



Les transformations du système radiophonique haïtien de 1957 à 2020: Changement et continuité

Thèse

Wisnique Panier

Doctorat en communication publique
Philosophiæ doctor (Ph. D.)

Québec, Canada



**Faculté des lettres et des sciences humaines
Département d'information et de communication**

**Les transformations du système radiophonique haïtien
de 1957 à 2020 : Changement et continuité**

Thèse de doctorat présentée par :

Wisnique Panier

Sous la direction de :

**Charron Jean, directeur de recherche
Bélanger Danièle, codirectrice de recherche**

Résumé

Cette étude analyse les changements et les continuités dans le système radiophonique haïtien au cours des 60 dernières années sous l'influence de trois séries de facteurs : linguistique, démocratique et technologique. Elle détermine dans quelle mesure les relations entre les acteurs du système ont changé et dans quelle mesure ce dernier est reconfiguré ou non sous l'influence des changements observés. Cette démonstration résulte d'une analyse qualitative des données d'observation, d'entretien et secondaires. Notre cadre théorique est fondé sur des approches diverses, mais complémentaires. Il s'agit notamment de la théorie des systèmes appliquée aux médias, du transnationalisme, de l'espace public et de la métaphore de contrat de communication publique. Cette étude révèle des changements significatifs dans les relations entre les acteurs du système radiophonique haïtien au cours des soixante dernières années sans pour autant aboutir à une reconfiguration du système. Ce dernier est imprégné d'une certaine forme d'immobilisme ou d'une forte inertie qui le maintient comme tel. Il y a des ajustements qui sont opérés dans le système, mais les dynamiques de fond qui le structurent et le définissent restent stables.

Du point de vue linguistique, l'introduction du créole à la radio comme langue de communication publique à partir des années 70 a notamment permis de mettre fin à la domination du français comme langue exclusive de communication à la radio. Ceci a eu pour effet immédiat de donner un accès direct à la grande majorité de la population créolophone à l'espace radiophonique. Si le français était considéré comme une langue de domination, la langue créole est plutôt vue comme étant celle de la libération. Du point de vue démocratique, si le créole a joué un rôle dans la chute du régime duvaliériste, nous en déduisons que la libération de la parole a débuté, dans une certaine mesure, avant la

chute du régime. Mais évidemment, le passage à la démocratie créait un contexte de liberté dans lequel la parole contestataire n'était plus réprimée. Depuis la chute de la dictature le 7 février 1986, nous avons assisté à une multiplication du nombre de radios et la création d'une multitude d'organisations populaires et de partis politiques qui favorisent des changements dans la dynamique du débat public. Du point de vue technologique, l'utilisation des outils numériques par les acteurs constitue un facteur capital de transformation du système radiophonique haïtien. Certains changements opérés dans le système sont des effets directs de l'usage des outils numériques, en ce qui concerne particulièrement la place et le rôle traditionnel des acteurs dans le système. Les relations entre les journalistes et l'auditoire, la nature et la dynamique des débats radiophoniques, les pratiques de collecte, de traitement et de diffusion des informations changent. Les relations entre les journalistes et les relationnistes deviennent moins formelles. Les changements liés au numérique s'inscrivent dans le prolongement de ceux apportés par le créole et la transition démocratique. Les technologies numériques accélèrent un processus de transformation qui était déjà en cours et permet de franchir certaines limites techniques liées notamment à la participation du public dans les débats.

Cependant, les différents dispositifs techniques mis en place à partir des années 2000 par les propriétaires des radios ne changent pas grand-chose dans la nature et les modalités de participation des personnalités publiques ou des élites aux émissions radiophoniques de débats. Cette étude montre aussi une forte politisation du système radiophonique haïtien. De 1957 à 1986, les radios étaient sous le joug de la dictature des Duvalier par des mécanismes de contrôle très stricts. Cette politisation de la radio n'a pas changé avec la montée du créole ni avec la chute de la dictature encore moins avec le développement des outils

numériques. La radio a été et demeure un outil très puissant aux mains des forces politiques et économiques.

Abstract:

This study analyzes changes and continuity in the relationships between the main players in the Haitian radio system over the past 60 years under the influence of three sets of factors: Linguistic, democratic, and technological. It determines to what extent the system is reconfigured or not under the influence of the observed changes. This demonstration results from a qualitative analysis of observation, interview, and documentary data. Our theoretical framework is based on complementary approaches: systems theory applied to the media, transnationalism, public space, and the metaphor of public communication contracts. The results of this study point to significant changes between the players in the Haitian radio system over the past 60 years without, however, leading to a reconfiguration of the system. It is imbued with a certain form of immobility, a strong inertia which maintains it as such. There are adjustments that are made in the system, but the underlying dynamics that structure and define it remain immutable.

From a linguistic point of view, the introduction of Creole on the radio as a language of public communication from the 1970s notably made it possible to put an end to the domination of French as the exclusive language of communication on the radio. This had the immediate effect of giving direct access to most of the Creole-speaking population to the radio space. If French was considered as a language of domination, Creole is rather seen as that of liberation. From a democratic point of view, if the Creole favored the fall of the regime, we could deduce that the liberation of speech began, to a certain extent, before the fall of the regime. But obviously, the transition to democracy created a context of freedom in which the protest word was no longer suppressed. Since the fall of the dictatorship on February 7, 1986, we have witnessed an increase in the number of radio stations and the creation of a multitude

of popular organizations and political parties which favor changes in the dynamics of public debate. From a technological point of view, the use of digital tools by the actors constitutes a major explanatory factor for the transformation of the Haitian radio system. Some changes in the system are direct effects of the use of digital tools, particularly regarding the place and traditional role of actors in the system. The relationships between journalists and the audience, the nature and dynamics of radio debates, the practices of collecting, processing, and disseminating information are changing. Relations between journalists and public relations are becoming less formal. The digital changes are a continuation of those brought by Creole and the democratic transition. Digital technologies are accelerating a transformation process that was already underway and allows certain technical limits to be crossed, notably linked to public participation in the debates.

However, the various technical devices put in place in the 2000 do not change much in the nature and the methods of participation of public figures or elites in radio broadcasts of debates. Digital tools are much more favorable to ordinary people who were less likely to participate in the debates. The results of this study also show a strong politicization of the Haitian radio system. From 1957 to 1986, the radios were under the yoke of the Duvalier dictatorship by very strict control mechanisms. This politicization of radio has not changed with the rise of Creole or with the fall of the dictatorship, much less with the development of digital tools. Radio remains and remains a very powerful tool in the hands of political and economic forces.

Table des matières

Table des matières

Résumé	<i>ii</i>
Abstract:	<i>v</i>
Table des matières	<i>vii</i>
Liste des figures, tableaux et illustrations	<i>xiv</i>
Liste des abréviations	<i>xv</i>
Remerciements	<i>xvii</i>
Avant-propos	<i>xxi</i>
Introduction générale	<i>1</i>
Construction de notre objet de recherche et actualité du sujet	<i>4</i>
Justification scientifique	<i>7</i>
Pertinence sociale	<i>9</i>
Champs d'application	<i>9</i>
Aperçu des perspectives théoriques	<i>11</i>
Structure de la thèse	<i>12</i>
Première partie : Problèmes, théorie et méthode	<i>14</i>
Chapitre 1. Problématique générale et spécifique	<i>14</i>
1.1. Les caractéristiques du système radiophonique haïtien	<i>16</i>
1.1.1. La fragilité des institutions démocratiques haïtiennes.....	<i>22</i>
1.2. Les études comparatives des systèmes médiatiques d'Hallin et Mancini	<i>24</i>
1.3. Présentation des méthodes d'analyse de Hallin et Mancini	<i>25</i>
1.4. Présentation des trois modèles de systèmes médiatiques de Hallin et Mancini	<i>26</i>
1.4.1. Le modèle polarisé du pluralisme	<i>27</i>
1.4.2. Le modèle démocratique corporatiste.....	<i>28</i>
1.4.3. Le modèle libéral.....	<i>29</i>
1.4.4. Les faiblesses du cadre conceptuel de Hallin et Mancini.....	<i>31</i>
1.4.5. Le modèle d'Hallin et Mancini : Critiques et complémentarité	<i>33</i>

1.4.6. Le concept de « press-party parallelism »	41
1.4.7. Vers un modèle hybride des systèmes médiatiques.....	42
Chapitre 2 : Approche théorique et hypothèses	50
2.1. La notion de système et ses propriétés	51
2.2. Les grandes propriétés d'un système	52
2.2.1. Le système comme totalité en mutation	53
2.2.2. Le système comme ensemble régulé.....	54
2.2.3. Le système comme ensemble dynamique	58
2.2.4. Le système comme totalité d'éléments interdépendants	59
2.3. Les grandes dimensions du système des journaux.....	61
2.3.1. Place du journalisme dans le système médiatique	65
2.3.2. Le journalisme comme pratique régulée.....	66
2.4. Une relation de compétition entre les acteurs pour les ressources disponibles	67
2.5. Le caractère stratégique des relations des acteurs dans le système radiophonique haïtien.....	73
2.5.1. Une démarche hypothético-inductive.....	74
2.5.2. Le jeu de pouvoir entre les acteurs du système	77
2.5.3. La liberté et la rationalité du pouvoir des acteurs dans le système	78
2.5.4. Les limites de l'analyse stratégique	79
2.6. Les traits distinctifs de l'espace public contemporain.....	81
2.6.1. Internet et espace public : Des perspectives différentes	86
2.6.2. Une analyse sous l'angle du contrat de la communication publique.....	89
2.6.3. La finalité d'un contrat de communication radiophonique	92
2.6.4. L'impact du numérique sur les espaces médiatiques traditionnels	94
2.7. Les relations des Haïtiens de la diaspora avec les médias de leur pays d'origine : Une approche transnationale de la migration internationale	95
2.7.1. Transnationalisme : un nouvel élan scientifique.....	97
2.7.2. Les grandes dimensions du transnationalisme.....	100
2.8. La théorie de la communication à double étage	111
2.9. Présentation des propositions ou de la liste des hypothèses.....	113
Conclusion partielle	114
Chapitre 3. Méthodologie de collecte de données.....	115
3.1. Écoute et analyse des émissions.....	116
3.2. Observation directe et non participante.....	118

3.3. Déroulement des observations	120
3.4. Entrevues individuelles semi-dirigées.....	122
3.5. Composition de l'échantillon.....	124
3.5.1. Méthode de sélection des participants.....	127
3.5.2. Déroulement des entretiens	128
3.5.3. Conférence/débat.....	129
3.5.4. Données secondaires.....	130
3.5.5. Avantages et limites de notre méthode de collecte de données	131
3.6. Les contraintes liées à l'application des règles éthiques	132
3.7. Traitement et analyse des données qualitatives	133
<i>Chapitre 4 : Survol historique des médias haïtiens.....</i>	<i>136</i>
4.1. Aux origines de la presse haïtienne.....	136
4.2. Bref coup d'œil sur l'histoire de la radiodiffusion	138
4.3. La naissance de la Société haïtienne de Radiodiffusion.....	140
4.3.1. Station Radiodiffusion HH3W : une satisfaction personnelle	141
4.4. La radio comme média dominant en Haïti	143
4.4.1. Facteurs explicatifs de la domination de la radio.....	145
4.5. La presse écrite : un média élitiste en déclin en Haïti ?	148
4.6. L'explosion du nombre de stations de télévision dans le pays et son inaccessibilité au grand public.....	149
4.7. La régulation de la radiodiffusion en Haïti	151
<i>Deuxième partie : Présentation des résultats</i>	<i>157</i>
<i>Chapitre 5 – Typologie des formes d'émissions et de participation aux débats</i>	<i>157</i>
5.1. Les émissions à micro ouvert ou de libre tribune	158
5.2. Les émissions de débats multi convives.....	159
5.3. Les émissions de débats solitaires ou d'interaction inter confrères.....	160
5.4. Interstice des convives.....	162
5.5. Enfolodyans: un nouveau genre journalistique made in Haïti	163
5.6. Les émissions conjoncturelles.....	165
5.7. Les formes traditionnelles de participation aux émissions radiophoniques de débats.....	167

5.7.1	Participation directe et planifiée	167
5.7.2.	La participation directe non planifiée et sollicitée	168
5.8.	Les nouvelles formes de participation aux débats radiophoniques	170
5.8.1.	Participation directe par interaction écrite instantanée et verbalisée.....	170
5.8.2.	La participation en différé ou post-diffusion.....	173
5.8.3.	La participation directe non planifiée ou inattendue et non sollicitée par l'animateur.....	176
5.8.4.	La participation indirecte et non interactive	180
Chapitre 6 :	Facteur linguistique de la transformation du système radiophonique haïtien	181
6.1.	Le caractère élitiste du français : pouvoir et prestige	182
6.2.	Le créole dans le système éducatif haïtien et dans d'autres secteurs de la vie nationale	183
6.3.	L'attitude des Duvalier à l'égard du créole : une volonté politique d'exclure la masse populaire de l'espace public ?	188
6.4.	La valorisation du créole comme expression du nationalisme haïtien ou instrument de lutte contre la dictature.....	190
6.4.1.	Émergence du créole dans les radios haïtiennes	194
6.5.	Impacts du créole sur le système radiophonique haïtien : rupture et continuité	199
6.5.1.	D'un accès indirect à un accès direct du public aux contenus radiophoniques.....	199
6.5.2.	Les limites politiques à la participation du public aux débats radiophoniques pendant la dictature	200
6.5.3.	Le créole et la mutation des pratiques journalistiques	209
6.5.4.	Un élargissement de l'espace radiophonique ?	210
6.5.5.	L'inertie des caractéristiques fondamentales du système radiophonique	213
6.5.6.	Une querelle des anciens et nouveaux journalistes ?.....	216
6.5.7.	Le créole et la notion de « popular journalism »	223
6.5.8.	L'impact du créole sur le marché publicitaire : un changement dans les relations entre les radios et les annonceurs	225
Conclusion partielle	227	
Chapitre 7. Économie politique de la radio en Haïti	228	
7.1.	La libération de la parole publique : une tentative de démocratisation du système radiophonique haïtien.....	229
7.2.	Une multiplication du nombre de radios dans le pays.....	232
7.3.	Les causes de la multiplication des radios	237

7.3.1. Une conséquence des crises politiques du pays.....	238
7.3.2. Une motivation économique et politique.....	239
7.3.3. Facteurs techniques de la multiplication des radios.....	242
7.3.4. L'impact de la multiplication des radios et de la libération de la parole sur les relations entre les acteurs du système.....	244
7.4. La domination de l'espace radiophonique par une élite	248
7.5. Le modèle économique des radios haïtiennes.....	250
7.5.1. Le financement des radios confessionnelles et communautaires.....	255
7.5.2. La précarité économique des radios haïtiennes.....	257
7.6. Une amplification de la politisation du système radiophonique haïtien : un fort parallélisme politique	264
7.6.1. La politisation par le mode de propriété de la radio.....	265
7.6.2. La politisation par le mécanisme d'attribution des licences.....	268
7.6.3. La politisation par le mode de financement des radios.....	273
7.6.4. La politisation par la corruption.....	277
7.6.5. La politisation par association.....	281
7.7. La réalité financière des journalistes haïtiens et leurs stratégies pour sortir de la précarité.....	283
7.7.1. Fuir le pays vers l'étranger.....	287
7.7.2. Des « journalistes » sans salaires et le phénomène « Champs de Mars FM »	289
7.7.3. Le cumul de la fonction de journaliste et du mandat de communication.....	292
7.7.4. Du journalisme aux emplois plus prometteurs.....	296
7.7.5. Du journalisme à la politique : une forme particulière de la politisation du système radiophonique haïtien.....	297
7.7.6. Les journalistes entrepreneurs	300
Conclusion partielle.....	302
Chapitre 8 : L'impact du numérique sur le système radiophonique haïtien.....	304
8.1. La pénétration de l'Internet en Haïti	305
8.1.1. L'usage des plates-formes numériques par les acteurs du système radiophonique haïtien.....	310
8.1.2. Les médias sociaux comme partenaires ou extensions ?	311
8.1.3. Une généralisation de la concurrence entre les acteurs du système ?	313
8.1.4. Les groupes WhatsApp comme outil de collaboration entre les acteurs	323
8.1.5. Les groupes WhatsApp et le « journalisme de meute ».....	325
8.2. Changements dans les relations des radios et des journalistes avec le public	329
8.2.1. Les modes d'accès et de consommation des informations.....	330
8.2.2. Écoute par des récepteurs traditionnels	332

8.2.3. La diffusion des rumeurs ou de fausses informations comme élément de continuité dans le fonctionnement des radios.....	335
8.4. Un pouvoir du public plus étendu et une perte du monopole de la visibilité par les radios	340
8.5. La diaspora comme public cible.....	342
8.5.1. Un attachement indéfectible des Haïtiens de la diaspora avec Haïti	343
8.5.2. Un fondement économique.....	345
8.5.3. Une motivation historique et politique.....	346
8.5.4. Une motivation socioculturelle.....	348
8.5.5. Une identité binationale ?	349
8.5.6. La diaspora comme acteur légitime de l'espace public haïtien.....	350
8.5.7. Les moyens mis en place par les radios pour rejoindre la diaspora et les conditions favorables à la participation.	351
8.6. Changement dans les conditions et dans les pratiques de travail des journalistes	353
8.6.1. Une meilleure collaboration entre les collègues de travail.....	355
8.6.2. De nouvelles formes de collecte de l'information	356
8.6.3. De nouvelles formes de traitement de l'information	363
8.6.4. De nouvelles formes de diffusion de l'information	366
8.6.5. Transformation progressive des infrastructures techniques de travail	367
8.7. Les changements dans les relations des radios avec les annonceurs	370
8.8. Changement dans les relations des radios entre elles	374
8.8.1. Une relation de domination des radios de Port-au-Prince.....	375
8.8.2. Une relation informelle et sans engagement réciproque entre les radios. ...	379
8.8.3. Rapport du public haïtien basé en Haïti avec les radios haïtiennes de la diaspora	380
Conclusion générale	385
Les caractéristiques fondamentales du système radiophonique et de son environnement	388
Facteur l'linguistique : impact du créole sur le système radiophonique.....	390
Facteur démocratique : passage de la démocratie à la dictature.....	391
Facteur technologique : impact des outils numériques sur le système	393
La politisation du système radiophonique : un élément de continuité	394
L'apport du cas haïtien aux études sur les systèmes médiatiques	396

Le modèle du système précaire de la transition démocratique	399
Limites, perspectives et approfondissements de la recherche	400
La participation de la diaspora comme piste de recherche	402
<i>Annexe 1 : Guide d'entretien avec les journalistes.....</i>	423
<i>Annexe 2 : Guide d'entretien avec les auditeurs.....</i>	426
<i>Annexe 3- Guide d'entretien avec les instances de régulation... </i>	428
<i>Annexe 4- Guide d'entretien avec des responsables de Marketing</i>	431
<i>Annexe 5 : Grille d'observation dans les radios.....</i>	433
<i>Annexe 6- Représentation schématique du résumé de la thèse</i>	434
<i>Annexe 7- Liste des thématiques.....</i>	435

