faire vendre le pays à l'étranger. L'enjeu de la Radio dans sa relation avec la culture, ainsi compris, qu'en sera-t-il alors de celui de la Télévision ?

✓ *Télévision-culture*

Dans la promotion des valeurs culturelles traditionnelles, la télévision peut compléter la radio. La télévision associe l'image à la parole. Ce faisant, elle est en parfaite relation avec le conte traditionnel. En la regardant, on semble se retrouver dans les mêmes conditions que celles des spectateurs venus assister à un théâtre populaire africain et qui sont en face d'un orateur ; sauf que celui-ci ne reçoit pas la réaction directe de son auditoire comme c'est le cas lors des spectacles. On comprend donc que l'enjeu de la Télévision est plus grand que celui de la Radio, car ajoutant le geste à la parole. Elle est bien appropriée pour l'instauration du dialogue interculturel entre les peuples. En relayant sur les écrans les différentes valeurs endogènes que sont les modes de vie, les rythmes musicaux traditionnels, les rites initiatiques, les coutumes cultuelles, les panégyriques (des rois ou des clans), les télévisions béninoises participeront à une véritable instauration de dialogue interculturel à l'interne. Car c'est au sein du pays qu'il faut d'abord commencer par mettre en application l'instauration du fameux rendez-vous du donner et du recevoir entre les cultures. C'est cela même qui traduit le respect de la diversité culturelle des peuples. Ce faisant, les télévisions vont créer une harmonie au sein des communautés du pays et l'une chercherait à prendre exemple sur l'autre ; et dans ce cas, chacune d'elle sera nourrie d'une ambition de concurrence : concurrence à œuvrer d'avantage pour la sauvegarde de ses valeurs culturelles, concurrence à faire beaucoup d'effort pour refaire sortir tout ce qui est négligé dans sa culture pour le partager avec les autres peuples. Chaque communauté aura donc pour souci de mieux travailler pour la survie de ses valeurs culturelles. Cet engouement et cette motivation au sein des communautés, c'est la Télévision qui les leur aurait donnés. Cela suppose que la Télévision s'est donnée pour rôle de visiter à plein temps les groupes socioculturels afin de partager avec les autres groupes les richesses culturelles. Ce partage est même possible à l'extérieur puisque beaucoup de nos

chaînes de télévisions (publiques ou privées) sont sur satellite depuis des années. Ce rôle se doit d'être pérennisé. La pérennisation dépend aussi de l'accompagnement de tous.

3.3-Conseils pratiques

3.3.1-A l'endroit des intellectuels et les garants de la tradition

Les intellectuels, étant porteurs de « *l'expression des vues et des préoccupations de la grande masse ignorante* »[31], doivent apporter leur contribution à la construction de la pensée sociale. En effet, si on convient que les médias, dans leurs pratiques, font l'agenda des peuples, rendent visibles les acteurs agissant individuellement dont les intellectuels, il importe que ceux-ci aussi proposent des pensées promouvant les cultures endogènes. Car comme l'a affirmé J-E. GBAGUIDI, « *l'intellectuel est une usine à produire des idées d'importance sociale… les mass medias et les intellectuels sont, et ne peuvent qu'être, deux faces d'un même et unique phénomène : la socialisation* »[32]. Ils font donc une part active à la vulgarisation des médias. Grâce à leur capacité d'anticipation sur les choses, ils peuvent aussi critiquer et corriger l'acculturation vers laquelle tendent les médias audiovisuels et surtout la télévision.

Par ailleurs, les garants de la tradition sont interpellés à ne pas baisser les bras dans leur détermination à toujours sauvegarder nos us et coutumes. Ils sont les gardiens de la tradition et les portes flambeaux de nos cultures. Comme ils le font déjà, c'est grâce à eux que le plus bas peuple aura des clarifications et des explications sur certains traits cachés des cultures béninoises. A l'instar des intellectuels, ils doivent être dans une relation permanente avec les médias car

[31] GBAGUIDI, Jean-Euloge, *Médias audiovisuels et construction démocratique au Bénin :* De la nécessité de deux niveaux de lecture, Cotonou, Les éditions Culturêmes, 2008, p 41
[32] Ibidem, p 42

ils sont également une usine à non seulement produire des idées endogènes, mais aussi à nous faire découvrir des non dits que la grande masse ignore jusque-là et qui pourrait contribuer à son développement culturel. Ils peuvent fixer le quotidien cultuel des peuples aux côtés des médias en suggérant aux auditeurs et téléspectateurs des valeurs éducatives culturelles pour un changement de comportement.

3.3.2-A l'endroit des artistes, les promoteurs et les hommes de cultures

« Un peuple sans patrimoine culturel est un peuple sans mémoire»[33], pense J. CARLOS. On peut également dire, en se basant sur cette affirmation qu'un peuple sans promoteurs culturels est un peuple de culture moribonde. En effet, les artistes reconstruisent les valeurs éducatives culturelles à travers leurs chefs d'œuvres, leurs albums. Ils sont appelés à redoubler d'efforts de créativité au service de leur culture d'origine. Car, nombreux sont-ils aujourd'hui ces artistes qui ont relégué au second rang leur culture pour s'attacher à une culture étrangère qu'ils valorisent dans leurs chansons. Des actes du genre ne sont pas de nature à garantir un lendemain meilleur à une nation qui entend accéder au développement, surtout endogène. Il leur est suggéré, à cet effet, d'intégrer dans leurs chansons les valeurs culturelles susceptibles d'éduquer aux cultures endogènes. Ils doivent également aller à la recherche des personnes ressources (les sages et garants de la tradition qui constituent, comme l'a dit A. HAMPATE BA, une grande bibliothèque africaine dont la disparition peut être une perte pour l'humanité) afin d'étoffer leurs productions artistiques. Ce serait leur contribution à la promotion des cultures endogènes. Et en relayant leurs chefs d'œuvres, les médias maintiendraient le cap dans leur rôle de promouvoir les cultures du terroir.