Liste des figures, tableaux et illustrations

Figure 1 — La carte d’Haïti partageant l’Île avec la République Dominicaine ...	17
Figure 2 — Récapitulatif des trois types de systèmes médiatiques d’Hallin et Mancini, 2004, p. 67).	27
Figure 4— Tableau sommaire de l’échantillon par sous-groupe	126
Figure 5 — Présentation schématique du cadre méthodologique	135
Figure 6— Degré d’alphabétisation - adultes (% des adultes âgés de plus de 15 ans [perspective monde 2020]	147
Figure 7— Présentation panoramique des médias haïtiens	156
Figure 8— Portrait de la situation linguistique en Haïti (Wikipédia, 2020)....	198
Figure 9-Répartition en pourcentage des radios par département	234
Figure 10-États des lieux de la radiodiffusion en Haïti (CONATEL, 2019).....	235
Figure 11-Récapitulatif de l’augmentation du nombre de radios légales dans le pays.	236
Figure 12-Répartition du chiffre d’affaires des radios selon sa provenance (en gourdes)	252
Figure 13-Répartition du personnel des radios selon le sexe et la catégorie socio professionnelle	259
Figure 14-Répartition des femmes dans les salles des nouvelles (Source panos Caribbean 2016, p. 9.)	260
Figure 15— Panos Caraïbe 2026, p.14	261
Figure 16— Les de tous les directeurs du CONATEL depuis sa création.	269
Figure 17— Indice de prix à la consommation (IHSI, 2018)	285
Figure 18— Le nombre d’utilisateurs d’Internet en Haïti. (Source : Kanoema.fr).	306
Figure 19— Tableau de tarifs des plans d’abonnement Internet de la compagnie Digicel en date du 23 mars 2020.....	308
Figure 20- Figure 21-Capture d’écran Fernando Estime (à droite) et de Guy Wewe (à gauche).....	314
Figure 22-La publication de Gilbert Mirambeau sur Twitter le 14 août 2018.	318
Figure 23-Un faux compte crée au nom de Réginald Boulos	337

Liste des abréviations

AEAUL : Association des étudiants antillais de l'université Laval

AHQ : Association haïtienne de Québec

AJH : Association des journalistes haïtiens

AMI : Association des médias indépendants

ANMH : Association nationale des médias haïtiens

BM : Banque mondiale

CEIMH : Centre d'études interdisciplinaires sur les médias haïtiens

CERUL : Comité éthique de la recherche de l'Université Laval

CONATEL : Conseil national des télécommunications

FMI : Fonds monétaire international

I.F.R.B: Comité international d'enregistrement des fréquences

IHSI : Institut haïtien de statistique et de l'informatique

IHSI : Institut haïtien de statistique et d'informatique

MCC: ministère de la Culture et de la Communication

MINUSTAH : Mission des Nations unies pour la stabilisation d'Haïti

MTPC : ministère des Travaux publics et de la Communication

OIT : Organisation internationale du travail

OMRH : Office de Management et des Ressources humaines

ONG : Organisation non gouvernementale

PDG : Propriétaire directeur général

RTNH : Radio et télévision nationale d'Haïti

RTVC : Radio et Télévision Caraïbes

SNTPH : Syndicat national des travailleurs de la presse haïtienne

TNH : Télévision nationale d'Haïti

TH : Télé-Haïti

TPTC : Travaux publics transport et communication

UNESCO : Organisation internationale pour l'éducation et la culture

VSN : Volontaires de la sécurité nationale.

Dédicace

Cette thèse est dédiée aux acteurs du système médiatique haïtien. Elle est particulièrement dédiée à la mémoire d'une icône, d'un héros de la presse haïtienne, Anthony Pascal, un des participants à notre étude qui est décédé le 31 juillet 2020.

Remerciements

Une thèse de doctorat est loin d'être une œuvre individuelle ou celle d'un étudiant avec l'encadrement d'un directeur de recherche. C'est un travail collectif qui implique la participation d'un nombre inestimable de personnes morales et physiques. L'énumération du nombre de personnes qui participent à la réalisation d'une thèse pourrait s'avérer un exercice aussi difficile que la réalisation de la thèse elle-même. Si je devais remercier celles et ceux qui ont, d'une manière ou d'une autre, contribué à la réalisation de cette thèse depuis la demande d'admission jusqu'à la soutenance la liste serait trop longue. Mais il y a certains noms qu'on ne peut ne pas mentionner sans pour autant minimiser l'apport considérable de ceux et celles dont les noms ne figurent pas ici.

Je remercie en tout premier lieu le grand architecte de l'univers qui a bien voulu que je réalise cette thèse en dépit des difficultés rencontrées. Sans l'accompagnement infailible d'un directeur de recherche exceptionnel, je n'aurais pas pu réaliser cette étude en dépit de ma volonté et de ma détermination. Jean Charron est pour moi plus qu'un directeur de recherche ou un guide scientifique. C'est aussi pour moi un ami, un père, un mentor à qui je n'hésite jamais de faire part de mes problèmes personnels ou familiaux en dehors de notre relation Directeur ou professeur/Étudiant. La conciliation étude-famille-travail n'est pas toujours facile, ce que professeur Charron a très bien compris. Sa rigueur académique, son attitude positive, son esprit d'ouverture, ses directives avisées et toujours bien fondées font de lui le meilleur directeur de recherche que je n'aurais jamais imaginé. Chacune de ses remarques et de ses directives me fait prendre conscience de mes lacunes et à quel point que je devais et je dois travailler toujours plus fort pour me rattraper, pour être à la hauteur d'un doctorant. À chaque sortie de son

bureau, je vois toujours plus clair dans le cheminement de ma thèse, avec la tête remplie de bonnes idées. Il n'y a jamais eu de mal entendu entre nous qui pourrait conduire à une quelconque détérioration de notre relation. Ma plus grande espérance après cette soutenance est de pouvoir toujours bénéficier de ses conseils, de compter sur lui comme mon guide scientifique.

Je tiens aussi à exprimer ma profonde gratitude aux autres membres de mon comité de thèse, Henri Assogba et Danielle Bélanger qui est aussi ma codirectrice de recherche. Leurs conseils, leurs recommandations et leurs orientations scientifiques m'ont permis de voir plus clair et d'avancer avec confiance dans mon cheminement en fonction de leurs champs de compétence particulière. Tout comme Jean Charron, professeure Bélanger ne se soucie pas seulement de savoir si mes travaux de recherche avancent. Elle se préoccupe avant tout de savoir si tout se passe dans ma famille, si les enfants vont bien, si je tiens le coup sur le plan financier.

Je remercie de manière particulière le directeur du programme de doctorat, professeur François Demers que certains étudiants qualifient de « Monsieur cool », ce que je pourrais traduire dans le langage haïtien comme « un bon nègre », un homme de bien, un homme bon et généreux qui se soucie de ses étudiants. Ses conseils, sa grande compréhension, sa capacité à trouver des solutions pratiques aux problèmes des étudiants, particulièrement étrangers sont infaillibles. Je suis très reconnaissant envers le professeur Thiery Watine, qui a commencé à guider mes pas sur la voie de la recherche pendant toute la période de ma scolarité préparatoire. Je remercie toutes les professeures et tous les professeurs qui ont d'une manière ou d'une autre, contribué à la réussite de cette étude. Je pense particulièrement à la directrice du département,

Madame Véronique Nguyễn-Duy, June Marchand, Manon Niquette, Florence Piron, Guillaume Laztko Toch, Lyne Perón et Pénélope Daignault.

Sans le support financier de la Fondation connaissance et liberté (FOCAL), open Society Fondation (OSF) et le ministère de l'Éducation nationale et de la formation professionnelle, je n'aurais pas pu réaliser cette étude. Je remercie aussi l'Université Laval pour la bourse d'exemption des frais de scolarité supplémentaire et des bourses de cheminement. Mes remerciements vont également au Groupe de recherche sur les mutations du journalisme (GRMJ) dont je suis très fier d'être membre pour son support financier. Je remercie de tout cœur toutes les informatrices et tous les informateurs qui ont répondu à mes questions dans le cadre de mes activités de collecte de données empiriques dont je ne peux pas citer le nom pour des considérations éthiques. Je remercie les patrons de médias qui m'ont accueilli pour des journées d'observation au sein de leurs médias. Je veux parler particulièrement de Patrick Moussignac PDG de de Caraïbes FM, Mario Viau, PDG de Signal FM et Gary Pierre Paul Charles PDG de Scoop FM.

Je remercie les membres de ma famille qui m'ont toujours supporté pendant cette étude. Sans la présence et le support de mon épouse Sherline et l'amour de mes deux enfants Witshelle et Leo Smith, je n'aurais pas assez de courage et d'énergie pour réaliser ce travail d'envergure. J'adresse mes sincères remerciements à mes parents, Pierre Vilcera et Marie Madeleine Panier qui n'ont jamais ménagé leur effort pour l'éducation de leurs enfants. Ils sont des parents exceptionnels. Mes remerciements vont également à mes frères et sœurs pour leur support moral et leur encouragement. Enfin, je remercie mes amis, mes collègues doctorants du département d'information et de communication dont les remarques et suggestions ont permis de faire avancer mon travail.

Je remercie très spécialement mon ami Féro Dessources, directeur de production à Signal FM depuis sa création avec qui j'ai eu de très longues discussions très constructives sur la transformation du système médiatique haïtien. Je tiens aussi à remercier l'Ingénieur Fritz F. Joassin, spécialiste en radiodiffusion en Haïti qui m'a permis de retrouver la liste de tous les directeurs du CONATEL depuis sa création à ce jour. Un remerciement très spécial à mon ancien collègue de travail à Signal FM et ami Jacklin Jean-Paul qui a contribué de manière significative à la réalisation de cette thèse. Ce passionné de la radiodiffusion en Haïti a toujours été disponible 24 h sur 24 pour échanger avec moi et me fournir chaque information jugée nécessaire pour ma thèse. Je remercie tous les membres du Centre d'études interdisciplinaires sur les médias haïtiens (CEIMH), particulièrement Jobnel Pierre, Phares Jérôme, Thomas Hervé Nkoudou pour leur contribution. Un merci spécial à mon ami Dorcé Ricarson qui a relu avec attention certaines sections de ma thèse et m'a fait part de certaines remarques très pertinentes. Merci à mon ami Wilfrid, Azarre pour de nombreuses et fructueuses discussions que nous avons eues à propos de notre travail de recherche respectif notamment sur des questions d'ordre méthodologique. Un merci spécial à ceux et celles dont les noms ne figurent pas dans cette liste particulièrement nos 85 répondants et répondantes. Sans leur précieuse contribution, cette thèse n'aurait pas lieu. Un hommage spécial à la mémoire du très regretté Anthony Pascal, dit Conpè Filo, une icône, un héros de la presse haïtienne qui a bien voulu partager ses expériences avec nous à travers un entretien d'une durée de plus de 2 heures. Il est décédé le 31 juillet dernier, mais à travers cette thèse ses expériences vont continuer à servir la communauté scientifique et le public en général.

Avant-propos

Dès mon plus jeune âge, j'ai toujours nourri une grande passion pour le monde médiatique. Le journalisme a toujours été ma profession de prédilection. J'ai constamment su que j'allais réaliser toute ma carrière dans ce domaine, mais les conditions précaires dans lesquelles travaillent les journalistes haïtiens et d'autres ambitions personnelles m'ont poussé à faire d'autres choix professionnels. Néanmoins, en dépit de mes études avancées dans le domaine du droit et des sciences de l'information et de la communication, je me sens toujours appartenir au monde médiatique. Je me demande souvent si je devais retourner travailler et faire carrière comme journaliste ou s'il fallait trouver un autre moyen de rester dans l'univers médiatique haïtien sans pour autant continuer dans l'exercice du journalisme. La réponse a pris du temps avant de venir, mais c'est en observant l'évolution du système médiatique haïtien et en constatant l'absence quasi totale des études scientifiques sur les médias haïtiens que je me suis trouvé une voie. Je me suis dit que le meilleur moyen pour moi de rester dans le champ médiatique est de contribuer à faire avancer les connaissances dans ce domaine en me capitalisant sur les spécificités du système médiatique haïtien particulièrement la radio qui est le média dominant en Haïti. Comme cela se passe dans tous les pays du monde, le système médiatique haïtien ne cesse de se transformer sous l'influence de plusieurs facteurs, mais il reste et demeure un terrain quasiment vierge à explorer. Faire carrière comme chercheur est aussi pour moi un sacerdoce encore plus exigeant que l'exercice du journalisme lui-même. Sur le plan axiologique et éthique, j'admets que je travaille sur une réalité, c'est-à-dire les rapports que maintiennent les acteurs du système médiatique haïtien, que je connais plus ou moins bien, car j'ai déjà joué le rôle de plusieurs acteurs du système radiophonique. D'abord, j'ai travaillé pendant plus de 6 ans comme journaliste. Ensuite, j'ai œuvré pendant plus de trois ans comme officier de communication

institutionnelle et comme relationniste de presse. Ce qui m'a mis dans la position des sources d'information. Et finalement, je suis un auditeur très avisé de différentes émissions radiophoniques haïtiennes. Quelque part mes expériences de travail dans le domaine du journalisme participent à l'enrichissement de mon travail de recherche. Néanmoins, je fais en sorte que mes valeurs et mes expériences personnelles n'influencent pas le processus de mes travaux de recherche en dépit du fait que les valeurs collectives de la société haïtienne peuvent avoir de grandes influences sur mon travail.

Sur le plan ontologique, les réalités locales distinctes que j'observe dans le fonctionnement du système radiophonique haïtien peuvent être appréhendées comme étant une co-construction des différents acteurs du système. Ce que j'observe n'est pas une réalité immuable. Il s'agit d'une construction discursive qui résulte des relations entre les acteurs du système radiophonique haïtien. Ce qui me place dans une posture épistémologique plutôt constructiviste. Comme le rappelle Mucchielli (2004), le constructivisme comme positionnement épistémologique fonde les connaissances ainsi que leurs conditions d'élaboration sur sept postulats selon lesquels les connaissances scientifiques sont à la fois : « construite ; inachevée, plausible, convenante et contingente ; orientée par des finalités ; dépendantes des actions et des expériences ; faites par les sujets connaissant ; structurées par le processus de connaissance tout en le structurant aussi ; forgées dans et à travers l'interaction du sujet connaissant avec le monde » (Mucchielli, 2004, p. 10). Cette posture épistémologique exige des enquêtes de terrain comme c'est le cas dans cette présente étude. Elle est fondée sur des procédés méthodologiques fondamentalement qualitatifs.

Sur le plan méthodologique, la question qui se pose est de savoir comment connaître ou appréhender la réalité médiatique que j'observe c'est-à-dire la transformation des relations entre les acteurs du système radiophonique haïtien. Ainsi, je crois que la connaissance peut être acquise ou engendrée au moyen d'une pluralité de démarches méthodologiques, mais j'ai opté dans cette étude pour une démarche qualitative. Voilà pourquoi je fais usage des outils qualitatifs pour examiner les facteurs explicatifs de la transformation des différents aspects du système radiophonique haïtien.

Introduction générale

Cette étude porte sur la transformation du système radiophonique haïtien au cours des années 1957 à 2020. Il s'agit d'examiner en quoi les relations entre les différents acteurs du système radiophonique haïtien ont changé au cours des 60 dernières années et d'identifier les facteurs explicatifs de ce changement. Plus spécifiquement, il y est question de déterminer dans quelle mesure les différents changements opérés dans le système conduisent ou pas à une reconfiguration du système. En effet, la configuration du système radiophonique haïtien renvoie à l'état des relations existantes entre les acteurs à partir de l'année 1957 qui constitue le point de départ de notre étude. Nous verrons que depuis cette date le système radiophonique haïtien se caractérisait notamment par la domination d'une élite dans l'espace radiophonique, une domination des stations de radios de Port-au-Prince par rapport aux autres, une forte politisation des radios. Aussi, l'environnement global dans lequel évolue le système radiophonique haïtien est caractérisé, entre autres, par des crises politiques récurrentes, par la corruption¹, par l'analphabétisme et par la pauvreté.

En fonction des changements observés, y a-t-il eu ou non reconfiguration du système ? C'est-à-dire une révolution radicale dans ses caractéristiques fondamentales. C'est la question principale à laquelle répond cette étude. Quels sont les principaux éléments du système qui ont changé de 1957 à 2020 et ceux qui n'ont pas changé ? Nous présumons que les relations entre les acteurs du système radiophonique haïtiens se sont transformées sous l'influence de trois

¹ Haïti est classée 168^e place sur 100 dans l'indice de la perception de la corruption publié par l'ONG international transparency le 23 janvier 2020 alors qu'elle y a occupé la 161^e place l'année précédente. Ce qui montre que la corruption gagne de plus en plus de terrain dans le pays.

séries de facteurs : linguistique, démocratique et technologique au cours des six dernières décennies. Cette transformation des relations entre les acteurs entraîne-t-elle une reconfiguration du système radiophonique ? Il y aura reconfiguration si la nature profonde, les caractéristiques fondamentales et l'environnement dans lequel évolue le système radiophonique se sont transformés au point qu'ils deviendraient méconnaissables par les acteurs. C'est-à-dire, si tout avait été changé et s'était reconstruit sur des bases complètement nouvelles.

En fait, les radios haïtiennes et d'autres acteurs comme le public² (local et la diaspora), les sources d'information, les annonceurs, les instances de régulation étatique et non étatique forment un système complexe de relations³. C'est-à-dire que chacun des acteurs occupe une certaine position et entretient certaines relations d'interdépendance avec les autres. Par définition, un système de relation est « un ensemble d'acteurs liés par des rapports d'interdépendance et dont les actions sont coordonnées par des mécanismes de régulation qui permettent à l'ensemble de se maintenir » (Charron, 1990, p. 1)⁴. Dans le système radiophonique haïtien, chaque radio se définit ou se détermine par et à travers ses relations avec d'autres acteurs-clés du système.

² En général, la notion de « public » renvoie à l'ensemble des lecteurs, téléspectateurs, auditeurs ou les « récepteurs » des messages médiatiques. Dans notre cas d'étude, le concept public fait référence aux auditeurs des radios haïtiennes.

³ Donati (2004) considère une relation comme un « objet spécifique de la sociologie ». Il part du constat que « l'objet » de la sociologie n'est ni le « sujet », ni le système social, ni aucun des couples similaires (action et structure, mondes vécus et système social, etc.), mais la relation sociale » (Donati, 2004). D'autres chercheurs comme Rioux & Dufour (2008) analysent une relation comme « un lien dynamique ». Il s'agit, selon eux, d'un rapport entre un individu et une ou plusieurs autres personnes, entre un individu et un ou plusieurs groupements, entre un groupe et un ou plusieurs autres groupes. Selon eux, une relation est dynamique en raison du fait qu'il s'agit d'un processus d'intégration sociale qui détermine la place de chacun des éléments constitutifs du système relationnel.

⁴ Nous allons y revenir à travers notre cadre théorique.