[33] CARLOS, Jérôme, La fonction culturelle de l'information en Afrique, *« La Radio et la Télévision en faveur de la participation à la vie culturelle : le cas du Sénégal »*, Institut culturel africain, les nouvelles éditions africaines, Lomé, 1985, p183

Les artistes plasticiens, eux, font de leur mieux en faisant revivre certaines caricatures d'hommes influents des cultures endogènes et quelques traits caractéristiques passés. Néanmoins, ils doivent accélérer dans ces productions d'art plastique pour accrocher plus les touristes et investisseurs étrangers dans les cultures endogènes. J. CARLOS a vu juste quand il pense que « la participation des artistes et créateurs aux médias suppose un préalable : la claire conscience d'une lutte entre des cultures aux moyens inégaux au départ, des enjeux culturels, d'un choix, qui récuse toute neutralité et qui situe par conséquent, dans un camp ou dans l'autre ». Les gouvernants ont, eux aussi leurs partitions à jouer.

3.3.3-A l'endroit des dirigeants

Aucun projet ne peut aboutir si les gouvernants ne sont pas aptes à l'accompagner. De ce fait, pour que les médias puissent avoir une facilité à valoriser les cultures endogènes, les dirigeants doivent jouer leur partition. La culture émane du peuple et pour arriver à son essor, les dirigeants doivent cesser de prendre des décisions en haut sans associer le peuple. Il importe alors qu'ils élaborent des politiques culturelles respectant les principes suivants :

- la concertation, la participation et une démocratisation épanouie,
- le financement des initiatives culturelles tant du côté des médias que du peuple,
- la prise en charge de la formation des acteurs culturels et des journalistes culturels,
- la garantie d'une liberté effective de la presse.

CONCLUSION

Vu l' importance des médias audiovisuels dans le processus démocratique surtout à l'ère des technologies de l'information et de la communication (TIC), ils sont au cœur du développement du pays. Mais ce développement connaîtra un envol rapide si ces médias se concentrent en grande partie sur la diffusion des valeurs culturelles spécifiques. Ces médias audiovisuels ont la volonté de promouvoir les cultures endogènes. Mais le souci de renflouer les caisses de l'entreprise pour sa survie les fait tourner vers les cultures exogènes (le cas des films et feuilletons) sans oublier l'insuffisance d'accompagnement de ces médias au profit des cultures endogènes tant au niveau des dirigeants que certains gardiens de la tradition. Et le résultat auquel est là : une insuffisance des productions médiatiques valorisant les cultures endogènes. Les responsables des médias en sont pour beaucoup. Certains interdissent aux animateurs de permettre aux tradi-praticiens de donner des recettes sur les ondes. A la télévision du service public par exemple, l'acte est interdit par une note service affichée. Or aujourd'hui les plantes et d'autres objets naturels que l'on côtoie au quotidien ont des vertus prodigieuses que beaucoup ignorent. Faire la promotion de la vertu des plantes à travers les médias audiovisuels, n'est pas abusif.

Sur un autre plan, on constate beaucoup de déviances observées au sein de la jeunesse comme la dépravation des mœurs. Ce sont quelques une des conséquences des films et feuilletons auxquels ils sont exposés chaque jour. Les valeurs morales sont, de ce fait, menacées. Ce phénomène doit amener les médias audiovisuels à se poser des questions sur la mission qui est la leur afin de tenir compte du contexte dans lequel ils émettent. Il serait mieux pour les dirigeants, surtout au niveau de la Haute Autorité de l'Audiovisuel et la Communication de se doter d'une loi imposant un taux de pourcentage des programmes à accorder à la promotion des cultures endogènes que les médias

doivent respecter strictement. C'est aussi une manière d'assumer la fonction de régulation. Toutefois, les médias sont appelés à faire un peu plus d'effort dans ce sens. Il y va du développement endogène de la Nation.

ÉLÉMENTS DE BIBLIOGRAPHIE

- ABIALA, E. Tolachadé, *Impacts socio-culturels des Radios communautaires sur la jeunesse : cas de la radio FM Alakétu commune de KETU*, mémoire de maîtrise, FLASH/DSLC, 2012, 72 p.
- ADAM, K., Sikirou, *Langues et politique de langue au Bénin*, « Le Bénin en Afrique et dans le monde : données géographiques, historiques, économiques et socioculturelles », Cotonou, Ablɔdè, 2009, 194 p.
- AKANBI, Mudasiru, Le français face aux langues africaines au Bénin, en Côte d'Ivoire et au Togo : une situation de diglossie intéressante, *IMO-IRIKISI N°1, Revue scientifique des humanistes du Bénin*, FLASH-UAC, juillet 2009, 273 p.
- AWAKA, Y., José, Fabrice, *contribution des médias audiovisuels à l'éducation des enfants : cas de l'émission « Le club des fans »*, mémoire de maîtrise, FLASH/DSLC, 2012, 76 p.
- BALLE, Francis, *Lexique d'information communication*, édition Dalloz, Paris, 2006, 476 p.
- BALLE, Francis, *Médias et société*, 14ème éd, Paris, Montchrétien-Lexento-édition, 2009, 832 p.
- CARLOS, Jérôme, *La fonction culturelle de l'information en Afrique*, « La Radio et la Télévision en faveur de la participation à la vie culturelle : le cas du Sénégal », Institut Culturel Africain, les nouvelles éditions africaines, Lomé, 1985, 224 p.
- DADELE, Antoine, *Introduction aux sciences de l'information et de la communication*, notes de cours, Cotonou, 2005, 75 p.
- DIABATE, M., Makan, *La fonction culturelle de l'information en Afrique,* «corrélation entre communication moderne et

traditionnelle »,Institut Culturel Africain, les nouvelles éditions africaines, Lomé, 1985, 224 p.

- GBAGUIDI, Jean-Euloge, *Francophonie : le nécessaire dialogue des cultures est-il possible ?*, les éditions culturêmes, ONIP, 127 p.
- GBAGUIDI, Jean-Euloge, *Médias audiovisuels et construction démocratique au Bénin : De la nécessité de deux niveaux de lecture*, les éditions culturêmes, Cotonou, 2008 ,102 p.
- GBENOU, *Issa, Mass média et promotion des langues nationales : l'expérience de la Radio Afrique Espoir de Porto-Novo*, mémoire de maîtrise, FLASH/DSLC, 2008, 73 p.
- LAZAR, Judith, *sociologie de la communication de masse*, Armand Colin, Paris, 1991, 233 p.
- MAIGRET, Eric, *Sociologie de la communication et des médias*, Armand Colin, ouvrage en ligne, Paris, 2003, pp. 232-234.
- NEKPO, Célestin, Education et Culture, Tom1, *Centre National de production de Manuel Scolaire (CNPMS)*, Porto-Novo, 1997, 135p.
- PREDAL, René, *Les médias et la communication audiovisuelle*, Les éditions d'organisation, Paris, Cedex, 1995, 348 p.
- TCHITCHI, Y. Toussaint, *Langues et politiques de langues au Bénin*, « Profils linguistiques et sociolinguistiques du Bénin », Cotonou, Ablɔɖ è, 2009, 194 p.
- TUDESQ, André-Jean, *Les médias en Afrique*, Infocom, 160 p.
- WOLTON, Dominique, *Penser la communication*, Ed Flammarion, 2011, 148 p.
- YAI, B., Olabiyi, *Langues et politiques de langues au Bénin*, « Préface », Cotonou, Ablɔɖ è, 2009, 194 p.

- YENOUSSI, E., T., Sènakpon, *Médias et dialogue interculturel au Bénin : quel regard sur la question ?*, mémoire de maîtrise, FLASH/DSLC, 2011, 87 p.

WEBOGRAPHIE

- www.olivier-moch.over-blog.net, consulté le 12 Août 2013 à 11h 35.
- www.sciencesHumaines.com**,** consulté le 09 septembre 2013 à 12h 15.
- www.universalis.fr/encyclopedie/medias-sociologie-des-medias/ressources, consulté le 09 septembre 2013.
- www.unesco.org, consulté le 23 septembre 2013 à 19h 09.
- www.unesco.org/culture/fr/files, consulté le 24 septembre 2013 à 19h 05.
- www.levenementprecis.com, consulté le 18 octobre 2013 à 20h 45.
- www.arbre-de-vie.org, consulté le 10 novembre 2013 à 21h 16.
- www.estis.net, consulté le10 novembre 2013 à 21h 27.

ANNEXES

QUESTIONNAIRE D'ENQUÊTE

(Aux hommes et femmes de médias)

Veuillez bien nous aider, Madame/ Monsieur, à trouver des réponses aux questions ci-dessous. Elles comptent pour une enquête dans le cadre de notre mémoire de maîtrise au Département des Sciences du Langage et de la Communication (DSLC) de l'Université d'Abomey-Calavi. Le thème est :

LES MEDIAS AUDIOVISUELS DANS LA PROMOTION ET LA VALORISATION DES CULTURES ENDOGENES : *CAS DE L'EMISSION TELEVISEE "* Hàn-lísá *"*

1. Disposez-vous d'une émission qui valorise les cultures endogènes ?
   Oui ☐ Non ☐
2. Quel est le nom, le jour et l'heure de diffusion ?

……

……

3. A quelle cible l'émission est- elle destinée ?
   - Les jeunes ☐
   - Les élèves/ étudiants ☐
   - Les personnes âgées ☐
   - Les garants de la tradition ☐
4. comment se déroule alors ladite émission ?
   - en une seule rubrique ☐
   - en plusieurs rubriques ☐
   - simplement ☐

5. En cas de plusieurs rubriques, dites le nombre et l'intitulé de chacune d'elles

……

……

6. Quels genres de personnes invitez-vous dans votre émission
   - Les artistes de la musique moderne ☐
   - Les artistes de la musique moderne d'inspiration traditionnelle ☐
   - Les artistes de la musique traditionnelle ☐
   - Les garants de la tradition ☐
6. Quel est l'objectif de l'émission ?
   - Valoriser la tradition ☐
   - Faire adhérer les jeunes à la tradition ☐
   - Encourager les artistes à promouvoir les cultures endogènes dans les chefs d'œuvres ☐
   - Autres

     ……

     ……
7. Avez-vous des suggestions à faire ?

   Oui ☐ Non ☐
8. Si oui, les quelles ?

   ……

Madame/Monsieur, merci d'avoir répondu à ces questions

QUESTIONNAIRE D'ENQUÊTE

(Aux téléspectateurs et auditeurs)

Veuillez bien répondre à ces questions. Elles comptent pour une enquête entrant dans le cadre de la réalisation de notre mémoire de maîtrise. Nous vous prions de bien vouloir mettre le signe **X** devant la réponse choisie

SEXE : Masculin : ☐ Féminin : ☐

1. Avez-vous un poste radio (une radio) ou un poste téléviseur (une télé) à la maison ?

Oui : ☐ Non : ☐

2. quel(s) médias aimez-vous suivre souvent ?

La télévision : ☐ la radio : ☐ les deux ☐

3. Qu'est-ce que vous aimez à la télévision ?

Film : ☐ Feuilleton : ☐ Musique moderne : ☐ musique traditionnelle : ☐

Journaux télévisés en français : ☐ Journaux télévisés en fɔngbé : ☐

Documentaire : ☐ Emissions sur les cultures endogènes : ☐

4. Qu'est-ce que vous aimez à la radio ?

   Journaux parlés en français : ☐ Journaux parlés en français : ☐

   Magazines sur les valeurs traditionnelles : ☐ émissions sur les cultures traditionnelles: ☐ musique moderne : ☐ musique traditionnelle : ☐

5. Ecrivez deux noms de ce que vous aimez (film, musique, Emission sur les cultures endogènes ou feuilleton….)

……..

6. Choisis une émission que tu aimes sur les quatre :

« doyi doslɔ » (ORTB) : ☐ « mɛ-hwenu nu djɛ-má nyí tàn (revue de presse en fɔngbè) » (Radio Planète) : ☐

« O xo » (Canal3) : ☐ Culture matin (ORTB) : ☐

7. Connaissez-vous l'émission « Hàn-lísá» de Canal3 Bénin ?

Oui : ☐ Non : ☐

8. Aimez-vous l'émission « Hàn-lísá » ?

Oui : ☐ Non : ☐

9. Qu'aimez-vous dans cette émission ?

- les valeurs traditionnelles révélées ☐
- ce que disent les artistes de la musique traditionnelle invités ☐
- les garants de la tradition cités et qui sont déterminés à accompagner ces artistes : ☐

10. Selon vous, cette émission fait-elle la promotion de nos valeurs culturelles ?

Oui ☐ Non ☐

Justifiez votre réponse ?