Notre travail consiste donc à comprendre et à expliquer ce système de relations dans le but de rendre compte de ses principales mutations. En effet, tout système de relations concrètes implique un jeu de pouvoir entre les acteurs qui le composent. Les interactions entre les acteurs du système que nous analysons sont régies par ce que Charron et Le Cam (2008) considèrent comme étant un contrat de communication, c'est-à-dire par l'«ensemble des normes, des conventions et des attentes réciproques qui régulent les pratiques de communication publique» (p. 19). Les changements dans les relations entre les acteurs du système radiophonique haïtien sont aussi analysés sous l'angle du contrat de communication publique. Dans le cas d'Haïti, nous avons relevé un ensemble de faits évidents qui suggèrent un certain nombre de changements dans le fonctionnement du système radiophonique haïtien. De telles transformations touchent tous les aspects du fonctionnement des radios en Haïti et dans leur relation avec les sources d'information, les annonceurs, l'Association nationale des médias haïtiens (ANMH)⁵, le public⁶, les instances de régulation, les pouvoirs de l'État, etc.

Notre étude de cas est centrée sur la radio traditionnelle haïtienne avec son extension sur le Web. Nous verrons que la radio constitue le média dominant en Haïti en ce sens qu'elle représente le principal

⁵ Il existe d'autres associations de patrons de presse et de nombreuses associations de journalistes en Haïti. Néanmoins, il s'agit des associations plutôt marginales, qui ne sont pas assez représentatives ou influentes pour nécessiter leur intégration dans le système que nous étudions. Cependant, par rapport à son influence et sa représentativité nationale, l'Association nationale des médias haïtiens (ANMH) (Une note dans une note?) est considérée comme une instance de régulation assez forte même en absence de l'application des règles formelles comme un code de déontologie au sein de la profession.

dispositif technique et institutionnel de communication publique dans le pays. Nous remarquerons que cette domination de la radio est due à de nombreux facteurs comme l'analphabétisme et de la culture de l'oral qui caractérise Haïti. Le système radiophonique haïtien est donc un sous-système de la structure globale des médias haïtiens que nous définissons comme étant l'ensemble des médias (radios, télévisions, presse écrite) légalement enregistrés ou pas auprès de l'État haïtien ou créé par des citoyens haïtiens ou étrangers et enregistré auprès d'un État étranger, fonctionnant de manière légale ou illégale, pourvu que ces médias desservent particulièrement une communauté haïtienne d'Haïti ou de la diaspora. À cet effet, le concept de « radio haïtienne » désigne aussi l'ensemble des radios haïtiennes qui desservent les habitants d'Haïti et/ou des communautés haïtiennes de la diaspora. Cette dernière renvoie à l'ensemble des Haïtiens vivant de manière permanente en dehors d'Haïti, dispersés à travers le monde, qui créent entre eux des liens communautaires, qui revendiquent une identité haïtienne et qui maintiennent une certaine relation socioculturelle, politique et économique avec Haïti.

Construction de notre objet de recherche et actualité du sujet

L'objet de notre recherche peut être défini comme étant une analyse du changement dans les relations entre les différents acteurs qui forment le système radiophonique haïtien sous l'influence de certains facteurs que nous précisons plus loin. Sans vouloir exclure ou minimiser les autres acteurs, nous traitons beaucoup plus en profondeur les relations entre quatre principaux acteurs du système radiophonique haïtien, à savoir : les radios et les journalistes, les sources d'information, le public et les annonceurs. Notre expérience comme journaliste et comme auditeur

avisé nous a beaucoup servi dans cette démarche. Nous observons systématiquement les émissions de débat, les éditions de nouvelles, les rubriques « Invité » des radios pour identifier les changements dans les relations des acteurs du système qui sont notamment liés au numérique. C'est en fonction de tout cela que nous avons construit notre objet de recherche dans le but de faire avancer la connaissance dans le domaine de la communication publique à la lumière des particularités du système radiophonique haïtien. En résumé, notre objet de recherche est construit progressivement à la lumière de la littérature scientifique sur la question et en fonction de nos observations directes et indirectes, des entrevues et de nos expériences personnelles comme acteur ou faisant partie des groupes d'acteurs du système observé.

Dans cette étude, nous verrons que les technologies numériques comme les facteurs linguistiques, économiques et politiques constituent des éléments importants dans la transformation des relations entre les acteurs du système radiophonique haïtien. Les systèmes médiatiques à travers le monde sont en constante évolution sous l'influence de facteurs différents. L'utilisation des outils numériques par les acteurs du système radiophonique haïtien devient une activité quasiment naturelle qui impacte le système et accélère le processus de sa transformation. Pendant les quinze dernières années, il y a un ensemble de nouvelles applications numériques qui facilitent ou participent à la modification des relations entre les acteurs. Dans cette étude, nous considérons les technologies numériques comme étant un facteur déterminant dans la transformation du système radiophonique haïtien, particulièrement dans l'évolution des relations entre les différents acteurs qui constituent le système. « On dit numérique une information qui se présente sous forme de nombres associés à une indication de la grandeur physique à laquelle ils s'appliquent, permettant les calculs, les statistiques la vérification des

modèles mathématiques. Le numérique s'oppose en ce sens à l'*analogique* et à l'*algébrique* » (Wikipédia 2020). Ce concept a été utilisé pour définir de nouvelles formes d'enregistrement sonore, d'images ou de vidéos.

Les technologies numériques recouvrent une multiplicité de pratiques. Leur champ d'application va au-delà même du monde informatique. Il s'applique aussi au domaine des télécommunications et de l'Internet. Néanmoins, dans notre travail, nous prenons en compte les différents outils technologiques utilisés par les acteurs du système radiophonique haïtien dans leurs pratiques quotidiennes. Nous prenons en compte notamment les appels téléphoniques, les messages transmis à l'aide des applications numériques ou des réseaux sociaux comme : WhatsApp, Facebook, les SMS et d'autres applications utilisées par les acteurs dans leurs pratiques relationnelles. Dans notre cas d'étude, nous verrons que cette transformation accélérée par le numérique s'inscrit dans un processus qui était déjà en cours.

Notre étude prend en considération trois grandes périodes dans le processus de la transformation du système radiophonique haïtien. La première période s'étend sur toute la durée de la dictature des Duvalier allant de 1957 à 1986. C'est la période de la négation totale de la liberté d'expression et de la presse dans le pays. C'est aussi la période au cours de laquelle le créole a été progressivement utilisé comme langue de communication dans les éditions de nouvelles et les débats publics en Haïti⁷. La deuxième période s'étend du 7 février 1986 qui correspond à la date de la chute de la dictature des Duvalier au 16 décembre 1990 qui

⁷ Il s'agit d'une date approximative, car les sources sont contradictoires. Les différentes sources montrent qu'on a commencé à diffuser des informations en créole entre 1973 et 1976.

renvoie l'organisation de la première élection démocratique dans le pays qui a conduit au pouvoir le prêtre catholique Jean-Bertrand Aristide. C'est la période d'instabilité politique qui ouvre la voie démocratique dans le pays. C'est aussi à partir de 1986 que s'est produite une libéralisation de la parole publique, le début de la multiplication du nombre de radios et l'amplification de l'usage du créole dans la radio jusqu'à aujourd'hui comme nous le verrons plus loin. Nous débutons la troisième période à partir de 1992 qui marque l'arrivée de l'Internet⁸ en Haïti que nous considérons comme une période de grandes accélérations du processus de transformation ou des grands changements dans les relations entre les acteurs du système radiophonique. L'arrivée du téléphone portable dans le pays dans les années 2000 et le début de la présence de certaines radios sur Internet ont aussi contribué à la transformation du système.

Justification scientifique

Les différents systèmes médiatiques évoluent de manière considérable. En passant en revue les principaux travaux sur l'évolution des systèmes médiatiques et les changements dans les relations entre les acteurs, nous avons constaté l'existence d'un grand vide à combler dans la littérature. Les principaux travaux portant sur les systèmes médiatiques et leur évolution (Hallin & Mancini, 2004, Brin, Charron, & de Bonville, 2004)⁹ ne traitent pas la question de changement dans les relations entre les acteurs dans le contexte du développement des technologies numériques encore moins sur la base d'une considération linguistique et démocratique. Il s'agit ici d'un travail pionnier sur les changements dans les relations entre les acteurs du système radiophonique haïtien depuis l'implantation de la première station de radio en Haïti en 1928 jusqu'à

⁸À noter que la première concession pour l'exploitation de l'internet dans le pays a été accordée à la société Alpha communications Network (ACN) en 1995.

⁹ Nous allons y revenir dans le cadre théorique

l'ère du numérique. Aucune étude n'a encore porté sur la transformation du système radiophonique haïtien. Aussi, le cas spécifique d'Haïti avec la radio comme média dominant ainsi que son contexte social politique de développement peut contribuer à faire avancer les connaissances dans le domaine de la communication publique. C'est entre autres ce qui justifie notre étude. Malgré l'évidence des changements dans les relations entre les acteurs des systèmes médiatiques avec le développement des outils numériques, la littérature sur cette question reste encore très pauvre. Dans le cas spécifique d'Haïti, la recherche sur les médias est quasiment existante. Les travaux de recherche portant sur l'impact des technologies numériques¹⁰, sur la participation politique et sur la composition des espaces publics médiatiques sont très nombreux. Néanmoins, peu de choses ont été dites sur la manière dont ces dispositifs techniques participent à la transformation des relations entre les acteurs des systèmes radiophoniques, particulièrement des pays moins avancés comme Haïti. L'intérêt de notre recherche réside surtout dans le fait que la transformation du système radiophonique haïtien reste encore inexplorée alors que la radio s'affirme de plus en plus comme média dominant en Haïti et que la participation des Haïtiens de la diaspora dans les débats publics qui se tiennent depuis leur pays d'origine devient de plus en plus intense.

¹⁰ Les technologies numériques peuvent être comprises comme la mise en œuvre d'applications informatiques dans la vie quotidienne des personnes physiques et des organisations qui en font usage.

Pertinence sociale

Depuis la chute de la dictature des Duvalier, la liberté d'expression est le droit le mieux garanti dans le pays. La radio représente le principal lieu de débat public, le principal dispositif technique de communication publique qui favorise la pleine jouissance de ce droit. Que ce soit pour les acteurs du pouvoir, pour les opposants politiques et pour l'ensemble des citoyens du pays. La radio représente l'épine dorsale de la démocratie dans le pays. Elle est ancrée dans le quotidien du peuple haïtien en ce sens qu'elle est le média de proximité par excellence dans le pays. En plus de sa contribution à l'avancement de la connaissance dans les études sur les médias, cette étude va permettre aux différents acteurs du système radiophonique haïtien de mieux appréhender les changements dans leurs relations, de mieux comprendre les fondements des liens sociaux créés par les radios.

Champs d'application

Nous nous sommes intéressés à la radio d'information en tant qu'outil de communication de masse. Plus spécifiquement, nous nous sommes intéressés aux éditions de nouvelles, aux débats publics et aux discours qui circulent au sein de l'espace public radiophonique haïtien et aux différents types de relations que maintiennent les acteurs. Ainsi, nos travaux de recherche s'inscrivent dans le champ de la communication publique, dans le sillage des études relatives à la transformation des systèmes médiatiques, à la participation du public dans les émissions radiophoniques de débat, à l'utilisation et à l'influence des technologies numériques sur les systèmes médiatiques¹¹. En effet, il y a plusieurs manières de définir le concept de communication publique. Néanmoins, nous adoptons la définition proposée par le Département de

¹¹ La notion de système médiatique sera développée dans notre cadre théorique.

communication et d'information de la faculté des lettres de l'université Laval, à savoir : la « communication publique » englobe : « l'ensemble des phénomènes de production, de traitement, de diffusion et de rétroaction de l'information qui reflète, crée et oriente les débats et les enjeux publics ; la communication publique étant non seulement le fait des médias, mais aussi des institutions, entreprises, mouvements et groupes qui interviennent sur la place publique » (Beauchamp, 1991, p. XIII, citée par Demers 2008, 210). Selon Demers (2008), la « communication publique », telle qu'elle est définie par le DIC, s'avance de très près de la communication médiatisée. Il existe selon lui, une tradition au Département qui place les médias, quels qu'ils soient, au centre des préoccupations des chercheurs.

La communication publique renvoie d'abord à l'ensemble des messages transmis par les médias de communication et à ces médias eux-mêmes. Elle désigne aussi les relations qui s'établissent lors de la transmission de messages entre individus considérés comme citoyens. Elle touche non seulement les affaires publiques et la vie politique en général, mais aussi tous les problèmes auxquels doit faire face la société et qui sont soumis au débat public, agite l'opinion publique ou relève de l'état et de l'administration publique : économie, justice, éducation, santé, environnement, etc. (de Bonville, 1991, p. 4, citée par Demers, 2008, p. 211).

Compte tenu de cette définition, notre sujet de recherche correspond bien à cette préoccupation. Il y a un lien très étroit entre la communication publique et le sujet sur lequel nous travaillons. Donc, la transformation du système radiophonique haïtien que nous analysons dans cette étude s'inscrit au cœur du champ de la communication publique tel qu'il est défini. Dans le contexte européen, la communication publique est plutôt vue au sens des Relations publiques de l'État, c'est-à-dire les actions de communication mises en œuvre par les institutions de service public pour communiquer avec les publics cibles.

Aperçu des perspectives théoriques

Cette étude s'inscrit dans une perspective théorique multiple. En fonction de la nature de notre problème de recherche, nous utilisons plusieurs approches théoriques différentes dans une logique de complémentarité. Il s'agit tout d'abord de la notion de système qui nous permet d'analyser les changements dans les relations entre les acteurs du système radiophonique haïtien. Or, à l'intérieur de ce système médiatique, il y a un ensemble de débats publics, d'échanges entre les différents acteurs. Ce débat public entre les acteurs se réalise dans le contexte de la transformation ou de l'évolution du système radiophonique en raison particulièrement de l'utilisation des outils numériques par les acteurs. Et quelque part, cette transformation du système médiatique change les conditions de participation dans les débats publics. La question de débat public fait partie de notre problème de recherche. Donc, pour analyser ces échanges entre les acteurs, nous avons besoin du concept d'espace public. La particularité de l'espace public haïtien, c'est qu'une grande partie de ce public se trouve en dehors des frontières d'Haïti. C'est la diaspora qui participe activement de manière directe et instantanée dans la délibération politique nationale. Le problème, c'est que cette partie du public haïtien a une double appartenance en ce sens qu'elle intervient également dans un autre espace public qui est celui de son pays d'accueil. Pour analyser les relations de cette composante du public avec les médias haïtiens, nous faisons appel au transnationalisme qui est une approche utilisée dans le champ des études sur la migration internationale. Elle nous permet d'éclairer un aspect spécifique de notre thèse ou un autre objet qui est la participation de la diaspora haïtienne dans le débat public haïtien que l'analyse systémique et le concept d'espace public ne nous permet pas d'analyser. Le système, le transnationalisme et l'espace public sont bien des concepts qui rendent compte de réalités différentes, mais nécessaires pour analyser la

transformation du système radiophonique haïtien à l'ère du numérique. Les changements dans les relations entre les acteurs sont analysés sous l'angle du contrat de communication publique, c'est-à-dire les règles tissant les relations ou les échanges entre les acteurs de l'espace radiophonique.

Structure de la thèse

Ce travail est divisé en huit chapitres. Le premier chapitre consiste à présenter notre problématique générale et spécifique. Nous y exposons les principales caractéristiques du système radiophonique haïtien. Ce chapitre présente aussi un aperçu des principales études comparatives des systèmes médiatiques, notamment celles de Hallin et Mancini (2004) et d'autres travaux portant sur la réception et la participation du public aux émissions radiophoniques de débat. À travers le deuxième chapitre, nous élaborons notre cadre théorique, autour de l'approche systémique, de l'espace public, du transnationalisme et du concept de contrat de communication publique. Le troisième chapitre consiste à présenter le cadre méthodologique de notre recherche, notamment notre démarche de collecte et d'analyse des données empiriques et secondaires. Comme procédés méthodologiques, nous priorisons l'enquête qualitative fondée sur une démarche d'analyse hypothético-inductive¹². Nous avons procédé à de nombreux types d'observations, des entrevues semi-directives et l'organisation d'une conférence/débat entre les principaux acteurs du système radiophonique haïtien. Nous utilisons également certaines ressources documentaires, des données statistiques pour corroborer certaines affirmations des participants à l'étude. À travers le chapitre quatre, nous brosons un portrait global du paysage médiatique traditionnel haïtien (radio, télévision et presse écrite). Il s'agit d'un survol

¹² Cette démarche est expliquée dans le chapitre relatif au cadre théorique.

historique qui nous permet de mieux comprendre le contexte sociopolitique et économique dans lequel évoluent les médias haïtiens.

Les quatre derniers chapitres qui constituent la deuxième partie de la thèse sont consacrés à la présentation des résultats. Dans le chapitre cinq, nous présentons une catégorisation des différentes formes d'émission radiophonique de débat et une typologie de différentes formes de participation des membres du public à ces dernières. Cette typologie nous sert aussi d'outil d'analyse des changements dans les relations entre le public des radios et des journalistes. Dans le chapitre six, nous présentons les facteurs sociolinguistiques de la transformation du système radiophonique haïtien alors que dans le chapitre sept nous analysons les impacts des facteurs économiques et politiques sur le système radiophonique haïtien, notamment les précarités économiques et les différentes formes de politisation du système. Et pour finir, nous analysons dans le chapitre huit les impacts des outils numériques sur les relations qu'entretiennent les différents acteurs du système avant de présenter nos conclusions générales qui consistent à répondre à notre question principale à savoir : si oui ou non le système radiophonique haïtien est reconfiguré.

Première partie : Problèmes, théorie et méthode

Nous présentons, dans cette première partie, les quatre premiers chapitres de la thèse. Il s'agit de la problématique générale et spécifique, du cadre théorique et méthodologique ainsi qu'un survol historique de la radiodiffusion en Haïti. Chacun des chapitres contient un certain nombre de sections bien détaillées.

Chapitre 1. Problématique générale et spécifique

De quelle manière le système radiophonique haïtien s'est-il transformé au cours des 60 dernières années ? Et sous l'influence de quels facteurs et de quelle manière ces derniers influencent-ils les relations entre les acteurs du système ? Ces questions plutôt générales nous amènent à inscrire notre problème de recherche dans une problématique générale relative aux travaux de recherche sur la transformation des systèmes médiatiques à travers le monde. Dans ce chapitre, nous passons en revue certains éléments fondamentaux qui caractérisent l'environnement global dans lequel évolue le système radiophonique haïtien. Il y est aussi question de présenter, entre autres, une synthèse des travaux relatifs aux études comparatives des systèmes médiatiques dans le monde. À partir d'un tel résumé, nous parvenons à un raisonnement conduisant à une conclusion qui nous permet de justifier la pertinence scientifique de notre problème de recherche. Nous y présentons notamment le cadre conceptuel de Hallin et Mancini (2004, 2017) et les critiques relatives à leurs travaux avant de préciser les questions spécifiques et l'hypothèse générale qui sont à la base de notre étude. En fait, contrairement aux travaux de Hallin et Mancini, nous ne cherchons pas à comparer le système radiophonique haïtien avec d'autres systèmes. Il s'agit plutôt

d'une démonstration diachronique de la transformation du système radiophonique haïtien en fonction de trois séries de facteurs explicatifs (linguistique, économique-politique et technologique) que nous verrons plus loin dans ce chapitre.