……

.....

11. La plupart des artistes invités :

- parlent des valeurs de nos us et coutumes ☐

-donnent des conseils de vie relatifs à notre société traditionnelle ☐

12. Quelles sont vos suggestions pour une amélioration et une progression de la valorisation de nos valeurs culturelles ?

……

……

Merci de vous êtes prêtés à nos questions.

QUESTIONNAIRE D'ENQUÊTE

(Aux garants de la tradition)

Madame/ Monsieur, nous vous prions de bien vouloir nous aider à trouver des réponses aux questions ci-dessous. Elles comptent pour une enquête entrant dans le cadre de notre mémoire de maîtrise au Département des Sciences du Langage et de la Communication (DSLC). Le thème s'intitule :

LES MEDIAS AUDIOVISUELS DANS LA PROMOTION ET LA VALORISATION DES CULTURES ENDOGENES : *CAS DE L'EMISSION TELEVISEE "* Hàn-lísá *"*

Pour répondre aux questions, veuillez mettre le signe ci-contre **X** dans la ou les cases qui conviennent.

Sexe : Masculin ☐ Féminin ☐

1. Avez-vous un poste radio (une radio) ou un poste téléviseur (une télé) à la maison ?

Oui : ☐ Non : ☐

2. quel(s) médias aimez-vous suivre souvent ?

La télévision : ☐ la radio : ☐ les deux ☐

3. Qu'est-ce que vous aimez à la télévision ?

Film : ☐ Feuilleton : ☐ Musique moderne : ☐ musique traditionnelle : ☐

Journaux télévisés en français : ☐ Journaux télévisés en fɔ ngbé : ☐

Documentaire : ☐ Emissions sur les cultures endogènes : ☐

4. Qu'est-ce que vous aimez à la radio ?

Journaux parlés en français : ☐ Journaux parlés en français : ☐

Magazines sur les valeurs traditionnelles : ☐ émissions sur les cultures traditionnelles: ☐ musique moderne : ☐ musique traditionnelle : ☐

5. la plus part des productions des radios et télévisions sont consacrées :

Aux cultures étrangères ☐

Aux cultures endogènes ☐

6. Les émissions des radios et télévisions qui sont destinées aux cultures endogènes mettent en valeur :

Sa richesse culturelle ☐

Son atout pour le développement ☐

Les deux à la fois ☐

7. Les émissions pour la promotion et la valorisation des cultures endogènes sont:

Peu utiles : ☐

Utiles : ☐

Très utiles : ☐

8. Ces émissions abordent des thèmes qui concernent :

l'éducation à nos cultures : ☐

la sensibilisation des jeunes à se consacrer à leurs traditions : ☐

9. Connaissez-vous l'émission « Hàn-lísá» qui passe sur la télévision CANAL3 les jeudis dans la soirée ?

Oui ☐ Non ☐

10. Cette de CANAL3 est une émission qui :

valorise les cultures endogènes : ☐

Contribue à l'épanouissement culturel de tous les téléspectateurs : ☐

Informe sur le plan culturel: ☐

11. De toutes ces émissions que vous suivez, «Hàn-lísá» est-elle appropriée pour :

La promotion des valeurs culturelles béninoises : ☐

L'épanouissement de tous : ☐

Ni l'un ni l'autre : ☐

12. Dans votre entourage d'autres que vous connaissez, tout comme vous :

Apprécient l'émission «Hàn-lísá»: ☐

Ne s'y intéressent pas : ☐

13. L'émission «Hàn-lísá» est exclusivement réservée pour :

L'éducation à nos cultures: ☐

la sensibilisation des jeunes à se consacrer à leurs traditions: ☐

La distraction et la formation aux valeurs culturelles endogènes : ☐

14. Pour permettre aux béninois de s'intéresser à la radio et à la télévision, il faut:

Des émissions qui évoquent les éléments cachés des cultures endogènes : ☐

Des émissions qui présentent des modèles en matière des comportements exigés par les traditions : ☐

Créer davantage des émissions qui valorisent nos cultures : ☐

Madame / Monsieur merci d'avoir répondu à ces question

GRILLE DES PROGRAMMES DE LA TELEVISION NATIONALE, DE CANAL3 BENIN ET DE RADIO PLANETE :

PROGRAMMES DE LA TELEVISION NATIONALE (ORTB)
Semaine du Lundi 03 au Dimanche 09 Février 2014