Le système radiophonique haïtien est constitué d'un ensemble d'acteurs qui sont dans une position d'interdépendance. Nous nous sommes intéressés particulièrement à ces types de relations là. Néanmoins, l'idée d'une transformation des systèmes médiatiques n'est pas étrangère aux travaux de Hallin et Mancini. Ce qui fait que leur approche nous est utile à l'étude de ces transformations. Comme nous allons le voir, les différents modèles élaborés par Hallin et Mancini (libéral, pluraliste polarisé, corporatiste) ne s'appliquent qu'aux pays occidentaux. Cependant, les quatre paramètres sur lesquels ils se sont fondés pour construire leurs modèles (structure du marché, parallélisme politique, professionnalisation, rôle de l'État) restent pertinents pour caractériser les systèmes médiatiques en Haïti comme partout dans le monde. Donc, nous présentons quelques caractéristiques fondamentales du système radiophonique haïtien avant de présenter le cadre d'analyse comparative des systèmes médiatiques de Hallin et Mancini.

1.1. Les caractéristiques du système radiophonique haïtien

Le système radiophonique haïtien évolue dans un environnement très particulier. Haïti est caractérisé depuis sa fondation le 1^{er} janvier 1804 par un climat d'insécurité récurrente, par des crises sociopolitiques successives, par la corruption, l'analphabétisme, entre autres. Elle est le pays le plus pauvre du continent américain. C'est dans cet environnement particulier qu'évolue le système radiophonique haïtien. Les principaux acteurs du système se trouvent dans une situation de grande précarité. Les sources de revenus pour les radios sont rares et insuffisantes. Le marché publicitaire est exigu alors que le nombre de radios se multiplie depuis la chute de la dictature des Duvalier. Il n'y a aucun mécanisme public de financement des médias privés dans le pays hormis la publicité gouvernementale. Les artisans de la radio sont en général sous-payés. Une grande partie de la population est analphabète¹³ et les débats publics sont largement dominés par une élite lettrée. Ces conditions rendent le système radiophonique vulnérable à la corruption et aux pressions politiques, de sorte que la radio est fortement politisée. En raison de sa vulnérabilité, ce système est dominé par de fortes pressions politiques.

Les 60 dernières décennies ont donné lieu à l'apparition de nouvelles conditions, notamment une convergence de trois séries de facteurs (linguistique, économie politique et technologique) susceptibles d'amener des changements dans le système radiophonique haïtien. Comment ça se traduit et comment le système s'est-il transformé ? En effet, la valorisation du créole comme langue de communication dans la

¹³ En 2016, le taux d'alphabétisation des adultes (+15) en Haïti est estimé à 61,7. Source : <https://knoema.fr/atlas/Ha%C3%Afti/topics/%C3%89ducation/Alphab%C3%A9tisation/Taux-dalphab%C3%A9tisation-des-adultes>

radio, le processus de démocratisation de l'espace radiophonique depuis la chute de la dictature des Duvalier et l'expansion du système radiophonique par les technologies du numérique créent des conditions et des opportunités nouvelles qui influent sur les relations entre les acteurs du système. Haïti est un pays très isolé qui partage peu de caractéristiques communes même avec la République dominicaine avec laquelle elle partage l'île.

Figure 1 —La carte d'Haïti partageant l'île avec la République Dominicaine



L'histoire d'Haïti, sa culture et sa langue créole font d'elle un pays solitaire dans la région caribéenne ou dans le continent américain. Dans son ouvrage très controversé, « Le choc des civilisations » Samuel P. Huntington considère Haïti comme « un pays isolé » au même titre que le Japon qui n'a rien en commun avec les autres nations, voire leurs voisins. « Les élites de Haïti étaient traditionnellement liées à la France, mais la langue créole, la religion vaudou ainsi que ses origines dans la révolte d'esclaves et son histoire agitée font de cette île un pays isolé » (Huntington, 1997, p. 195). Nous avons de bonnes raisons de croire

qu'Haïti possède des spécificités politiques, économiques et socioculturelles qui font en sorte que son système médiatique soit différent. De ce point de vue, nous pouvons considérer le système médiatique haïtien comme étant unique. Ce qui fait de lui un terrain fertile pour la recherche sur la transformation des systèmes médiatiques.

La presse écrite haïtienne a évolué et évolue encore dans un contexte de la décadence de l'État haïtien et des structures de la société civile. Comme l'a fait remarquer Jean Desquiron, « elle emploie le français, une langue étrangère à la grande majorité de la population. De plus, le pouvoir ombrageux la voit d'un fort mauvais œil » (Desquiron, 1996, p. 12). Celui qui voulait avoir un journal en Haïti, dit-il, devait encore se préparer à affronter toute une multitude de difficultés comme la recherche de nouvelles publiables et la rédaction d'un éditorial qui ne risquait pas d'offenser le pouvoir, les difficultés d'avoir des lecteurs payants, d'avoir des collaborateurs qualifiés, de trouver des annonceurs et de surveiller la composition, la correction et la publication du journal. Un travail qui demanderait, selon Desquiron, des qualités exceptionnelles. En dépit de tous ces problèmes, pas moins de mille journaux ont été publiés en Haïti depuis son indépendance le premier janvier 1804. Néanmoins, il n'y a que le journal Le Nouvelliste, la doyenne actuelle de la presse haïtienne, qui a pu résister jusqu'à aujourd'hui.

Jean Desquiron a bien démontré que, depuis sa naissance, la presse haïtienne a toujours évolué dans un contexte socio-économique et politique très difficile. Une situation qui a de grandes influences sur le processus de l'évolution des médias haïtiens, particulièrement des radios qui nous intéressent dans cette étude. Toute l'histoire d'Haïti est marquée par une lutte fratricide pour la prise du pouvoir, par des coups d'État successifs depuis l'assassinat, le 17 octobre 1806, de Jean-Jacques

Dessalines, le premier chef d'État et père fondateur de la nation haïtienne. Haïti a connu des perturbations politiques désastreuses pendant les décennies qui ont précédé la prise du pouvoir par François Duvalier en septembre 1957. Six présidents haïtiens ont été assassinés dans l'intervalle de quatre ans seulement, soit de 1911 à 1915. Ce qui a entraîné une intervention militaire des États-Unis qui ont occupé le pays de 1915, après la mort du président haïtien Jean Vilbrun Guillaume Sam, jusqu'en 1934. La situation politique haïtienne ne s'est pas améliorée après le départ des occupants américains en 1934. De 1946 à 1956 trois présidents, soient Élie Lescot, Dumarsais Estimé et Paul Eugène Magloire ont été chassés du pouvoir par des coups d'État. Les coups d'État militaires et des émeutes ont continué à se multiplier dans le pays. François Duvalier est arrivé au pouvoir le 22 septembre 1957 à la suite du soulèvement populaire qui a conduit à la démission du pouvoir du président Paul Eugène Magloire le 6 décembre 1956. Pour conserver son pouvoir, Duvalier a instauré dans le pays un régime de terreur par la mise en place d'une milice des « Volontaires de la sécurité nationale » (VSN) constituée de 40 000 « tontons macoutes ». Il a été lui-même victime de neuf tentatives de coup d'État de la part de ses adversaires politiques. Les intellectuels, les journalistes indépendants, l'Église catholique en Haïti étaient dans le collimateur de François Duvalier.

L'accession au pouvoir de François Duvalier en 1957 a eu lieu à la suite d'élections truquées. Avec le soutien de l'Armée et de sa milice personnelle (les Tontons Macoutes), il s'est autoproclamé président à vie de la République d'Haïti. Cette dictature féroce a coûté la vie à des milliers d'opposants et à l'exil des milliers d'autres. François Duvalier, dit « papa doc » est décédé en 1971. Son fils Jean-Claude Duvalier, dénommé « Bébé Doc », devient président à vie à l'âge de 19 ans. Pendant toute la dictature

des Duvalier, la presse indépendante a été totalement bâillonnée¹⁴. À la fin de l'année 1985, Jean-Claude Duvalier est confronté à un soulèvement populaire sans précédent. De nombreux journalistes engagés ont bravé le danger pour soutenir les manifestations contre la dictature qui ont souvent été réprimées dans le sang. Il est parti pour l'exil en France le 7 février 1986 avec sa famille. « Après le départ des Duvalier, Haïti se présentait aux yeux du monde entier comme une nation en guerre avec elle-même. Quelques années après la chute de ce régime, ce pays vivait constamment dans le trouble et l'atmosphère sociale — politico-économique paraissait lourde et instable. La peur, l'insécurité, la méfiance se sont installées un peu partout » (Pierre, 2014, p. 10). Jusqu'à aujourd'hui, Haïti reste une démocratie naissante qui cherche encore sa voie après la longue période de dictature des Duvalier, Papa Doc (1957-1971) et Bébé Doc (1971-1986). En 1990 Jean-Bertrand Aristide est devenu le premier président démocratiquement élu. Sa trajectoire institutionnelle a été marquée par de grands mouvements de déstabilisation. « Au-delà des frontières d'Haïti, on n'entend guère parler de cette nouvelle crise politique. Soit le monde est tellement habitué à voir le pays plonger dans le chaos politique qu'il n'y voit rien de bien nouveau, soit il a malheureusement perdu tout espoir pour lui » (Chiara 2016). Le président Jean Bertrand Aristide a été renversé à son tour le 30 septembre 1991 par un coup d'État militaire. Il est parti en exil aux États-Unis avant d'être rétabli à son poste par l'administration du président américain Bill Clinton. En 1996, il a organisé des élections qui ont conduit son ancien premier ministre, René Préval au pouvoir avant d'être réélu en 2001 pour un second mandat. Il a été renversé une deuxième fois le 29 février 2004 à la suite des mouvements de protestation pour donner le pouvoir à un gouvernement de transition qui

¹⁴ Voir la section sur l'état des libertés d'expression sous la dictature.

a duré 2 ans. En 2006, à la suite d'une modification du mode de comptage des votes blancs, René Préal un proche de Jean-Bertrand Aristide a remporté les élections présidentielles avec 51,15 % des voix. Victoire lui a été accordée dans un contexte de vive tension et d'accusation des opposants politiques qui ont dénoncé les irrégularités qui ont caractérisé l'organisation de ces élections. Arrivé en deuxième position, le candidat démocrate-chrétien, professeur Leslie Manigat, a notamment critiqué les pressions de la communauté internationale et dénoncé un « coup d'État par les urnes » en faveur de son concurrent.

Cinq ans plus tard, le chanteur haïtien, Joseph Michel Martelly, allait remporter le deuxième tour des élections présidentielles avec 67,6 % des voix contre 31,7 % pour Mirlande Manigat, la femme de Lesly François Manigat qui est un ancien président de la République d'Haïti. Ces élections ont eu lieu à la suite d'un terrible tremblement de terre qui a fait plus de 300 000 morts dans le pays. N'ayant pas pu organiser les élections dans les délais, Joseph Michel Martelly a cédé sa place à un gouvernement de transition présidé par le président d'alors du Sénat de la République, Jecelerme Priver. Sa principale mission était de continuer le processus électoral initié sous la présidence de son prédécesseur. Les élections du 20 novembre 2016 ont conduit au pouvoir l'entrepreneur Jovenel Moïse avec 55,6 % des votes, une année après avoir reporté le deuxième tour des élections présidentielles qui devait avoir lieu en décembre 2015. Comme dans les élections précédentes, les résultats de ces élections ont été contestés par les principaux candidats qui ont dénoncé les irrégularités. Impliqué dans un scandale de corruption, le président Moïse a fait face à des mouvements de protestation populaire revendiquant son départ du pouvoir. C'est le contexte du confinement lié au développement de la Covid-19 qui fait cesser les grands mouvements de protestation contre l'actuel président de la République. Toutes les activités du pays ont

été quasiment paralysées pendant les deux mois précédant la Covid -19 en raison d'un mouvement baptisé « Pays Lock » visant la démission du président Jovenel Moïse.

1.1.1. La fragilité des institutions démocratiques haïtiennes

Les institutions démocratiques haïtiennes fonctionnent dans une situation de crise quasi permanente. Serge Philippe Pierre considère Haïti comme un « pays en crise permanente » c'est-à-dire, dit-il, un pays tourné vers la contestation, la confrontation, la perplexité, l'inquiétude, le malaise économique, etc. de manière perpétuelle. « Après le départ des Duvalier, ce pays se présentait aux yeux du monde entier comme une nation en guerre avec elle-même, une nation en péril, incapable de contenir ses émotions et ses rancœurs pour faire entendre la voix de la raison, du dialogue, du pardon, de la conciliation et de la concertation » (Pierre, 2014, p.14)¹⁵. Plus de trente ans après la chute du régime des Duvalier, cette situation reste inchangée. Très récemment, Frantz Duval, directeur à l'information du journal Le Nouvelliste a titré son éditorial en date du 20 juillet 2016 « Pourra-t-on arrêter à temps le dysfonctionnement général des institutions haïtiennes ? » (Duval 2016b). Il s'agit d'un cri d'alarme sur les problèmes institutionnels existant actuellement dans le pays. Même les institutions comme le CONATEL qui établissent les règles du jeu sont elles-mêmes l'objet de grand débat. Cette fragilité des institutions démocratiques haïtiennes a de grandes influences sur le fonctionnement des médias haïtiens. « La presse haïtienne est ce qu'elle est : le produit d'une société donnée, dans les conditions historiques que l'on sait. Elle est chétive, souvent informe,

¹⁵ Notons que dans sa thèse de doctorat, Serge Philippe Pierre analyse « les pratiques et les stratégies de communication des acteurs de la communication gouvernementale en Haïti, tout en prenant en compte les préoccupations de certains leaders issus de différents secteurs de la société, ainsi que leur posture envers cette politique communicationnelle » (Pierre, 2014, p. 10).

tantôt militante, tantôt analytique, avec des hauts et des bas » (Moïse, 2013, p. 17). Le système médiatique haïtien est aussi caractérisé par une influence de plus en plus marquée du créole comme langue de communication dans la radio depuis les années 70 qui change la dynamique médiatique et l'espace public haïtien comme nous le verrons plus loin au chapitre 5¹⁶. En résumé, toute l'histoire d'Haïti est marquée par des luttes intestines pour la prise et le maintien du pouvoir et la corruption sous toutes ses formes. Le passage de la dictature à la démocratie n'a pas arrangé la situation. Depuis le départ de Jean-Claude Duvalier le 7 février 1986, le pays est caractérisé par des crises politiques à répétition qui ont des impacts considérables sur le fonctionnement du système radiophonique haïtien. Nous verrons que cette instabilité politique conduit également à une prolifération du nombre de stations de radio dans le pays et un parallélisme politique qui contribuent à transformer le système. De plus, Haïti est un pays très pauvre qui manque de ressources pour subvenir à ses besoins. Son budget de fonctionnement est financé par la communauté internationale et une grande partie de sa population compte sur les transferts de fonds de la diaspora pour assurer sa survie. Comme dans tous les autres pays, il y a aussi le développement des technologies numériques qui participe à la transformation du système médiatique haïtien. En raison de tout ce qui précède, nous verrons lequel des modèles présentés par Hallin et Mancini (2004) correspond véritablement au système radiophonique haïtien.

¹⁶ Voir les chapitres (les nommer?) sur le facteur sociolinguistique et celui sur le facteur démocratique de la transformation du système radiophonique haïtien

1.2. Les études comparatives des systèmes médiatiques d'Hallin et Mancini

Les systèmes médiatiques se transforment à l'échelle planétaire. Depuis quelques décennies, nous assistons à une intensification des études relatives à la transformation des systèmes de médias dans une perspective comparative (Hallin et Mancini 2004; vorgelegt von 2014; De Mooij 2014; Seethaler 2017; Chadwick 2017 et autres). Les systèmes analysés sont tributaires des conditions ou de l'environnement socioculturel, politique et économique dans lequel ils évoluent. En effet, les études de Hallin et Mancini (2004) constituent des références majeures dans le champ des études comparatives sur les systèmes médiatiques. Les conclusions de leur ouvrage sont fondées sur une enquête de terrain auprès des institutions médiatiques dans dix-huit pays occidentaux. Ils analysent les différentes caractéristiques des systèmes médiatiques des pays occidentaux en établissant des liens entre les différents types de systèmes médiatiques analysés. Le cadre conceptuel de Hallin et Mancini part de quatre grandes dimensions à partir desquels ils caractérisent et comparent les systèmes médiatiques en question.

La première dimension est d'ordre économique. Il s'agit particulièrement de la composition des marchés médiatiques. La seconde dimension renvoie au parallélisme politique qui s'explique par la relation formelle ou informelle entre les médias et les structures politiques. Elle prend aussi en considération les conséquences des structures partisans sur la gestion des systèmes de régulation des médias. La troisième dimension s'attache au degré de professionnalisation des journalistes. Elle se rapporte notamment à l'autonomie des journalistes, à la manière dont les normes professionnelles sont définies et à leur engagement vis-à-vis du service public. La quatrième dimension porte sur le rôle de l'État et sur

le cadre légal et réglementaire qui régit l'action des médias.¹⁷ La démarche de Hallin et Mancini s'inscrit dans une perspective analytique fondée sur une comparaison systématique des médias dans les démocraties occidentales dans le contexte des États-nations.

1.3. Présentation des méthodes d'analyse de Hallin et Mancini

Le cadre conceptuel élaboré par Hallin et Mancini ne s'applique qu'aux pays occidentaux qui sont des pays riches et développés. Ce qui n'est pas le cas pour le système médiatique haïtien qui évolue dans un environnement très particulier, caractérisé notamment par la précarité économique, la pauvreté, la crise politique, la politisation et l'analphabétisme comme nous l'avons déjà souligné. Cette typologie ne s'applique pas au cas d'Haïti. Ce qui nous intéresse, c'est particulièrement la méthode utilisée par les chercheurs pour établir leurs trois types de systèmes médiatiques. Donc, à partir de cette méthode-là nous pouvons faire ressortir les particularités du système radiophonique haïtien.

L'approche et les méthodes utilisées par Hallin et Mancini pour caractériser les systèmes médiatiques occidentaux sont très utiles pour réaliser notre démonstration. Elles peuvent être appréhendées comme étant une combinaison de plusieurs dimensions sur lesquelles est fondé leur cadre analytique. Les auteurs cherchent particulièrement à déterminer les relations qui existent entre médias et structures politiques.

¹⁷ À noter que, selon Patterson (2007), Hallin et Mancini ne sont pas les concepteurs des quatre dimensions spécifiées. Elles résultent plutôt des travaux de Jay Blumler, Colin Seymour-Ure et d'autres. Il précise que la notion de *parallélisme politique*, par exemple, trouve son origine dans les travaux de Seymour-Ure (1974) relatifs aux impacts politiques des moyens de communication. Néanmoins, dit-il, Hallin et Mancini vont au-delà de leurs prédécesseurs en développant les relations qui existent entre les différentes dimensions.

L'analyse comparative des systèmes médiatiques occidentaux de Hallin et Mancini est fondée sur un cadre conceptuel intégrateur. Ils ont procédé à la comparaison des systèmes médiatiques ayant des caractéristiques socioculturelles, politiques et économiques similaires. Il s'agit de déterminer les points de ressemblance et les caractéristiques spécifiques des systèmes médiatiques en fonction de leurs compositions et leur fonctionnement dans le but de parvenir à des archétypes plus ou moins cohérents.