H	Lundi 03	Mardi 04	Mercredi 05	Jeudi 06	Vendredi 07	Samedi 08	Dimanche 09
06H00	Chants et Rythmes du Bénin						Magazine : Vision Pentecôte
06H10							
06H15							
06H30	JT du Matin + Auto P. + Pub						
06H40							
07H00	Musique	Musique	Magazine : Doyi Doslo	Magazine : Culture Matin / Direct	Musique	Magazine : Doyi Doslo	Magazine : Miel Mortel
07H15							
07H20							
07H30	Entretien : Sécurité routière	Magazine : Portez-vous bien : Embolie pulmonaire ®			Entretien : Partenariat Public Privé contre le Paludisme ®		Document : SANTEC : Noël
07H40							
07H50							
08H00			Magazine : Educ'parade			J-Dessin YAKARI	Magazine : Au Dessus de tout
08H10							Vœux +Chorale
08H20							
08H30	Magazine : Gospel célébration	Documentaire : Renard des villes				Feuilleton : Ma famille	J-Dessin Animé : YAKARI + Musique Chorale
08H40					Magazine : AZARO MUSIC		
08H45							
08H50							
08H55							
09H00			Magazine : PUR FOOT ®	Doc : (Japon) La formation des terres + Fête...	Magazine : BEBE N'LO	Magazine : Week-end Matin	Magazine : religieux : Eglise Catholique
09H10							
09H20							
09H30	Documentaire : Thalassa	Magazine : Joyce MEYER		Magazine : AZARO			
09H45					Musique yoruba		
09H50							
09H55							
10H00	Magazine : AZARO	Publi-reportage: La Nationale					Feuilleton : ANTARA
10H10							
10H20							Feuilleton : India, a love story
10H30	Journal 2						
10H40							
10H50							
11H00	Magazine : Doyi Doslo	Magazine : AZARO	Feuilleton : Ma famille	Magazine : Doyi Doslo	Documentaire : Les larmes de l'émigration	Magazine : English Club	Magazine : Week-end -Matin
11H10							
11H20							
11H30		Documentaire : Alphabétisation	Magazine : AZARO			Magazine: Jour du sport	
11H35							
11H40							
11H50							
12H00	Documentaire : Bois sacré du professeur AKE ASSI	Magazine : Midi Première (Direct)	Magazine : Espace 12 Heures				
12H10							
12H20							
12H30		Magazine : Label Bénin ®					
12H40							
12H50							
13H00	Télé-Services + Bénin Top 10			Mag : Santé et Développement+ Télé-Services	Télé services + Bénin top 10		
13H10							
13H20							
13H30	Télé-Midi						
13H40							
14H00	Feuilleton : EL CAPO N°		Divertissement : Club des fans	Feuilleton : EL CAPO N°	Magazine : ® Santé et Développement	Magazine : ça doit se savoir + variétés	Divertissement : Club des fans
14H10							
14H20							
14H30	Magazine : Portez-vous bien : Embolie pulmonaire	Variétés Africaines		Entretien : Partenariat Public Privé contre le Paludisme ®	Documentaire : Regards d'enfants	Série : 24H Chrono	
14H40					Doc : Non à l'excision		
14H45							
14H50							
14H55							
15H00		Documentaire : Les alternatives éducatives	Divertissement : Musik Box		Entretien : Sécurité routière ®	Magazine :Au cœur de USS-Kraké ®	Magazine : English club
15H10							
15H30	Doc: Japon : les fossiles			Documentaire : N'SIA ®		Feuilleton : ANTARA	Magazine : Espace Francophone
15H40							
15H45							
15H50	Musique						
15H55							

H	Lundi 03	Mardi 04	Mercredi 05	Jeudi 06	Vendredi 07	Samedi 08	Dimanche 09
16H00 16H10 16H20	Feuilleton : ANTARA ®	Publi-reportage: La Nationale				Magazine : Educ'parade	Magazine : Gospel Célébration
16H30 16H40	Journal 3						
17H00 17H10 17H20	Télé-Services					Divertissement : Chantons avec les anges	Magazine : Joyce MEYER
17H30 17H40	JT Yoruba	JT Goun	JT Yoruba	JT Fon	JT Dendi		Musique
18H50	JT Fon	JT Baatonu	JT Mina	JT Ditamari	JT Goun	JT Yoruba	JT en Mina
18H10 18H20	JT Dendi	JT Ditamari	JT Dendi	JT Baatonu	JT Mina	JT Fon	JT en Goun
18H30 18H40	Fiction : Affaires Publiques					JT Ditamari	JT Baatonu
19H00	TELE SERVICES					TELE SERVICES	
19H10 19H20 19H30 19H40	Feuilleton : Antara	Série : 24 heures Chrono	Télé services			Feuilleton: TA3	
19H50	TELE SERVICES					TELE SERVICES	
20H00 20H20 20H30 20H40	Journal Télévisé						
20H45 20H50	Télé-Services				Télé-Services + Loto Fortune	Télé-Services	
21H00 21H10	Magazine : label Bénin	Mag : ça doit se Doc :Regards d'enfants	Documentaire : N'SIA	Magazine : Au cœur d'USS-kraké	Doc: La culture du Champignons au Bénin	Magazine : Azaro Music	Documentaire : Regards d'enfants
21H20 21H30 21H40 21H50	Feuilleton : The wild	Feuilleton : ANTARA	Série : 24H chrono	Magazine : Secrets de prospérité	Entretien : Rose-croix	Feuilleton : The wild	Documentaire : Parosomnie : le sommeil impossible
22H00 22H20 22H30 22H50	Documentaire : les alternatives éducatives	Magazine : PUR FOOT	Entretien : Partenariat Public / Privé contre le Paludisme	Feuilleton : India a love story		Divertissement : Musik Box	Musique spirituelle
23H00 23H10 23H20	Série : 24 Heures Chrono	Feuilleton : Ma famille	Feuilleton : Ma famille	Feuilleton : EL CAPO ®			Magazine : Club 700
23H30 23H50 23H55	Journal Télévisé du Soir						
00H00 00H10 00H15 00H20 00H25	Feuilleton : Ma famille	Feuilleton : ANTARA ®	Feuilleton : TA3 ®	Feuilleton : The Wild ®	Film : National Theasure : Book of secrets	Série: 24h Chrono ®	Feuilleton: INDIA, a love Story ®
00H30 00H40 00H50 01H00 01H10 01H20 01H30 01H40 01H50	Film : Les amants de l'ombre	Magazine : Joyce MEYER ®	Documentaire : Les alternatives éducatives	Film : Désiré Landru	Musique		Magazine : Joyce MEYER ®
02H00 02H10 02H20 02H30 02H40 02H50	Documentaire : Bois sacré du prof laurent AKE ASSI	Film : L'équation de l'apocalypse	Magazine : Educ'parade	Musique béninoise	Documentaire : Renards des villes	Documentaire : A village named Shuilili	Documentaire : Les larmes de l'émigration
03H00 03H10 03H20	Rediffusion Journal Télévisé du Soir						

03H30 03H40 03H50 04H30	SERIE : LE CHASSEUR					
04H40 04H50 05H00 05H50	Divertissement : Gospel Célébration ®	Variétés africaines	Divertissement: Musik Box ®	Variétés africaines	Divertissement : Chantez avec les anges	Divertissement : Chorale

Ce programme est susceptible de modifications

Le Directeur de la Télévision

Wabi BOUKARY

LUNDI

06H30 INFOS DU MONDE (CFI) ®
07H 00 ACTU-MATIN
09H 00 DEVOIR DE VERITE / SPOTS
09H 30 ESCALE
10H 00 LE MONDE SUR LA 3 (CFI)
10H 15 MUSIC
10H 50 PUB & COMMUNIQUÉ
11H 00 DOCUMENTAIRE
12H00 YAKARI / MUSIC
13H 00 JT FRANÇAIS
13H 30 INVITE ACTU MATIN ® + ESCALE
14H 00 MUSIK ZOUK
14H30 BATIR SUR DU ROC ® / QUINZAINE
15H 00 DEVOIR DE VERITE / MUSIC
16H 00 BULLETIN
16H 30 ZONE FRANCHE (1) ®
18H 00 (JT FON & DENDI)
18H45 LE MONDE SUR LA 3 (CFI)
19H 00 NECRO / COM / SPOTS
19H 30 JT FRANÇAIS
20H 30 FEUILLETON (ROSARIO)
21H 00 CANAL SPORT
22H 00 « KITANI » (FEUILLETON)
22H 30 EDITION DE LA NUIT
23H 30 PREMRAWAT ®
00H 00 LANGUE (JT FON & DENDI) ®
00H 30 ACTU-MATIN (REDIF)
03H 00 CANAL SPORT ®
04 H 00 JT FRANÇAIS ®

MARDI

06H30 INFOS DU MONDE (CFI) ®
07H 00 ACTU-MATIN
09H 00 DEVOIR DE VERITE / SPOTS
09H 30 ESCALE
10H 00 LE MONDE SUR LA 3 (CFI)
10H15 ROSARIO ®
10H 50 PUB & COMMUNIQUÉ
11H 00 CANAL SPORT ®
12H00 YAKARI / MUSIC
13H 00 JT FRANÇAIS
13H 30 INVITE ACTU MATIN ® + ESCALE
14H 00 MUSIK BENINOISE
15H 00 DEVOIR DE VERITE / MUSIC
16H 00 BULLETIN
16H30 SACRIFICE DE FEMME (FEUILLETON) ®
17H 00 « KITANI » ® (FEUILLETON)
17H30 WAKFU (DESSIN ANIME)
18H 00 (JT FON & DENDI)
18H45 LE MONDE SUR LA 3 (CFI)
19H 00 NECRO / COM / SPOTS
19H 30 JT FRANÇAIS
20H 30 FEUILLETON (ROSARIO)
21H 00 DEVOIR DE VERITE ®
22H 00 SACRIFICE DE FEMME (FEUILLETON)
22H 30 EDITION DE LA NUIT
23H 00 REVEILLE-TOI ®
00H 00 LANGUE (JT FON & DENDI) ®
00H 30 ACTU-MATIN (REDIF)
02H00 SAGA 229 (MAG) ®
04 H 00 JT FRANÇAIS ®

MERCREDI

06H30 INFOS DU MONDE (CFI) ®
07H 00 ACTU-MATIN
09H 00 DEVOIR DE VERITE / SPOTS
09H 30 ESCALE
10H 00 LE MONDE SUR LA 3 (CFI)
10H15 ROSARIO ®
10H 50 PUB & COMMUNIQUE
11H 00 DOCUMENTAIRE
12H00 YAKARI / MUSIC
13H 00 JT FRANÇAIS
13H 30 INVITE ACTU MATIN ® + ESCALE
14H 00 MUSIK RUMBA
14H30 FITNESS (SPORT) ®
15H 00 DEVOIR DE VERITE / MUSIC
16H 00 BULLETIN
16H30 SACRIFICE DE FEMME (FEUILLETON) ®
17H 00 MUSIC / WAKFU (DESSIN ANIME)
17H 30 SAGA 229 (MAG)
18H 00 JT FON & DENDI
18H45 LE MONDE SUR LA 3 (CFI)
19H 00 NECRO / COM / SPOTS.
19H 30 JT FRANÇAIS
20H 30 FEUILLETON (ROSARIO)
21H 00 SENS INTERDIT/« KITANI » (FEUILLETON)
21H 30 EMISSION VOX POPULI
22H 30 EDITION DE LA NUIT
23H 00 PASTEUR DAGBA ®
00H 00 LANGUE (JT FON & DENDI) ®
00H 30 ACTU-MATIN (REDIF)
04H 00 JT FRANÇAIS ®

JEUDI

06H30 INFOS DU MONDE (CFI) ®
07H 00 ACTU-MATIN
09H 00 DEVOIR DE VERITE / SPOTS
09H 30 ESCALE
10H 00 LE MONDE SUR LA 3 (CFI)
10H15 ROSARIO ®
10H 50 PUB & COMMUNIQUE
11H 00 DOCUMENTAIRE
12H00 YAKARI / MUSIC
13H 00 JT FRANÇAIS
13H 30 INVITE ACTU MATIN ® + ESCALE
14H 00 MUSIK SALSA
15H 00 DEVOIR DE VERITE / MUSIC
16H 00 BULLETIN
16H30 MUSIC
17H30 DESSIN ANIME (MINIJUSTICIERS) ®
18H 00 (JT FON & DENDI)
18H45 LE MONDE SUR LA 3 (CFI)
19H 00 NECRO / COM / SPOTS
19H 30 JT FRANÇAIS + METEO
20H 30 FEUILLETON (ROSARIO)
21H 00 FACE A FACE / DEBAT
22H 30 EDITION DE LA NUIT
23H 00 HANLISSA ®
00H 00 LANGUE (JT FON & DENDI) ®
00H30 ACTU-MATIN (REDIF)
02H 00 FACE A FACE ®
04H 00 JT FRANÇAIS ®
05H 00 AL BALYANE/ISLAM D'ICI & AILLEURS