1.4. Présentation des trois modèles de systèmes médiatiques de Hallin et Mancini

La caractérisation des systèmes analysés par Hallin et Mancini leur permet de dégager trois types de systèmes médiatiques. Comme nous l'avons souligné, le cadre conceptuel élaboré par Hallin et Mancini est structuré en quatre dimensions : Le marché des médias, le parallélisme politique, la professionnalisation du journalisme et le rôle de l'État. Le tableau suivant présente une synthèse des trois modèles de système médiatique des pays occidentaux élaboré par les chercheurs Hallin et Mancini.

Figure 2 — Récapitulatif des trois types de systèmes médiatiques d’Hallin et Mancini, 2004, p. 67).

MODEL / PARADIGM	POLARISED PLURALIST	DEMOCRATIC CORPORATIST	LIBERAL
Countries	France, Greece, Italy, Portugal, Spain	Austria, Belgium, Denmark, Finland, Germany, Netherlands, Norway, Sweden, Switzerland	Britain, Canada, Ireland, United States
Newspaper industry	Low newspaper circulation; elite politically-oriented press	High newspaper circulation; early development of mass circulation press	Medium newspaper circulation; early development of mass-circulation commercial press
Political parallelism	High political parallelism; external pluralism, commentary-oriented journalism; parliamentary or government model of broadcast governance – politics-over-broadcasting system	External pluralism especially in national press; historically strong party press; shift toward neutral commercial press; politics-in-broadcasting system with substantial autonomy	Neutral commercial press; information-oriented journalism; internal pluralism (but external in Britain); professional model of broadcast governance – formally autonomous system

1.4.1. Le modèle polarisé du pluralisme

Comme il est résumé dans le tableau ci-dessus, le modèle méditerranéen ou polarisé du pluralisme s’applique à certains pays comme la Grèce, l’Espagne, le Portugal, l’Italie et la France. Car ce modèle correspond particulièrement à des pays dont l’histoire est marquée par la présence des régimes politiques autoritaires et qui ont tardé à emprunter la voie démocratique. Le passage de la dictature à la démocratie amène aussi à un fort parallélisme politique. Ce qui fait que ce type de système politique est caractérisé particulièrement par un espace médiatique dominé par une élite orientée vers la politique, par une faible diffusion médiatique et par une grande influence des forces politiques et économiques sur les structures médiatiques (p. 73). C’est ainsi que les chercheurs montrent un taux très élevé de parallélisme et une forte politisation des médias des pays méditerranéens alors qu’il est moins

élevé dans les autres pays étudiés. Ils relèvent une certaine aptitude des journalistes à mettre l'accent sur des commentaires plutôt que des faits. Il y a aussi dans ce système une certaine pratique médiatique qui consiste à promouvoir des tendances politiques. Les journalistes et les médias ont tendance à mobiliser leur public au profit d'une cause politique. Ce rôle d'activiste s'explique par des liens assez forts que maintiennent des propriétaires de médias et des journalistes avec des structures politiques (p. 74). Le fait pour des journalistes de devenir politiciens ou vice-versa, est une pratique courante dans le système méditerranéen particulièrement dans le cas du système médiatique grec dans lequel les journaux restent et demeurent des instruments politiques. Ce qui est aussi le cas dans le système que nous analysons. À travers les résultats de cette étude, nous verrons qu'en dépit de sa singularité, le système médiatique haïtien se rapproche du modèle méditerranéen.

1.4.2. Le modèle démocratique corporatiste

Le modèle corporatiste démocratique concerne notamment des pays se trouvant dans les régions du nord et du centre de l'Europe. Ce modèle est particulièrement répandu dans les pays qui ont connu un développement précoce de l'industrie médiatique et de la liberté de la presse. Il comprend des pays comme l'Autriche, la Finlande, l'Allemagne, la Belgique, le Danemark, la Norvège et la Suisse. Ce type de système médiatique démocratique corporatiste est également caractérisé par des interventions étatiques très fortes dans le fonctionnement des médias ainsi qu'une culture très cohérente de la liberté d'information. Les médias liés politiquement et les médias commerciaux puissants se portent bien et le parallélisme politique peut être observé parallèlement à des pratiques professionnelles traditionnelles dominant le journalisme. Ce modèle est aussi caractérisé par une forte diffusion des journaux et des

pratiques journalistiques axées sur les commentaires. Il existe un haut niveau d'organisation formelle parmi les journalistes professionnels.

1.4.3. Le modèle libéral

Le troisième et dernier type de système médiatique présenté par Hallin et Mancini est celui de l'Atlantique Nord ou le modèle libéral. Il rassemble des pays riches occidentaux comme les États-Unis, le Canada, l'Irlande et le Royaume-Uni. Ainsi, ce regroupement montre la manière dont les systèmes médiatiques sont façonnés par la proximité culturelle et géographique ainsi que le contexte historique, économique et politique commun des pays. Selon les chercheurs, les médias de ces pays ont connu un grand niveau de développement et un degré élevé de liberté de manière très précoce. Le modèle libéral est caractérisé surtout par une domination des journaux commerciaux et par un faible parallélisme politique. Il est aussi marqué par une forte professionnalisation du journalisme, mais mieux organisée que les médias qui évoluent suivant le modèle démocrate corporatiste. Il est aussi marqué par une limitation de l'indépendance des journalistes en raison des pressions commerciales et politiques exercées sur les médias.

Nous venons ici de résumer succinctement les trois modèles que décrivent Hallin et Mancini. Ils font apparaître une certaine variation dans les systèmes médiatiques. Cependant, leur étude fait aussi émerger une certaine dissimilitude entre les modèles proposés et le degré de transformation des systèmes médiatiques entre les États-nations au fil du temps. Dans les années 1970, les différences entre les trois groupes de systèmes de média caractérisés à travers les trois modèles élaborés par Hallin et Mancini étaient assez conséquentes. Néanmoins, quelques décennies plus tard, soit au début du XXI^e siècle, les différences entre les trois groupes de pays ont considérablement diminué (p. 251-252). Hallin

et Mancini montrent que le modèle libéral est devenu de plus en plus dominant à la fois en Europe et en Amérique du Nord. Néanmoins, ils relèvent l'existence de certaines « contre-tendances » qui tendent à limiter la diffusion du modèle libéral dans d'autres pays.

Au terme de leur analyse, Hallin et Mancini évoquent la thèse de la convergence ou de l'homogénéisation des systèmes médiatiques occidentaux, particulièrement européens qui, selon eux, pourraient être poussées vers le modèle libéral (p. 251). Il s'agit particulièrement de l'intégration politique européenne, des législations relatives au fonctionnement des médias et la déchéance des partis politiques traditionnels de masse. Ils prennent aussi en considération l'influence américaine sur la professionnalisation du journalisme et la commercialisation des marchés médiatiques européens. Leur argumentation est fondée sur des observations relatives au processus de la transformation des systèmes médiatiques occidentaux. Ils prétendent même qu'il y a une extension du processus d'homogénéisation ou de convergence vers d'autres parties du monde. Si cette tendance se confirmait et progressait, cela pourrait conduire à une sorte d'universalisation des modèles présentés par Hallin et Mancini en ce sens qu'ils seraient applicables à des pays non occidentaux. Cependant, ils soulignent que ce processus pourrait également être limité en raison du fait que les éléments du processus sont ancrés dans les différences structurelles entre les systèmes politiques du monde entier. Nous verrons que la thèse de la convergence est contestée par de nombreux chercheurs en raison de différences importantes constatées entre les systèmes étudiés par Hallin et Mancini et les systèmes des pays non occidentaux étudiés par les contestataires.

1.4.4. Les faiblesses du cadre conceptuel de Hallin et Mancini

En dépit de sa pertinence, de sa profondeur théorique et de son impact dans la communauté scientifique, le cadre d'analyse de Hallin et Mancini (2004) n'a pas une portée universelle et les auteurs en sont bien conscients. Les dimensions et les modèles qui résultent de leurs travaux couvrent spécifiquement les rapports entre les médias et la classe politique dans le monde occidental. Cela étant dit, les auteurs n'ont pas la prétention d'étendre leur typologie à tous les systèmes médiatiques. Car il n'y a pas d'homogénéité entre les systèmes médiatiques. Néanmoins, ils considèrent leur cadre conceptuel comme étant pertinent en raison du fait qu'il tend à montrer une convergence vers un modèle dominant qui est le modèle libéral.

À travers leur publication, Hallin et Mancini (2017) notent une grande progression dans l'analyse comparative des systèmes médiatiques douze ans après la publication de leur ouvrage de référence « *Comparing Media Systems, 2004* ». Les chercheurs précisent que « the most significant progress has been made in the development of quantitative indicators of key system-level variables, which permit comparison and exploration of relationship across cases and over time » (Hallin et Mancini, 2017, p. 165). Les chercheurs ont clairement accepté que le domaine de l'analyse comparative des systèmes de médias ait atteint un degré de maturité qu'il n'avait pas au moment de la réalisation de leur travail originel, il y a une quinzaine d'années.

Hallin et Mancini reconnaissent les prémisses et les limites d'une littérature comparative sur les médias en ligne. « The existing comparative literature on online media remains limited, but the beginnings of a research literature in this area are present. Several hypotheses are possible about how Internet-based media might relate to

existing patterns of variation in media systems » (Hallin et Mancini, 2017, p. 164). Les auteurs évoquent ici la possibilité d'un ensemble d'hypothèses relatives à la manière dont les médias en ligne pourraient se rapporter aux modèles de variation qui existe dans les systèmes médiatiques. Selon eux, l'une des hypothèses probables est le fait que les médias en ligne seraient considérés comme étant une source de convergence. Ce qui, selon eux, peut introduire une logique ancrée dans les modèles économiques ou les pratiques socioculturelles universelles conduisant ainsi à un affaiblissement des diversités ou des particularités qui existent entre les nations (Hallin et Mancini, 2017, 164). En effet, l'une des principales critiques adressées à l'encontre de leurs travaux préalables est le fait qu'ils n'ont pas pris en considération les effets de l'Internet sur les systèmes médiatiques étudiés. Bien qu'ils soient conscients des reproches qui leur sont adressés, ils tentent de les justifier en évoquant une insuffisance dans la littérature relative aux médias qui sont basés sur Internet.

But it seems to us there are limitations in producing a kind of academic monoculture. In our field, and there are elements of the approach of Comparing Media Systems we would like to see taken up much more extensively than they have been. Comparing Media Systems was holistic in its theoretical approach, and synthetic in its methodological approach (Hallin et Mancini, 2017, p. 165).

Avec cette nouvelle publication, Hallin et Mancini procèdent à une révision de leurs travaux initiaux en fonction de certains travaux de recherches publiées depuis la publication de leur ouvrage de référence *Comparing Media System* (2004). Cette nouvelle lecture consiste à rendre opérationnelles les notions abordées dans ces travaux et à expérimenter leur cadre de travail.

1.4.5. Le modèle d'Hallin et Mancini : Critiques et complémentarité

Les critiques adressées aux travaux d'Hallin et Mancini sont nombreuses. La typologie de système médiatique qu'ils proposent a été utilisée pour analyser de nombreux systèmes médiatiques non occidentaux. Dans sa thèse de doctorat portant sur le système médiatique libanais, Vorgelegt Von (2014) a testé la validité des modèles proposés par Hallin et Mancini (2004). Au terme de son analyse empirique, il encourage les chercheurs à réaliser de nouvelles recherches comparatives sur des systèmes médiatiques non occidentaux¹⁸. Il parvient à la conclusion qu'aucun des modèles d'Hallin et Mancini ne correspond au système médiatique libanais. Il croit qu'il est impérieux d'adapter les dimensions et sous-dimensions définies dans les modèles proposés par Hallin et Mancini en vue de leur application à d'autres systèmes non occidentaux. Nous avons remarqué que certains chercheurs comme Jackubowicz (2010) s'interrogent sur un type particulier. Celui-ci questionne par exemple la nature même du modèle pluraliste polarisé proposé par Hallin et Mancini (2004) qui, selon lui, est loin d'être universel en dépit du fait que ses caractéristiques se rapprochent à celles des systèmes médiatiques de certains pays non occidentaux. De Mooij (2014) propose une analyse profonde de l'applicabilité des théories de la communication de masse à des cultures non occidentales. Son ouvrage est présenté comme étant l'une des premières tentatives d'analyse méthodique et accomplie de la communication humaine et médiatisée à l'échelle planétaire. Son étude est basée sur un vaste corpus relatif à des théories de communication provenant de tous les continents. Finalement, il y remet en question l'hypothèse selon laquelle les théories occidentales de la communication humaine et de la communication de masse auraient une portée universelle. Il montre la manière que la culture peut avoir une

¹⁸ Voir le chapitre 4 de sa thèse.

grande influence sur les attitudes communicationnelles personnelles ou de masse dans une société démocratique.

En effet, les médias de masse jouent un rôle fondamental dans les transitions démocratiques à travers le monde. Dans le cas d'Haïti par exemple, nous verrons que les médias, particulièrement la radio, ont été utilisés comme instrument de lutte contre la dictature des Duvalier. Autrement dit, la radio a grandement facilité le passage de la dictature à la démocratie en Haïti. En se basant sur le processus démocratique dans certaines régions du monde comme en Amérique latine, en Afrique et en Asie, Voltmer (2013) analyse les interactions qui ont eu lieu entre les transitions politiques et médiatiques. Son étude prend en considération les difficultés rencontrées par les médias pendant les transitions démocratiques. Il analyse l'héritage ou le poids du passé sur la transformation des systèmes médiatiques émergents. Plusieurs thématiques ou certaines des dimensions utilisées par Hallin et Mancini pour analyser les systèmes médiatiques des pays occidentaux comme les marchés médiatiques, la professionnalisation des journalistes, le parallélisme politique et les relations entre les médias et l'État sont traitées dans son ouvrage.

Comme nous l'avons bien remarqué, les chercheurs font usage de presque les mêmes variables ou les mêmes dimensions que celles utilisées par Hallin et Mancini (2004) pour analyser les systèmes médiatiques de certains pays non occidentaux. C'est aussi le cas pour Mushtaq et Baig (2016) qui analysent le système médiatique indien en vertu du modèle comparatif des systèmes médiatiques et politiques élaboré par Hallin et Mancini (2004). Selon eux, les relations entre les médias et les systèmes politiques indiens sont très complexes et demandent un plus grand effort d'interprétation. Au terme de leurs

travaux, ils en arrivent à la conclusion que le système médiatique indien se rapproche davantage du modèle libéral des pays de l'Atlantique Nord. Ils considèrent ainsi le « clientélisme » et « le pluralisme polarisé » comme étant les principales caractéristiques du système politique indien qui conduit, disent-ils, à un « parallélisme politique » élevé et une « instrumentalisation » des médias qui sont placés aux mains des élites politiques et économiques.

À travers cette synthèse, nous faisons aussi remarquer que d'autres travaux de recherche montrent que les systèmes médiatiques changent en fonction du contexte politique, économique et socioculturel des pays dans lesquels ils évoluent. Certains chercheurs comme Seethaler (2017) proposent une analyse descriptive des paradigmes et des traditions de recherche relatives au développement et à l'organisation des systèmes médiatiques. Il envisage ces derniers comme étant un ensemble d'institutions et de pratiques médiatiques en interaction. Il décrit l'émergence et la transformation structurelles des institutions médiatiques à travers le temps et la manière dont elles influent tant sur les performances des médias que sur le comportement du public. Selon lui, les études relatives aux systèmes médiatiques font ressortir deux types d'approches. Il y a d'une part, des approches normatives qui sont, dit-il, dissimulé par les circonstances politiques de la période de la guerre froide. Et d'autre part, il y a des approches analytiques qui ont une histoire plus récente. Cette nouvelle approche plutôt attrayante est très utilisée dans les études actuelles. Il soutient le fait que les recherches relatives aux systèmes médiatiques soient habituellement basées sur les bouleversements antérieurs des structures médiatiques. À cet effet, il remet en question la potentialité du cadre théorique des recherches liées aux systèmes médiatiques. Selon lui, le développement économique et la multiplication des outils numériques amènent à un effacement des

frontières entre les marchés nationaux, les genres de médias, les cultures journalistiques, les publics et même entre les utilisateurs et les producteurs. C'est d'ailleurs ce que nous verrons dans le cadre de l'analyse de la transformation du système radiophonique haïtien.

Certains chercheurs comme Dobek-Ostrowska et Głowacki (2010) montrent que les études comparatives relatives aux systèmes médiatiques ont été rattachées à une approche qui consiste à mesurer la pratique médiatique des systèmes d'autres pays par rapport aux fondements sociaux philosophiques de chacun des pays en question sans tenir compte de leurs assises théoriques et de la singularité de leur pratique expérimentale dans l'une de ses études. Dobek-Ostrowska (2010) présente une analyse comparative de la réforme du système de radio et de télévision publiques au Royaume-Uni et en Espagne pendant les années 2004 à 2007. Les résultats de ses travaux montrent que la convergence technologique et la propension à la dérèglementation du secteur médiatique jouent un rôle fondamental dans la transformation de la radiodiffusion et de la télévision publiques au Royaume-Uni et en Espagne.

D'autres chercheurs sont plutôt d'avis que les systèmes médiatiques ne sont pas seulement ancrés dans les systèmes politiques ou économiques, mais ils sont aussi façonnés par des valeurs culturelles, susceptibles d'être examinées comme étant plus invariables que l'organisation. C'est en quelque sorte ce que montre De Mooij (2014) dans son étude comparative des théories et des approches d'analyse des systèmes de médias à l'échelle planétaire. Comme nous l'avons déjà signalé, tout système médiatique est tributaire de l'environnement sociopolitique, économique et culturel dans lequel il évolue. Un système médiatique dans un pays démocratique ne fonctionne pas de la même

manière que celui qui évolue dans un régime autoritaire ou dictatorial. Le cas d'Haïti qui a connu des périodes dictatoriales très féroces avant de rentrer dans l'ère démocratique en est un bon exemple. En ce sens, Dunn (2014) parle de la création d'un système médiatique russe à deux niveaux résultant de la reconfiguration des médias de masse en Russie. Dans ce système médiatique, il montre que la plupart des médias, spécialement la télévision nationale russe, sont strictement contrôlés alors que d'autres types de médias comme Internet jouissent d'une plus grande autonomie. Effectivement, il est beaucoup plus difficile de contrôler les informations qui circulent sur Internet même dans les sociétés les plus restrictives de la liberté d'expression.

À travers leur ouvrage, Dobek-Ostrowska et Głowacki (2010, pp. 63-76) analysent le système médiatique de la Turquie à la lumière des trois modèles de Hallin et Mancini. Ils cherchent à déterminer dans quelle mesure le système médiatique turc s'inscrit dans l'un ou l'autre des trois modèles en question. En fait, les chercheurs considèrent ces derniers comme étant un point de départ pour analyser la façon dont les médias turcs traitent les informations et les acteurs politiques. Leur étude vise à déterminer particulièrement la manière dont la politique et les acteurs politiques sont présentés au peuple turc par le biais des principales émissions d'information dans une logique comparative de leur performance à celles des pays européens. Autrement dit, il s'agit de déterminer les caractéristiques européennes dans les émissions spécifiées. Pour eux, l'éventuelle adhésion de la Turquie à l'Union européenne reste et demeure le débat le plus crucial en cours dans les médias turcs. Les auteurs considèrent le fait de découvrir au moins trois types de systèmes médiatiques et politiques au sein des États membres de l'Union européenne comme un argument pour attester l'inexistence d'un système de médias « européen » unique et d'un système politique

européen homogène et généralisé. Il en ressort que la Turquie n'appartient pas vraiment à aucun des trois systèmes de médias de l'ouest. D'où, selon eux, la nécessité de concevoir un modèle additionnel de système média et de politique dans l'Est ou dans le Sud de l'Europe. Comme nous l'avons déjà souligné, le regroupement effectué par Hallin et Mancini est profondément influencé par la proximité géographique, culturelle et politique des pays occidentaux. C'est d'ailleurs en ce sens que Dobek-Ostrowska et Głowacki (2010) soutiennent l'idée selon laquelle la situation géographique de la Turquie ne laisse guère d'autre solution que de s'attendre à une liaison avec le modèle pluraliste polarisé. Car, selon eux, c'est le modèle qui pourrait s'appliquer à tous les pays de la région méditerranéenne et qui convient essentiellement à la Turquie. Pour faire cette démonstration, ils abordent les quatre dimensions principales des systèmes de médias utilisés par Hallin et Mancini (2004) pour élaborer leurs modèles.

Dans une nouvelle étude relative aux médias russes, Lehtisaari et Miazhevich (2019) présentent une esquisse de différentes théories relatives aux médias russes après la chute de l'Union soviétique. Ils cherchent particulièrement à déterminer dans quelle mesure les théories médiatiques existantes peuvent s'appliquer au contexte russe. Ils présentent un compte rendu des nouvelles pratiques journalistiques russes. Au terme de leur analyse, ils suggèrent ce qu'ils appellent une évolution par « vagues » des médias russes. D'abord, ils évoquent une première vague qui est liée à l'analyse de ce qu'ils appellent la « Glasnost de la perestroïka » ainsi qu'aux désorganisations qui ont suivi l'effondrement de l'Union soviétique en 1991. Ensuite, une vague qui est née d'une réflexion nationale relative au processus de l'évolution du système médiatique russe au cours des années 2000. Et finalement, ils font mention d'une troisième vague qui s'explique surtout par des

modifications réglementaires qui ont lieu au cours des années 2010. Ces changements réglementaires sont particulièrement liés au développement des technologies numériques et la pénétration grandissante de l'Internet en Russie qui ont des impacts majeurs sur le fonctionnement du système médiatique russe. Nous verrons dans notre cas d'étude que les technologies numériques constituent le principal facteur de changement dans les relations entre les acteurs du système radiophonique haïtien. C'est d'ailleurs une constante dans tous les systèmes médiatiques des pays du nord comme ceux du sud. Le numérique y est omni présent.

Les études relatives au système médiatique russe sont nombreuses. Certains chercheurs comme Kiriya (2019) proposent une nouvelle approche pour analyser ce qu'elle appelle la dualité actuelle du système médiatique russe, qui, selon l'auteure, a largement été examinée. Sa nouvelle approche consiste à « expliquer le système médiatique russe actuel en termes de conflit institutionnel entre des normes mises en œuvre artificiellement et les règles informelles ancrées dans les pratiques quotidiennes des agents du marché et des publics » (Kiriya, 2019, p. 1).¹⁹ Son étude montre que les normes qui régissaient le système médiatique russe à la suite de la chute de l'Union soviétique se sont fondées sur une représentation néolibérale qui garantissait aux médias une certaine souveraineté financière par rapport à l'État. Selon l'auteure, le caractère dualiste du système médiatique russe se caractériserait particulièrement par l'interférence de deux éléments fondamentaux : il s'agit d'une part, du paternalisme de l'État en ce qui concerne les règles informelles et la tradition d'accessibilité ainsi que le fractionnement de la sphère publique.

¹⁹ Ma traduction libre.

D'autres chercheurs russes comme Dobek-Ostrowska et Głowacki (2010) présentent un diagnostic relatif à la conformité du système médiatique russe par rapport à son modèle politique, économique et idéologique du temps de l'Union soviétique²⁰. Il s'agit du modèle communiste, soviétique ou marxiste qui, selon les auteurs, se caractérisait par la propriété de l'État (et des partis), la centralisation, le journalisme partisan et la censure (idéologique). En revanche, disent-ils, il y aurait une insuffisance de cohérence au niveau du modèle russe postcommuniste en raison du fait que le contrôle de l'État pèse encore très lourdement sur les médias en dépit du fait que ces derniers sont de plus en plus des propriétés privées. Malgré l'interdiction de la censure, les journalistes russes sont contraints d'écrire ou de ne pas écrire sur certains sujets considérés comme étant très sensibles qui pourraient mettre l'État russe dans une mauvaise posture. Ce qui veut dire que les journalistes russes ne sont pas aussi libres que ceux des pays occidentaux. À travers cette étude, Dobek-Ostrowska et Głowacki (2010) examinent en profondeur les différents qualificatifs proposés pour nommer le système médiatique russe ainsi que le système social au sens large. Ils cherchent notamment à positionner le système médiatique russe dans la catégorisation des systèmes médiatiques élaboré par Hallin et Mancini (2004). Ils font usage des quatre dimensions définies par ces derniers pour distinguer les caractéristiques du système médiatique russe. Après une documentation très riche du cas russe, les auteurs soutiennent le fait que la Russie est souvent décrite comme une « idéologie », « un système à parti unique », « une économie dirigée par le centre », « une police terroriste », « un monopole de la communication et un monopole sur les armes » ou « un régime monopolistique et « total ». Après avoir comparé

²⁰ Voir pages 41-62 de cet ouvrage (In Search of a Label for the Russian Media System).

ses conclusions sur le système médiatique russe avec les trois types de médias - pluraliste polarisé, corporatiste démocratique et libéral - proposé par Hallin et Mancini (2004), ils admettent que les étiquettes octroyées à la Russie suggèrent une concordance du système médiatique russe avec le modèle démocratique et libéral.

1.4.6. Le concept de « press-party parallelism »

La littérature scientifique montre que d'autres concepts ont également été proposés pour étudier les systèmes médiatiques. C'est le cas par exemple de Kempen (2007) qui fait usage du concept de « press-party parallelism²¹ » pour analyser les systèmes médiatiques à travers 15 états membres de l'Union européenne.²² Ce concept se différencie du parallélisme politique en ce sens qu'il renvoie plutôt à la participation politique des citoyens. « Moreover, the article investigates the consequences of media-party parallelism for political behavior in a cross-national comparative setting » (Kempen, 2007, p. 304). L'auteur s'intéresse particulièrement aux intérêts politiques des citoyens, aux préférences des partis qui sont traitées comme des variables dépendantes et à l'exposition des citoyens aux médias. Il examine la configuration du public afin de mieux analyser le degré de parallélisme existant entre les médias et les partis politiques. Ainsi, il étudie la relation entre l'exposition aux médias et les préférences politiques des partis.

Selon Kempen (2007) le concept de parallélisme média-parti et ses éventuelles conséquences ont été très mal exploités dans les études comparatives portant sur les systèmes médiatiques. Selon lui, ce concept est resté, jusque-là, à son stade théorique. Il existe, dit-il, quatre

²¹ Il ne s'agit néanmoins pas d'un nouveau concept en ce sens qu'il a été utilisé dans les travaux de Seymour-Üre (1974) sur les médias de masse.

²² Voir la présentation du cadre méthodologique aux pages 308-809.

manifestations du parallélisme médias-partis qui peuvent être observées à la fois dans le contenu des médias ; dans la propriété du média de nouvelles ; dans les affiliations des journalistes et en ce qui concerne les propriétaires ou les gestionnaires médias (p. 307). Après avoir analysé les données relatives aux élections européennes de 1999, il parvient à démontrer que le parallélisme médias-partis conduit à une mobilisation des citoyens y compris ceux qui affichent un certain désintérêt pour la politique. "The results showed a considerable degree of variation between countries. In general, the association between newspaper reading and party preferences (press-party parallelism) is stronger than the relationship between TV news viewing and party preferences (television-party parallelism »(Kempen, 2007, p. 314). Les résultats de son étude montrent une variation très significative du parallélisme médias-partis entre les pays et ainsi qu'une structuration de l'attitude politique des citoyens européens comme leur participation aux élections.

1.4.7. Vers un modèle hybride des systèmes médiatiques

Le développement des nouvelles technologies numériques bouleverse le fonctionnement des systèmes médiatiques à travers le monde. C'est dans cette perspective que Chadwick (2017) plaide en faveur du concept de « système de média hybride »²³. Il soutient la thèse principale que la communication politique traverse un passage chaotique en raison de la montée en puissance des médias numériques. Par ailleurs, d'autres chercheurs comme Sundaram et Rikakis (2006) parlent plutôt de « Experiential media systems » pour expliquer un nouveau modèle complémentaire qui se développe à l'ère des technologies numériques. Ce modèle d'informatique multimédia est élaboré pour interpréter et contextualiser les activités humaines à travers le temps et l'espace. Pour revenir à Chadwick (2017), son ouvrage met en avant trois séries de

²³ Voir le chapitre 1, p. 10.

concepts. C'est un travail très éclairant dans le contexte du développement des médias numériques. Il s'agit d'abord des relations de pouvoir entre les acteurs politiques, les acteurs médiatiques et les publics associés aux anciens et aux nouveaux médias (p. 19). Ensuite, il traite de la notion de système dans le contexte du développement numérique. Et finalement, il aborde l'idée de la logique des médias. «The ontology of hybridity constitutes an important and suggestive critique of thinking. I believe this ontology provides a fruitful approach to understanding the interactions between older and newer media logic in contemporary politics society and it can help shed new light on the relative power of actors in a media system» (Chadwick, 2017, pp. 18–19). Il s'est basé particulièrement sur l'observation de la mutation des rapports entre les politiciens, les médias et le public en Grande-Bretagne et aux États-Unis²⁴. Ces deux pays, selon lui, présentent les meilleures caractéristiques des systèmes médiatiques hybrides (p. 5). Il considère les interactions entre les anciens et les nouveaux médias ainsi que les technologies, catégories, règles et les attitudes comme étant la base de l'hybridation du système multimédia. « We need to understand how newer media practices in the interpenetrated fields of media and politics adapt and integrate the logic of older media practices in those fields. We also need to understand how older media practices in the interpenetrated fields of media and politics adapt and integrate the logic of newer media practices » (Chadwick, 2017, p. 5). Pour lui, la clé d'interprétation du système médiatique hybride repose sur le fait qu'il est basé sur une compréhension conceptuelle du pouvoir, mais qui peut être illustré de manière expérimentale. Il considère les interférences entre les anciens et les nouveaux médias comme étant à l'origine du métissage du système médiatique.

²⁴ Cette étude est très éclairante pour notre analyse en raison du fait que nous nous sommes intéressés au changement dans les relations entre les différents acteurs du système radiophonique haïtien.

Certains chercheurs s'intéressent particulièrement à la transformation du journalisme comme pratique socioculturelle. C'est le cas par exemple pour Obijiofor et Hanusch (2011) qui passent en revue les différentes approches théoriques et pratiques du journalisme dans des contextes culturels occidentaux et non occidentaux. Dans son ouvrage, ils proposent des clés de compréhension de la transformation des pratiques du journalisme dans des contextes culturels différents. Il montre la manière dont les théories et les modèles médiatiques évoluent à travers le temps. D'autres chercheurs s'intéressent davantage à la dimension socioculturelle de l'évolution des systèmes médiatiques. C'est le cas par exemple de Lee et Chu (1995) qui proposent un modèle socioculturel qui, disent-ils, peut servir à des fins de comparaison interculturelle. Cette proposition résulte de leur étude qui consiste à examiner le système médiatique de Hong Kong dans une perspective socioculturelle. Leur analyse prend en considération cinq facteurs fondamentaux qui caractérisent un système de médias. Il s'agit selon les chercheurs, de la structure politique, la structure économique, la culture des propriétaires de médias, la culture des praticiens des médias et la culture du public. Ainsi, ils déterminent quatre systèmes de média qu'ils considèrent comme des « idéaltypes » qui proviennent de la combinaison des cinq facteurs énumérés. Il s'agit de : Type I, Système libre ; type II, système relativement libre ; type III, système relativement répressif ; et type IV, système répressif. En conclusion, ils précisent que la condition actuelle des médias à Hong Kong peut être observée comme étant un système relativement libre. Nonobstant, disent-ils, leurs observations conduisent au fait que le système médiatique à Hong Kong deviendra vraisemblablement un système partiellement répressif après 1997²⁵. En

²⁵ D'autres recherches ont probablement été réalisées sur la situation post 1997 à Hong Kong, mais nous n'avons pas jugé bon de les explorer dans cette étude.

effet, les différents chercheurs qui s'intéressent aux systèmes médiatiques développent des modèles et des procédures comparatives en vue de mettre en évidence certaines caractéristiques communes des systèmes de médias dans certains pays et leurs différences en fonction de leur contexte géographique.

Comme nous venons de le voir, il existe dans la littérature un très grand nombre de travaux portant sur les systèmes médiatiques, particulièrement occidentaux. Dans notre cas d'étude, nous mettons un accent particulier sur les relations entre les journalistes et le public des radios. Donc, les études sur la participation du public aux émissions radiophoniques de débat nous intéressent. Car les journalistes et leur public constituent deux acteurs fondamentaux du système radiophonique haïtien. Peu de chercheurs se sont intéressés à cet aspect-là. Les études relatives à la participation du public aux émissions radiophoniques remontent aux années 1960 par des chercheurs comme Lerner et Schramm (1967) et Arnstein (1969). Nico Carpentier (2009) a repris et a systématisé les formes de participation citoyenne décrite par Herry Anstein en les appliquant à la radio communautaire belge. Il s'agit ici de la participation du public dans les débats médiatiques conduisant à des prises de décisions politiques. Son étude porte sur la réception de deux émissions radiophoniques en Belgique et sur la pérennité du modèle de la communication de masse à travers les nouveaux médias. Les résultats de son étude montrent que les médias diffusés sur Internet sont loin de faire disparaître les formes habituelles de participation aux médias traditionnels. Il constate que les pratiques de participation ne sont pas appréciées inconditionnellement par les membres du public et qu'elles sont soumises à des conditions de possibilité ancrées dans le paradigme de la communication de masse (Carpentier, 2009, p. 1).

Certaines études récentes montrent que les membres du public utilisent les plates-formes numériques pour participer à des émissions radiophoniques. À travers une « analyse des interactions », Ravazzolo (2009) étudie les conditions de participation des auditeurs au débat radiophonique et constate que « les auditeurs d'« Interactiv » font preuve d'une « compétence interdiscursive » qui leur permet de parler à propos et de participer de manière efficace à la co-construction du discours médiatique » (p. 2). De son côté, Sandré (2013) s'est intéressé à la place du citoyen-auditeur dans le discours radiophonique. Il analyse l'interview et le débat comme deux genres participatifs. En se basant sur les deux émissions : « Interactiv » dans la matinale et « Le téléphone sonne » sur France Inter, il cherche à déterminer le mode de fonctionnement du « dispositif énonciatif » qui amène à la participation des membres du public aux émissions étudiées. Il analyse notamment les rôles interactifs de certains acteurs comme le journaliste, l'invité et le public-participant ainsi que la place que les médias réservent à ce dernier. Selon l'auteur, « son statut interactif vient se suppléer à celle de l'animateur du débat/de l'intervieweur en interrogeant lui-même les invités et à celle de l'invité en révélant souvent une prise de position sur le sujet » (Sandré, 2013, p. 14). Les différentes contributions d'un ouvrage collectif dirigé par Bonini et Monclús (2014) donnent une vue d'ensemble de certaines formes d'interaction et de pratiques contemporaines émergentes entre la radio et son public. Elles s'intéressent notamment aux formes de « co-création de contenu » qui relie les producteurs et les auditeurs en se basant sur une diversité de cas. Cet ouvrage collectif répond à un certain nombre de questionnements relatifs aux conséquences économiques et politiques du changement dans les relations entre les radios et leur public, à la manière dont ce dernier est perçu par les producteurs de radio dans ce nouveau paysage radiologique, à la valeur des audiences radio dans ce nouveau cadre, aux modes de participation du public à la production du contenu

radiophonique et la manière dont le contenu généré par les auditeurs peut être considéré comme une forme de participation. D'autres chercheurs se proposent d'analyser les transformations des pratiques de travail au sein même des salles de rédaction. À cet effet, les travaux de recherche de l'ancienne journaliste et professeure d'université, Chantal Francoeur (2012), sur « La transformation du service de l'information de Radio-Canada », pour laquelle elle a travaillé pendant une quinzaine d'années, sont très éclairants pour mieux appréhender les changements des pratiques de travail des journalistes dans le contexte du développement des outils numériques notamment le travail multiplateforme des journalistes. Néanmoins, aucune de ces études ne cherche à comprendre les impacts du numérique sur le contrat de communication qui relie les radios et les journalistes avec le public, particulièrement dans le cas haïtien.

Nous avançons l'hypothèse générale d'une transformation du système radiophonique haïtien notamment des relations entre les acteurs sous l'influence de trois séries de facteurs et qui amènent à une reconfiguration du système. Il y a tout d'abord un facteur socioculturel ou linguistique qui se traduit essentiellement par l'introduction du créole dans la radio comme langue de communication à partir des années 70. Nous verrons que l'introduction du créole dans la radio a considérablement changé les règles du fonctionnement du système radiophonique. Ensuite, il y a un facteur qui est à la fois économique et politique qui s'explique par la transition démocratique, c'est-à-dire par le passage de la dictature à la démocratie depuis le 6 février 1986 ayant conduit à une libéralisation de la parole publique. Ce facteur est aussi caractérisé par une instabilité politique qui conduit à des moments de tension récurrente au sein de la société haïtienne. « Nous avons connu trop d'instabilité politique dans le pays. Ces événements sapent à chaque

fois les fondations de la démocratie et trainent leur lot d'insécurité, de misère et d'incertitude », a souligné le président de la République d'Haïti Jovenel Moïse dans son discours d'installation des membres du nouveau Conseil électoral provisoire au Palais national le 22 septembre 2020. Nous verrons aussi que la démocratisation et les crises politiques qui caractérisent la société haïtienne contribuent à façonner le système médiatique haïtien. « Pour les dirigeants haïtiens de ces dernières décennies, la conservation du pouvoir a toujours pris le pas sur le renforcement démocratique et la mise en place d'institutions fortes indépendantes » (Renois, 2016, p. 52), ce qui génère des crises constantes entre les membres de l'opposition et le pouvoir politique du pays. Et finalement, cette transformation s'explique par le développement des outils numériques qui induit de profonds changements dans les relations entre les différents acteurs. Nous verrons comment l'utilisation des outils numériques change les rapports entre les différents acteurs du système.