VENDREDI

06H30 INFOS DU MONDE (CFI) ®
07H 00 ACTU-MATIN
09H 00 DEVOIR DE VERITE / SPOTS
09H 30 ESCALE
10H 00 LE MONDE SUR LA 3 (CFI)
10H15 ROSARIO ®
10H 50 PUB & COMMUNIQUE
11H 00 A PALABRE
12H00 YAKARI / MUSIC
13H 00 JT FRANÇAIS
13H 30 INVITE ACTU MATIN ® + ESCALE
14H 00 DOC/MUSIK BENINOISE
15H 00 DEVOIR DE VERITE / MUSIC
16H 00 BULLETIN
17H 00 DOC/MUSIK VARIETES
17H30 DESSIN ANIME (ZOU) ®
18H 00 (JT FON & DENDI)
18H45 LE MONDE SUR LA 3 (CFI)
19H 00 NECRO / COM / SPOTS
19H 30 JT FRANÇAIS
20H 30 FEUILLETON (ROSARIO)
21H AL BAYANE (ISLAM)
21H30 BATIR SUR DU ROC / DESTINATION BENIN
22H 00 « FILLES DE LA MAFIA » FEUIL
22H 30 EDITION DE LA NUIT
23H 00 (SERIE)
00H 00 LANGUE (JT FON & DENDI) ®
00H30 ACTU-MATIN (REDIF)
02H00 EBENE ATTITUDE (MAG) ®
04H 00 JT FRANÇAIS ®

SAMEDI

06H00 « FILLES DE LA MAFIA » FEUIL ®
06H30 INFOS DU MONDE (CFI) ®
07H 00 MESSAGE PREM RAWAT
07H30 FITNESS (SPORT)
08H 00 BULLETIN
08H 30 KPONHAMI
09H 00 DESSIN ANIME (ZOU)
09H 30 CHRIST DANS VOS MAISONS
10H30 ROSARIO ®
11H 00 LES MOTS ET LES LETTRES
12H00 YAKARI / MUSIC
12H30 MUSIK VARIETES
13H 00 JT FRANÇAIS
13H 30 ESCALE
14H 00 DOC/MUSIK HIP HOP
15H 00 (SERIE) ®
16H00 MUSIC
17H 00 SACRIFICE DE FEMME ®
17H 30 EBENE ATTITUDE (MAG)
18H 00 (JT FON & DENDI)
18H45 LE MONDE SUR LA 3 (CFI)
19H 00 NECRO / COM / SPOTS
19H 30 JT FRANÇAIS
20H 30 SACRIFICE DE FEMME (FEUILLETON)
21H 00 « KITANI » FEUILLETON
21H 30 MUSIC
22H 00 « FILLES DE LA MAFIA » FEUIL
22H30 EBENE ATTITUDE (MAG) ®
23H00 SOIREE CINEMA
01H00 MUSIQUE (SHOW DU SAMEDI)

DIMANCHE

06H 00 « FILLES DE LA MAFIA » FEUIL ®
06H30 INFOS DU MONDE (CFI) ®
07H 00 REVEILLE-TOI
08H 00 BULLETIN
08H 30 OXO FON
09H 30 DESSIN ANIME (MINIJUSTICIERS)
10H 30 ZONE FRANCHE
12H00 UNE SMEN SUR LA PLANETE (MAG)
13H 00 JT FRANÇAIS / GRAND FORMAT
14H 30 PUBLI ET AUTRES
15H00 AMOUR & VIE / MOIS (JEUNESSE)
16H 00 « KITANI » ® EPISODES (MER & SAM)
17H 00 EN MON AME /ECK /MOIS/HANLISSA
18H 00 LANGUE (JT FON & DENDI)
18H45 LE MONDE SUR LA 3 (CFI)
19H 30 JT FRANÇAIS
20H 30 SACRIFICE DE FEMME (FEUILLETON)
21H 00 A PALABRE / ZONE FRANCHE II
22H00 DEVOIR DE VERITE
23H 00 OXO ®
00H00 GRAND FORMAT ®
01H00 ZONE FRANCHE ®
02H 30 MUSIK NON STOP ZOUK

* ACTU MATIN
* CANAL SPORT
* FACE A FACE
* A PALABRE
* ZONE FRANCHE
* UNE SEMAINE SUR LA PLANETE
* SAGA 229
* EBENE ATTITUDE
* HANLISSA
* KPONHAMI
* MAGAZINES PRODUCTIONS ....