Chacun de ces trois facteurs participe d'une manière ou d'une autre, à la transformation des relations entre les différents acteurs qui constituent le système radiophonique haïtien. Les relations entre les acteurs du système radiophonique haïtien sont régies par des normes, des conventions et des attentes réciproques que Charron et Le Cam (2012) considèrent comme un « contrat de communication publique ». Cela étant dit, les changements dans les relations entre les acteurs sont avant tout et surtout des changements dans certaines clauses du contrat qui relie les radios, les journalistes, les sources d'information, les annonceurs et les instances de régulation étatique et non étatique qui constituent les principaux acteurs du système que nous analysons. C'est sous l'angle du changement dans un tel contrat de communication que nous appréhendons les changements dans les relations entre les acteurs.

De tout ce qui précède, nous pouvons déduire que les travaux de Hallin et Mancini demeurent des références majeures dans les études comparatives des systèmes médiatiques. Néanmoins, les modèles proposés par les chercheurs comportent des limites qui font en sorte qu'elles ne sont pas applicables dans les pays non occidentaux ou des pays moins avancés comme Haïti. De nombreuses études réalisées dans le contexte des pays non occidentaux montrent que les trois modèles présentés par Hallin et Mancini sont loin d'être applicables aux systèmes médiatiques des pays en question. Cependant, les méthodes d'analyse appliquées de Hallin et Mancini restent fondamentales pour notre démonstration. Aucun travail de recherche n'a encore été réalisé sur le système médiatique haïtien. Nous pouvons croire que certaines observations qui se font ailleurs peuvent s'appliquer en Haïti, mais ce pays a des caractéristiques historiques, politiques, économiques, sociales et culturelles particulières qui nous amènent à penser que ce qui s'observe ailleurs ne s'applique pas forcément dans le cas d'Haïti. D'où la pertinence et la justification scientifique de notre étude. Nous avons de bonnes raisons de croire que le système radiophonique haïtien est particulier par rapport aux autres systèmes médiatiques évoqués précédemment. L'importance de notre étude se justifie par la singularité du système radiophonique haïtien et sa potentielle contribution à l'avancement des connaissances sur la transformation des systèmes médiatiques, dans le champ de la communication publique généralement.

Chapitre 2 : Approche théorique et hypothèses

Dans le premier chapitre, nous avons présenté la problématique générale et spécifique de notre étude et nous avons passé en revue les différents travaux de recherche relatifs à la transformation des systèmes médiatiques notamment le modèle théorique et conceptuel élaboré par Hallin et Mancini (2004) et certains travaux relatifs à la participation du public aux émissions radiophoniques de débat. Dans cette étude, nous nous intéressons aux changements dans les relations entre les acteurs du système radiophonique haïtien. Il s'agit d'une étude de la transformation du système radiophonique haïtien de manière diachronique. Pour faire cette démonstration, nous avons besoin de certains outils théoriques. Dans ce chapitre, nous définissons le cadre théorique et conceptuel de notre étude.

Comme nous l'avons souligné dans l'introduction, notre cadre théorique est basé sur plusieurs perspectives différentes et sur des concepts complémentaires. Pour comprendre et analyser les changements dans les relations entre les acteurs du système radiophonique haïtien, l'approche systémique nous paraît fondamentale comme nous allons la développer dans les prochaines sections. Cependant, pour analyser le rapport du public haïtien de la diaspora avec les médias haïtiens basés localement en Haïti, nous faisons usage de l'approche transnationale de la migration internationale qui est le transnationalisme. Aussi, puisqu'il faut prendre en considération les changements dans les relations du public haïtien avec les médias haïtiens, notamment leur participation dans les débats publics radiophoniques, nous prenons en considération l'approche théorique de l'espace public, dans son acception contemporaine, c'est-à-dire qui prend en

considération l'évolution des outils numériques. Pour ce faire, nous faisons aussi usage du concept de contrat de communication publique pour mieux comprendre ce qui change dans les règles qui régissent les relations entre les acteurs du système, notamment entre les partenaires d'échange d'opinions.

2.1. La notion de système et ses propriétés

La notion de système est fondamentale pour circonscrire notre objet de recherche en tant que système médiatique particulièrement le système radiophonique. Ludwig Von Bertalanffy définit un système comme étant « un ensemble d'éléments interdépendants, c'est-à-dire liés entre eux par des relations telles que si l'une est modifiée, les autres le sont aussi et que, par conséquent, tout l'ensemble est transformé » (cité par Charron et de Bonville, 2002, p. 17). L'analyse systémique, selon Charon et de Bonville (2002), « s'intéresse précisément aux transformations des systèmes ou dans les systèmes. On peut ainsi analyser le changement social comme le produit des ajustements des éléments du système social les uns par rapport aux autres et de l'adaptation de ces systèmes aux variations dans son environnement (p. 15). D'autres chercheurs comme Chandessais définissent un système comme « un ensemble structuré dont les éléments varient avec le temps. Ces éléments sont pourvus de certains attributs variables et interagissent les uns avec les autres » (Chandessais, 1994, p. 13). Il nous paraît important de prendre en considération certains concepts essentiels pour expliquer le fonctionnement du système radiophonique haïtien. Il s'agit d'abord de l'interrelation ou l'interaction qui se réfère à l'idée d'une causalité non linéaire. Les différents acteurs qui participent à la construction du système radiophonique haïtien sont en constante interaction. Aussi, le concept d'organisation qui permet de comprendre la nature même d'un système, c'est-à-dire l'arrangement d'une totalité en fonction de la structuration de ses composantes. Nous

disons dans ce cas que les radios et les différents éléments constitutifs du système radiophonique sont avant tout et surtout une question d'organisation. Ils forment un ensemble organisé en ce sens qu'ils sont constitués de l'ensemble des radios haïtiennes et des autres acteurs ci-devant indiqués. L'état du système ou sa configuration est un résultat qui n'est pas voulu par les acteurs. Le système est le résultat de la somme des actions de chacun, mais personne ne contrôle ce résultat. Le système médiatique n'est pas un système finalisé ; ce n'est pas un système conçu et construit pour obtenir un certain résultat.

2.2. Les grandes propriétés d'un système

Nous venons de présenter quelques définitions générales de la notion de système et d'autres considérations générales de l'approche systémique. Dans cette présente section, nous présentons les propriétés fondamentales de tout système tel qu'elles sont définies par Charron et de Bonville. Généralement, un système est envisagé comme un ensemble formant un tout ou une totalité. Dans leurs travaux de recherche, Charron et de Bonville (2002) reprennent et discutent « quatre propriétés de tout système », qui selon eux, sont mis en relief par la définition proposée par Von Bertalanffy que nous avons précédemment citée. Ils considèrent un système comme étant une totalité, un ensemble régulé, un ensemble dynamique et un ensemble d'éléments interdépendants (p. 9). Nous allons y revenir beaucoup plus en détail. Ainsi, les chercheurs présentent les éléments constitutifs d'un système comme étant des « variables » en raison, disent-ils, de leur capacité d'accepter des « états » ou des « valeurs » différentes. Ces quatre propriétés spécifiées par Charron et de Bonville constituent le fondement de notre analyse. En fonction de leurs travaux, nous allons développer et expliquer chacune de ces quatre propriétés pour ensuite regarder en quoi elles s'appliquent au système radiophonique haïtien.

2.2.1. Le système comme totalité en mutation

Les éléments constitutifs d'un système sont loin d'être isolés. Ils sont intimement liés, interdépendants et en constante mutation. La notion de totalité ou de la globalité que sous-tend un système signifie que le tout est plus que la somme de ses éléments constitutifs. Chacun des éléments du système contribue au fonctionnement de l'ensemble qui est à la fois harmonieux et conflictuel dans certains cas. Dans une perspective systémique, il n'est pas possible de parler de radio d'information sans l'existence d'un public, sans des sources d'information et de financement, sans la présence des instances de régulation qui interagissent. Néanmoins, il peut y avoir des divergences qui, pour les acteurs, représentent des points de tension ou des sources de conflits, et qui sont susceptibles de provoquer des changements. Ce qui veut dire que le système est un ensemble, certes, mais il n'est pas parfaitement cohérent ou statique. Selon Charron et de Bonville (2002),

Les systèmes de relations sont des entités dynamiques, en mouvement ; les éléments (ou les sous-systèmes) qui les composent sont en constant ajustement les uns par rapport aux autres [...]. Le changement social n'apparaît plus alors comme une rupture, mais comme un processus sans fin et indéfini de transformations. C'est ainsi que la société, en tant que totalité, engagée dans un mouvement ininterrompu de transformations, se produit et se reproduit elle-même sans cesse ; plus précisément, elle est la résultante des relations systémiques qui l'habitent et la définissent tout en la produisant (p. 15).

Charron et de Bonville (2004) avancent que les systèmes de relations constituent des entités actives, en action dont les éléments constitutifs s'ajustent les uns aux autres de manière constante. Selon les chercheurs, il ne faut pas appréhender la transformation de la société comme étant une rupture, mais plutôt comme un processus de changement indéfini (p. 15). Pour certains chercheurs comme Boilly (2000), « un système est

un ensemble d'éléments solidaires les uns des autres et formant un tout » (p. 17). Autrement dit, il y a une connexion entre les différents éléments qui forment le système. Pour d'autres chercheurs comme Chandessais (1994), « les éléments de l'ensemble formant un système sont généralement appelés sous-systèmes et dans la mesure où ils effectuent des opérations, en les modifiant, des variables on les appelle également opérateurs ou transducteurs » (p. 14). C'est en ce sens que nous considérons les acteurs du système radiophonique haïtien comme formant un système de relations.

2.2.2. Le système comme ensemble régulé

Un système est vu comme ensemble régulé, qui fonctionne selon des règles bien spécifiques. « Une règle est une ligne de conduite, un principe d'orientation de l'action, un modèle de comportement. La règle dit ce que l'on peut ou ce que l'on doit faire dans tel contexte ; elle indique quel comportement est généralement attendu dans ce contexte » (Charron & Le Cam, 2018, p. 20). Un système est à la fois une totalité régulée, cohérente et interdépendante. De manière formelle ou informelle, le comportement des acteurs dans un système est guidé par des règles. Car, il y a un certain nombre de principes qui régissent le fonctionnement du système ou les actions des acteurs qui le composent. Ainsi, un système radiophonique comme celui d'Haïti fonctionne en respectant un certain nombre de règles, par exemple le principe de la concurrence qu'on retrouve dans tous les systèmes médiatiques. Car les acteurs du système, particulièrement les radios, sont en concurrence les uns avec les autres pour s'approprier les ressources disponibles dans leur environnement. Il s'agit là d'un principe de régulation du système. « La notion de système de régulation renvoie à la notion stratégique de règles du jeu, les règles définissant la nature du jeu. Dans un jeu, la liberté d'action des joueurs n'est jamais totale ; leurs choix sont limités par un ensemble de règles

qui fixent le cadre dans lequel ces choix doivent s'inscrire » (Charron, 1990, p. 81). Les radios comme acteurs du système radiophonique agissent en fonction du principe du mimétisme et de la distinction. Ce qui est aussi une autre forme de régulation comme nous l'expliquons plus loin dans cette section²⁶.

Tout système postule une régulation, implicite ou explicite, c'est-à-dire que les rapports entre ses parties obéissent à des règles suffisamment stables. Les efforts des parties ne peuvent se développer librement. Elles s'insèrent dans un univers de règles, ce qui signifie que nous pouvons retrouver entre elles les mêmes mécanismes du jeu que nous avons diagnostiqués à partir des relations de pouvoir primaires ; non seulement certains comportements sont interdits ou pénalisés, mais aussi bien les manœuvres possibles que les gains et les pertes sont sinon déterminées du moins défini et limité par des règles, ce qui permet à chacun d'effectuer un calcul rationnel et de développer une stratégie (Crozier et Thoenig, 1975, p. 26).

Dans le cas d'Haïti, il y a très peu de règles formelles qui encadrent le comportement des acteurs, en ce qui concerne particulièrement la concurrence pour les revenus publicitaires. Les radios haïtiennes, comme c'est le cas dans d'autres pays, ont des patrons, des responsables, des journalistes qui essaient de tirer leur épingle du jeu, suivant une certaine rationalité. Il s'agit d'un système d'acteurs, lesquels disposent d'une capacité d'action stratégique. Il faut souligner que les acteurs ne sont pas totalement contraints par les règles du système. Ils ont des possibilités d'actions et de violation de certaines règles qui peuvent aussi amener des changements ou la négociation de nouvelles règles. Les règles orientent les comportements, mais ne les déterminent pas.

²⁶ C'est un concept très chargé sur le plan sociologique. Néanmoins, dans cette étude, le concept distinction n'est pas envisagé dans une perspective sociologique tel qu'il est élaboré par le sociologue Pierre Bourdieu, (2012) dans son fameux ouvrage *La Distinction : Critique sociale du jugement* où il est traité comme étant une théorie des goûts et des modes de vie. Au sens de Charron, il est plutôt vu comme une stratégie de lutte, une pratique concurrentielle entre des acteurs du système médiatique en faisant certaines choses pour se démarquer des autres.

Néanmoins, selon Charron et de Bonville (2002), «les règles auxquelles sont soumis les acteurs sont souvent contradictoires, ce qui force l'acteur à choisir celles auxquelles il voudra se conformer. Par exemple, pour un journaliste, la pression de la primeur s'oppose au respect de l'embargo sur une information» (p. 16). La régulation du système peut être formelle et informelle. Par exemple, la concurrence entre les éléments du système pour les ressources disponibles, selon Charron et de Bonville, est une forme de régulation informelle qui indique le comportement à adopter par les acteurs. Dans notre cas d'étude par exemple, chaque radio doit surveiller son concurrent pour ne pas se faire priver de ses ressources. Nous allons revenir sur la notion de concurrence beaucoup plus en profondeur dans une prochaine section. Dans certains cas, des autorités compétentes interviennent pour établir les règles du jeu, comme le fait le Conseil national des télécommunications (CONATEL) en ce qui concerne la distribution des licences de fonctionnement des stations de radio. Selon Charron et de Bonville, les règles peuvent aussi être classées, d'abord en règle sémantiques, c'est-à-dire qui se réfèrent globalement aux activités de sélection et d'interprétation de l'information tant au niveau macro-structurel que micro-structurel, ensuite, les règles procédurales portant sur la façon dont l'activité professionnelle se déroule et finalement les règles normatives qui prescrivent le comportement professionnel. Comme nous allons le voir plus loin dans cette section, il y a une différence entre des règles qui régissent le système médiatique dans son ensemble et d'autres règles qui gouvernent les pratiques professionnelles (le journalisme en l'occurrence) à l'intérieur du système médiatique.

Le mimétisme et la recherche de la différenciation, qui caractérisent paradoxalement les situations de concurrence, constituent aussi une forme de régulation, selon Charron et de Bonville (2004). Le mimétisme

consiste, pour un journal par exemple, à imiter dans une certaine mesure un autre journal ou d'autres journaux qui connaissent du succès sur le plan commercial ou qui arrivent à capter l'attention d'une grande partie du public par son contenu et, en conséquence, attirent plus d'annonceurs. Par cette imitation, le journal cherche à connaître un sort similaire ou à s'attirer la même estime que son concurrent. Pourtant, en Haïti comme ailleurs, on entend souvent certaines radios se présenter comme celles qui font ce que les autres ne font pas. En cherchant à se distinguer des autres, un journal ou une radio veut connaître un plus grand succès commercial afin d'augmenter sa valeur marchande, s'attirer une plus grande complicité avec les autres acteurs du système que ses concurrents. Comme le soulignent Charron et de Bonville (2004), « chaque entreprise cherche à se distinguer des autres en offrant aux consommateurs des avantages qui répondent à ce qu'elle estime être les préférences du public visé, au regard notamment des critères d'accessibilité, de pertinence et de coût, et qui soit en même temps spécifiques et exclusives » (p. 285). Étant en compétition pour les mêmes ressources nécessaires à son existence, chacun des journaux essaie, disent-ils, d'être plus concurrentiel que les autres, et pour cela chacun doit se distinguer dans son offre ou dans son mode de fonctionnement. Pour Charron et de Bonville, le mimétisme et la distinction créent à la fois une sorte de cohésion et un dynamisme de changement dans le système de journaux. « En journalisme les règles normatives de rigueur, d'objectivité, d'équité, d'équilibre des points de vue, de qualité, etc. qui contribuent à la définition du rôle de journaliste peuvent entrer en conflit avec les règles pragmatiques d'efficacité, de productivité, de rapidité d'exécution, de rentabilité, etc., qui découlent des objectifs de fonctionnement de l'organisation-journal » (Charron et de Bonville, 2004, p. 16). Nous verrons dans cette étude que certaines règles normatives changent sous l'influence de certains facteurs.

2.2.3. Le système comme ensemble dynamique

Un système est loin d'être figé. Il change constamment avec le temps. Nous pouvons considérer un système comme étant dynamique, car il s'agit d'un ensemble d'éléments qui évoluent constamment avec le temps. Les rapports des journalistes avec leur public, le modèle économique des médias, bref, tout peut être changé dans le mode de fonctionnement des médias en fonction de l'évolution du contexte socio-économique et l'évolution des techniques. Dans une intervention dans le cadre d'un séminaire, Jean Charron (2014) considère le journalisme comme une « pratique contingente », c'est-à-dire, une pratique dynamique, qui change avec le temps et qui s'adapte avec les conditions sociales de son existence. C'est le cas pour certains genres littéraires comme la poésie, l'opéra ou le roman. Autrement dit, le journalisme est une parole publique qui n'évolue pas en vase clos. Il est influencé par son environnement, par le contexte sociopolitique dans lequel il évolue.

2.2.4. Le système comme totalité d'éléments interdépendants

Il faut considérer le système radiophonique haïtien comme étant un ensemble d'éléments qui sont liés les uns aux autres.

[...] des [radios] forment un système si le contenu de chacune d'[elles] est déterminé par les relations (a) qu'un ensemble donné de sources d'information cherchent à établir (b) avec un ensemble donné de destinataires (public) (c) à l'aide d'un ensemble donné de moyens financiers et techniques (d) en se pliant aux règles psychocognitives d'un ensemble donné d'intermédiaires par le truchement desquels les messages sont transmis. De manière plus générale [une radio] fait partie d'un système de médias si les autres catégories de médias présents sous les mêmes coordonnées spatio-temporelles déterminent, au moins en partie, le fonctionnement et le contenu des [radios] présents sous ces coordonnées (Charron et de Bonville)²⁷.

Cette définition montre qu'il existe une relation très étroite entre les différents acteurs qui forment un système donné. Elle convient bien au système radiophonique haïtien que nous analysons dans ce travail. Car les éléments d'un système, selon Charron et de Bonville (2004), « sont interdépendants et forment un tout dynamique en ce sens que les éléments sont en relation les uns avec les autres, de sorte que les variations qui agissent sur l'état d'un élément sont susceptibles de toucher directement ou indirectement l'état des autres éléments, entraînant une modification de l'état du système lui-même » (p. 278). Selon Charron et de Bonville (2002), les éléments constitutifs du système maintiennent des liaisons de dépendance mutuelle au point que toute évolution dans l'état d'un élément est capable de produire des impacts sur l'état des autres éléments, donc, sur tout le système. Néanmoins, selon les chercheurs, cette interdépendance entre les éléments du système est relative et présente des positions changeantes

²⁷ Il s'agit d'une définition qui a été attribuée au système de journaux. Pour le besoin de notre travail, nous l'adaptions au système radiophonique haïtien qui nous intéresse.

d'interdépendance. Car la situation d'un système est de ce fait le résultat des accommodations mutuelles entre ses éléments caractéristiques.