Avril 2014

CANAL 3 BENIN
DIRECTION DES PROGRAMMES
95 01 02 08/93200025
PLANNING SUSCEPTIBLE DE MODIFICATION

GRILLE DES PROGRAMMES DE RADIO PLANETE

Lundi au ~~Dimanche~~ Vendredi		Samedi		Dimanche	
Horaires	Emissions	Horaires	Emissions	Horaires	Emissions
6h00	Générique Planète	**6h00**	Générique Planète	6h00	Générique Planète
6h00-7h00	Musique: **Douce**	6h00-7h00	Musique: **Douce**	6h00-7h00	Musique: **Douce**
7h00-7h10	Top Horaire+Horoscope	**7h00-7h05**	Top Horaire+Espace-Pub	**7h00-7h05**	Top Horaire+Espace-Pub
7h15-7h30	Avis et Communiqués				
7h30-8h00	**Espace-Pub** + Musique	7h30-8h00	Réligieux: Eglise du Christ		
8h00-8h05	Top Horaire+Espace-Pub	**8h00-8h05**	Top Horaire+Espace-Pub	**8h00-8h05**	Top Horaire+Espace-Pub
8h05-8h15	Musique	8h05-9h00	Musique	8h05-9h00	Musique
8h15-8h20	Avis et Communiqués				
8h30-9h00	Opinion				
9h00-9h05	Top Horaire+Espace-Pub	**9h00-9h05**	Top Horaire+Espace-Pub	**9h00-9h05**	Top Horaire+Espace-Pub
9h05-9h30	Musique	9h05-10h00	Vinnonnnou	9h05-10h00	Musique
9h30-9h40	Revue de Presse Fon				
10h00-10h05	Top Horaire+Espace-Pub	**10h00-10h05**	Top Horaire+Espace-Pub	**10h00-10h05**	Top Horaire+Espace-Pub
10h05-10h55	Planète Emploi/Affaires	10h05-11h00	TOTCHENAGNON	10h05-10h40	Bébête Infos
11h00-11h05	Top Horaire+Espace-Pub	**11h00-11h05**	Top Horaire+Espace-Pub	10h45-12h00	Adoukantin
11h05-11h40	Affaire ~~xxxxxxxxxx~~ Emploi	11h05-12h00	Libre Tribune		
11h45-12h30	Noudoxomè	**12h00-12h05**	Top Horaire+Espace-Pub	**12h00-12h05**	Top Horaire+Espace-Pub
12h30-13h00	Musique	12h05-13h00	Emission Musique - Réligieux	12h05-13h00	Ogbo Olo Gbon(Yoruba)
13h00-13h05	Top Horaire+Espace-Pub	**13h00-13h05**	Top Horaire+Espace-Pub	**13h00-13h05**	Top Horaire+Espace-Pub
13h05-13h25	Journal Parlé (fç)	13h05-13h30	Musique	13h05-13h30	Musique
13h25-13h30	Musique	13h30-14h00	Avis et Communiqués Fç	13h30-13h40	Avis et Communiqués Fç
13h30-13h40	Avis et Communiqués Fç			13h40-14h00	Musique
14h00-14h05	Top Horaire+Espace-Pub	**14h00-14h05**	Top Horaire+Espace-Pub	**14h00-14h05**	Top Horaire+Espace-Pub
14h05-14h55	Communiqués + Journal fon	14h05-15h00	Musique	14h05-15h00	Dédicace Fon
14h55-15h00	Musique traditionnelle				
15h00-15h05	Top Horaire+Espace-Pub	**15h00-15h05**	Top Horaire+Espace-Pub	**15h00-15h05**	Top Horaire+Espace-Pub
15h05-15h40	TOTCHENAGNON	15h05-16h00	Musique	15h05-16h00	Sport et Musique
15H45-16h00	ADJOGBASSA				
16h00-16h05	Top Horaire+Espace-Pub	**16h00-16h05**	Top Horaire+Espace-Pub	**16h00-16h05**	Top Horaire+Espace-Pub
16h05-16h30	ADJOGBASSA	16H05-17h00	Musiq:**Traditionelle**	16H05-17h00	Musiq:**Traditionelle**
16h35-17h00	Revue de Presse Fon (reddif)				
17h00-17h05	Top Horaire+Espace-Pub	**17h00-17h05**	Top Horaire+Espace-Pub	**17h00-17h05**	Top Horaire+Espace-Pub
17h05-17h45	Wa do huidéé guéssi	17h05-18h00	Musique	17h05-18h00	Musique
17h45-18h30	**Planète show/Détente**	**18h00-18h05**	Top Horaire+Espace-Pub	**18h00-18h05**	Top Horaire+Espace-Pub
18h30-19h00	Synchro Deutch Welle(DW)	18h05-19h00	Musique	18h05-19h00	Radio Nederland
19h00-19h05	Top Horaire+Espace-Pub	**19h00-19h05**	Top Horaire+Espace-Pub	**19h00-19h05**	Top Horaire+Espace-Pub
19h05-19h25	Journal-Grande édit°(fç)	19h05-20h00	Musique	19h05-20h00	Planète 7/7
19h30-19h40	Avis et Communiqués Fç				
20h00-20h05	Top Horaire+Espace-Pub	**20h00-20h05**	Top Horaire+Espace-Pub	**20h00-20h05**	Top Horaire+Espace-Pub
20h05-20h30	Musique	20h05-20h15	Musique	20h05-20h10	Avis et Communiqués
20h05-21h00	Connaître pour renaître(Vend)	20h15-20h30	**Avis et Communiqués**	20h10-20h15	Musique
19h30-20h00	Le monde ~~est~~ culture	20h30-21h00	Musique	20h15-21h00	Au cœur du mystère
21h00-21h05	Top Horaire+Espace-Pub	**21h00-21h05**	Top Horaire+Espace-Pub	**21h00-21h05**	Top Horaire+Espace-Pub
21h05-23h00	Contes et Légendes (Vend)	21h05-00h00	Music Fever	21h05-00h00	Musique
22h00-22h05	Top Horaire+Espace-Pub				
22h05-23h00	Rópópó (Lun + Jeud) (Yoruba)				
23h00-23h05	Top Horaire+Espace-Pub				
23h05-00h00	Musique				
00h00	Générique Planète	**00h00**	**Générique Planète**	00h00	**Générique Planète**

TABLE DES MATIÈRES

SOMMAIRE i

LISTE DES SIGLES ET ABRÉVIATIONS ii

LISTE DES TABLEAUX iii

LISTE DES FIGURES iv

DÉDICACE v

REMERCIEMENTS vi

INTRODUCTION 1

CHAPITRE I : GÉNÉRALITÉS, CADRE MÉTHODOLOGIQUE THÉORIQUE ET CONCEPTUEL 5

1.1- Paysage médiatique du Bénin 5

1.2- Présentation du cadre d'étude 7

1.2.1- Historique et présentation de canal 3 Bénin 7

1.2.2- Présentation de l'émission « Hàn-lisá» et son fondement 8

1.3- Cadre méthodologique 9

1.4- Cadre théorique 10

1.5- Cadre conceptuel 12

1.5.1- Définition de médias 12

1.5.2- Définition de Culture 13

1.5.3- Définition de Culture de masse 14

CHAPITRE II : PRESENTATION DES DONNEES ET ANALYSE DES RESULTATS 16

2.1- Caractéristiques des interviewés 16

2.2- Présentation des données 18

2.3 analyse des résultats 39

CHAPITRE III : CONTRIBUTION DE L'EMISSION « Hàn-lísá » A LA PROMOTION DES VALEURS ENDOGÈNES ET PARTITION A JOUER PAR LES MEDIAS AUDIOVISUELS 52

3.1 Portée culturelle de l'émission « Hàn-lisá» 52

3.1.1-Place des chansons dans la promotion des valeurs endogènes..... 52

3.1.2-La contribution de l'émission « Hàn-lisá » 53

3.1.3- Suggestions pour une amélioration de l'émission 54

3.2-La responsabilité des médias audiovisuels 55

3.2.1-Les langues nationales 55

3.2.2-Les relations médias-culture pour un développement endogène 57

3.3-Conseils pratiques 60

3.3.1-A l'endroit des intellectuels et les garants de la tradition..... 60

3.3.2-A l'endroit des artistes, les promoteurs et les hommes de cultures..... 61

3.3.3-A l'endroit des dirigeants 62

CONCLUSION 63

ÉLÉMENTS DE BIBLIOGRAPHIE 65

ANNEXES 69

TABLE DES MATIÈRES 84