Les radios haïtiennes sont interdépendantes, car, comme dans tout système, elles sont en compétition pour les mêmes ressources disponibles. Le système radiophonique haïtien peut aussi être considéré comme un système organisé. Selon Charron et de Bonville (2004), « la notion de concurrence dans le marché qualifie la nature des relations dans le système. Plus précisément, elle fait de l'interdépendance un attribut fondamental des relations entre les agents qui participent au système » (p. 279). Si l'approche systémique peut être appliquée à des domaines différents, c'est son application dans le domaine médiatique, particulièrement dans le système radiophonique qui nous intéresse dans cette présente étude. Il s'agit d'un sous-système du système médiatique haïtien. D'autres éléments peuvent aussi être considérés comme un sous-système d'un système médiatique donné.

Par exemple, Charron et de Bonville (2002) considèrent le « journalisme » comme un sous-système médiatique qui n'est pas forcément soumis aux mêmes règles que le système médiatique. Les règles de ce dernier, selon les chercheurs, sont distinctes de celles qui sont applicables à la production des discours journalistiques (p. 36). Jean Charron, lui, considère le journalisme comme une « pratique régulée qui consiste à faire un journal », c'est-à-dire peu importe à la radio et à la télévision à travers les éditions de nouvelles communément appelées, « journal » et à la presse écrite, le journalisme reste une pratique régulée. Alors comment cette parole publique dans son énonciation se transforme-t-elle dans la longue durée dans le cas d'Haïti? La transformation du système radiophonique haïtien implique également des changements significatifs dans les règles de fonctionnement des journalistes. Il est

évident que tout système est régi par des règles qui ne sont pas statiques. Elles évoluent avec le temps. Donc, la transformation du système radiophonique haïtien, par exemple, peut entraîner des changements dans les règles de fonctionnement des radios voire dans les règles du jeu de la délibération politique nationale qui sont bien distinctes de celles-ci. Charron et de Bonville (2004) considèrent le journalisme comme étant une pratique discursive relative aux affaires publiques (p. 142), c'est-à-dire, une pratique de communication publique. Selon eux, « le journalisme est, par définition, une pratique discursive réaliste, portant sur un référent réel, par opposition à d'autres modes d'expression, comme la littérature ou la peinture, dont les référents sont ou peuvent être fictifs ou imaginaires ». ²⁸

2.3. Les grandes dimensions du système des journaux

Pour saisir la notion de système de journaux dans son ensemble, Charron et de Bonville (2004) introduisent d'autres dimensions dans sa définition et dans sa composition. Nous considérons que ce qui est dit ici à propos des journaux s'applique, mutatis mutandis, à la radio. Les chercheurs identifient un minimum de six dimensions qu'ils considèrent comme étant les plus pertinentes. Il s'agit de l'économie, de la technique, des sources d'information, du public, du dispositif sociocognitif et du contenu. Nous allons résumer chacune de ces dimensions retenues par les chercheurs et voir comment elles s'appliquent au système radiophonique haïtien. Si nous considérons la première dimension qui est d'ordre économique, les chercheurs soutiennent que celle-ci « renvoie à

²⁸ À noter que l'utilisation de l'expression système médiatique peut désigner des réalités différentes. Par exemple, un chercheur comme Michel Mathien (1992, 1989) utilise la notion de système médiatique pour désigner un média particulier comme formant un système. Néanmoins, dans notre cas d'étude, il s'agit d'un ensemble de médias qui forme un système de relations avec d'autres acteurs. Ce qui fait que le syntagme système médiatique utilisé par Mathien est le même, mais il y a une certaine différence conceptuelle.

la rentabilité commerciale globale d'un ensemble de journaux et dont le niveau influence la marge de manœuvre stratégique des gestionnaires »²⁹(Charron, & Bonville, 2004a, p. 227). Aussi, ils considèrent les sources de revenus et les dépenses comme une sous-dimension de la dimension économique du système. À ce niveau, disent-ils, les journaux constituent un système si, entre autres : « les recettes publicitaires de chaque journal sont fonction des recettes publicitaires des autres journaux présents dans le même ensemble » (p. 227). Là, nous sommes toujours dans une relation d'interdépendance, comme c'est le cas pour les radios haïtiennes.

La deuxième dimension relative à la notion de système de journaux est d'ordre technique. Selon les chercheurs, « la dimension technique concerne les moyens matériels nécessaires à la collecte, au traitement, à la production et à la diffusion de l'information et auxquels ont recours un ensemble de journaux sous des coordonnées spatio-temporelles communes » (Charron, 2014, p. 227). Dans notre cas d'étude, nous verrons comment la transformation de cette dimension technique influence les relations entre les acteurs du système radiophonique haïtien avec particulièrement les outils numériques qui transforment les moyens de collecte, de traitement et de diffusion des informations.

La dimension des sources a aussi toute son importance dans la définition du système des journaux et par conséquent, dans le système radiophonique que nous analysons. En ce qui concerne cette dimension, les chercheurs prennent en considération toutes les personnes physiques ou morales qui cherchent à diffuser des informations ou des messages

²⁹ Il importe de souligner que dans ce passage il est question des journaux qui, au Canada et dans la plupart des pays, sont des entreprises privées assujetties à un impératif de rentabilité. Si on veut élargir le propos à tous les médias, incluant les radiodiffuseurs publics, il faudrait ajouter à la dimension économique le mode de propriété.

publicitaires dans les journaux. « Les sources peuvent donc se distribuer en deux sous-dimensions principales : les sources qui achètent de l'espace parce qu'elles s'intéressent aux lecteurs du journal, les sources auxquelles le journal donne de l'espace parce que ses lecteurs sont présumés s'y intéressés » (Charron et de Bonville, 2004, p. 228). Dans la mesure où les sources parviennent à atteindre leur cible de manière supplétive et concurremment, les chercheurs parlent alors de la formation d'un système. Le public est considéré comme une cinquième dimension qui a retenu l'attention des chercheurs dans la définition du système des journaux. Selon Charron et de Bonville (2004), « la dimension du public de la presse renvoie aux caractéristiques sociodémographiques et culturelles du public susceptibles d'influer sur le choix et la lecture des journaux » (p. 229). Dans ce cas, les auteurs parlent de système de journaux dans la mesure où l'agencement de l'auditoire d'un journal dans le système influe sur la composition du public des autres journaux présents dans le même système. C'est l'une des dimensions fondamentales de notre cas d'étude. Par exemple, si le lectorat d'un journal augmente sensiblement, c'est potentiellement au détriment d'un ou de plusieurs autres journaux. Une autre dimension mentionnée par les chercheurs, c'est la dimension sociocognitive qui indique la composition cognitive présente dans le cerveau des journalistes et qui leur permet de bien réaliser les différentes activités (collecte, traitement, de production et de diffusion de l'information) qui entrent dans le quotidien du travail journalistique. Selon les chercheurs, le travail des journalistes doit répondre aux exigences, à la fois, de la hiérarchie du journal, du public, des sources d'information et des membres de la corporation de journalistes. C'est ainsi que, selon eux, « les journaux forment un système si les structures cognitives servant aux journalistes de l'un ou de l'autre des journaux sont influencées par la manière dont se font la collecte, le

traitement, la production ou la diffusion de l'information dans les autres journaux » (Charron et de Bonville, 2004, p. 228).

La dernière dimension, qui n'est pas la moindre, concerne le contenu qui se rapporte aux caractéristiques sémantiques et morphologiques du contenu rédactionnel et publicitaire des journaux. En fonction de cette dernière dimension, Charron et de Bonville identifient 5 conditions qui doivent être réunies pour donner lieu à un système des journaux. D'abord, les thématiques choisies par un journal faisant partie du même système sont influencées par des sujets particuliers déjà traités dans l'un ou l'autre des journaux du système. Ensuite, les contenus d'un thème spécifique traité dans un journal produisent des impacts sur le choix d'information des autres journaux qui participent à la constitution de l'ensemble. Puis, les chercheurs avancent que la manière dont les genres journalistiques sont définis et utilisés par un journal quelconque du système influence aussi la manière dont ces mêmes genres journalistiques sont utilisés et définis par les autres journaux faisant partie de l'ensemble. Et finalement, les deux derniers points concernent l'influence des styles, des présentations typographique et graphique utilisées dans un journal sur le choix d'un autre journal du système des journaux. En conclusion, Charron et de Bonville (2004) soulignent que « l'existence d'un système de journaux au niveau du contenu implique la présence d'un ensemble de règles communes aux journalistes œuvrant dans ces journaux et guidant leur pratique professionnelle dans le choix des événements et de l'information à rapporter sur ces événements, dans les choix stylistiques, etc. » (p. 229).

L'analyse des dimensions relatives au concept de système de journaux montre que le fonctionnement du système est basé sur ce que Charron et de Bonville appellent le principe de mimétisme et distinction.

Car, selon eux, un journal tend à « imiter les journaux qui lui semblent connaître le plus de succès sur le plan commercial ou dont le contenu semble le plus apprécié par le public, par les sources, par la communauté professionnelle, etc. dans le but de connaître le même succès et/ou de s'attirer la même estime » (p. 230). En nous basant sur notre expérience personnelle dans le journalisme, nous pouvons dire qu'il s'agit d'une pratique quotidienne dans les salles des nouvelles des radios haïtiennes. Dans chaque salle de rédaction, il y a une personne chargée de surveiller et de copier les contenus des principales éditions de nouvelles des radios dominantes de Port-au-Prince. Cette même attitude est observée du côté des journalistes leaders d'opinion qui animent les émissions de débats publics. Les moins connus particulièrement cherchent à imiter ceux qui ont déjà fait leur nom dans le métier et qui arrivent à capter l'attention d'une grande partie de la population locale et de la diaspora. Ceux qui sont à peu près au même niveau, cherchent plutôt à se distinguer comme c'est le cas pour le journaliste vedette de radio Vision 2000, Valéry Numa, qui néglige parfois les dossiers politiques brûlants faisant écho dans les autres radios pour traiter des sujets beaucoup plus à caractère social ou la découverte et la promotion de nouveaux talents qui réalisent des choses hors du commun.

2.3.1. Place du journalisme dans le système médiatique

Quelle est la place du journalisme dans le système médiatique, particulièrement radiophonique ? Qu'est-ce qui est susceptible de changer dans les pratiques journalistiques haïtiennes en fonction des facteurs explicatifs de la transformation du système ? Il ne peut y avoir de journalisme sans une infrastructure technique de diffusion qui est le média. Charron et de Bonville (2004) considèrent le journalisme comme « un ensemble de règles permettant la reproduction d'une pratique

discursive spécifique » (p. 70). Selon Charron et de Bonville (2004), « le journalisme forme un ensemble de pratiques discursives contingentes. En d'autres termes, il n'existe pas une réalité, identique à toutes les époques et dans tous les pays, que l'on désignerait par le mot journalisme. Au contraire, le journalisme est une construction socioculturelle fortement marquée par le contexte de sa formulation » (p. 88). En ce qui nous concerne, il est évident que les pratiques journalistiques changent sous l'influence de plusieurs facteurs comme nous le verrons dans notre analyse. Quelle est la place du journalisme dans le système radiophonique haïtien que nous décrivons particulièrement ? Les journalistes Sont-ils soumis aux mêmes règles qu'avant ?

2.3.2. Le journalisme comme pratique régulée

Les changements dans les relations entre les acteurs d'un système médiatique donné impliquent nécessairement des changements dans la régulation des pratiques journalistiques. Dans une logique systémique, le journalisme apparaît comme une pratique régulée en ce sens qu'il obéit à des règles et s'inscrit dans un système de relations à visée discursive. En fonction de cet attribut du journalisme, selon Charron, un citoyen est capable de reconnaître un article de journal du fait de sa structure et de son contenu. Le travail journalistique obéit à des principes de base comme l'objectivité, l'impartialité, la neutralité, la vérification des sources d'information. L'application des règles revêt un caractère systémique en raison du fait qu'elle concerne un nombre important d'agents, répartis dans un espace-temps relativement étendu (Charron, 2007).

Selon Charron et de Bonville (2004), les règles constituent elles-mêmes un système normatif plus ou moins homogène et drastique. Elles sont caractéristiques de ce qu'ils appellent, le paradigme journalistique. Ce qui veut dire que la transformation d'un système radiophonique amène

nécessairement à des changements dans les règles de fonctionnement du journalisme en Haïti. Étant un sous-système dans le système médiatique, les journalistes, selon Charron, établissent collectivement un cadre normatif qui régit le fonctionnement de la communauté de journalistes. Les règles qui structurent la pratique professionnelle font l'objet d'une appropriation, mais aussi d'une transformation. Leur usage par une communauté de journalistes induit un processus ininterrompu d'ajustement, d'adaptation, d'innovation, dont la conséquence est que la reproduction des règles établies par les journalistes est en même temps la production de règles nouvelles (Charron et de Bonville, 2004, p. 224-225). L'élaboration et l'application d'un code de déontologie professionnelle par exemple.

2.4. Une relation de compétition entre les acteurs pour les ressources disponibles

La concurrence demeure l'un des facteurs clés de la transformation du système radiophonique haïtien. Cette compétition, comme le précisent Charron et de Bonville (2004), se livre dans un marché multiple. Car ils considèrent que la compétition entre les journalistes et les entreprises se tient sur au moins cinq marchés distincts : « le marché des consommateurs d'information, le marché des annonceurs, le marché des sources d'information, le marché des investisseurs et finalement le marché du prestige et de la reconnaissance professionnelle » (p. 281). Dans le contexte du développement des technologies numériques, nous verrons qu'il y a de moins en moins de frontières entre la fonction de chacun des acteurs du système. C'est pour cette raison que nous évoquons la thèse d'une généralisation de la concurrence entre les principaux acteurs du système. Et, dans cette concurrence généralisée, il nous semble que les médias traditionnels sont les principaux perdants. Les responsables des médias ont souvent la prétention que leur principale

activité consiste à vendre des informations ou des contenus journalistiques au public. Or, selon Charron et de Bonville (2004), « le plus souvent, cette prétention ne correspond pas à la réalité, puisque la plupart des entreprises de presse tirent la majeure partie, parfois la totalité, de leurs revenus de la publicité » (p. 281). C'est pratiquement le cas en Haïti. L'activité des radios consiste plutôt à capter l'attention du public et la revendre ensuite aux annonceurs. Tout le monde se rappelle cette fameuse déclaration d'un directeur de TF1, Patrick Le Lay qui affirmait : « Il y a beaucoup de façons de parler de la télévision, mais dans une perspective business, soyons réaliste. À la base, le métier de TF1 c'est d'aider une marque à vendre son produit. (...) Or, pour qu'un message publicitaire soit perçu, il faut que le cerveau du téléspectateur soit disponible. Nos émissions ont pour vocation de le rendre disponible, c'est-à-dire de le divertir, de le détendre pour le préparer entre deux messages. Ce que nous vendons aux marques, c'est du temps de cerveau humain disponible » (Lancien, 2005). Cette déclaration a suscité une vague de réactions, mais de nombreux critiques pensaient qu'il était plutôt honnête. Dans le cas de la presse écrite, le responsable peut avoir la prétention de vendre des journaux aux consommateurs, mais dans le cas de la radio, les responsables ne peuvent pas avoir cette prétention. Jamais, dans l'histoire de la radio en Haïti, les auditeurs n'ont payé des frais quelconques pour accéder aux contenus radiophoniques. La seule contrepartie des auditeurs, c'est le temps qu'ils consacrent à l'écoute de la radio. Comme l'ont précisé Charron et de Bonville (2004), « le financement publicitaire place donc les entreprises de presse en concurrence sur deux marchés à la fois : elles sont en compétition pour accaparer l'attention des consommateurs et les budgets publicitaires des annonceurs » (p. 81). En fonction de notre définition, le système radiophonique haïtien est caractérisé par une concurrence entre les différents acteurs du système dans le but d'accaparer l'attention du

public. Les différents acteurs sont en interaction constante et dans un rapport d'interdépendance. L'attention du public est le principal enjeu de cette concurrence. Charron et de Bonville (2004) font une description du jeu de la concurrence entre les médias dans le marché publicitaire depuis la fin du 19^e siècle à 2004. Nous nous sommes basés sur cette description pour expliquer ce jeu de concurrence entre les acteurs du système radiophonique haïtien.

Selon leur hypothèse principale, Charron et de Bonville (2004), suggèrent que « les conditions économiques et techniques qui ont cours dans le système médiatique contemporain entraînent un déplacement du centre de gravité du jeu concurrentiel auquel se livrent les entreprises de presse et les journalistes » (p. 276). En se basant sur l'intensité de la rivalité dans le système médiatique et en considérant les modalités techniques dans lesquelles elle s'exerce, les chercheurs avancent que le journalisme qui a été pratiqué dans une situation de concurrence est soumis progressivement à un régime de compétition qui se rapproche du modèle théorique de l'hyper concurrence (p. 290). Notre travail s'inscrit aussi dans le prolongement de ces travaux. La notion d'hyper concurrence comporte aussi une dimension qualitative, c.-à-d. la concurrence change de nature. Dans un régime de concurrence médiatique, la compétition pour l'attention du public est surtout l'affaire des responsables des médias et des services commerciaux. Dans un régime d'hyper concurrence, les producteurs des messages (les journalistes) deviennent des acteurs conscients et soucieux de participer à une compétition pour l'attention et ils produisent leurs messages en conséquence. Le « mur » qui autrefois séparait la rédaction des services commerciaux tend à disparaître. Dans le cas qui nous concerne, cette hyperconcurrence s'explique particulièrement par une augmentation croissante du nombre de stations de radios, c'est-à-dire une intensification de l'offre radiophonique, un

éparpillement du public, la possibilité pour chacun des acteurs du système d'être un média, c'est-à-dire, d'être en mesure de sélectionner, de traiter et de diffuser des informations auprès d'un public spécifique. Dans une comparaison de la situation des années 2000 et la fin du 19^e siècle, Charron et de Bonville établissent une distinction entre la concurrence médiatique sous trois principaux aspects. D'abord, l'augmentation de la sollicitation de l'attention du consommateur par une offre d'information qui atteint un volume et une diversité inimaginable à la fin du 19^e siècle. Ensuite, ils soulignent que les modalités techniques de réception des messages entraînent une volatilité de l'attention du public. Et finalement, les journalistes sont en mesure de savoir en temps réel la manière dont leurs concurrents couvrent des événements.

Selon Charron et de Bonville (2004), « le morcellement de l'attention par la croissance de l'offre limite la possibilité pour les médias d'attirer de larges auditoires, alors que les conditions techniques de captation de l'attention deviennent pour eux plus contraignantes dès lors que l'attention du consommateur peut leur échapper à tout moment » (p. 312). Effectivement, dans notre cas d'étude, le nombre de stations de radio ne cesse de se multiplier en Haïti. Pourtant, avec les technologies numériques, il se peut que l'attention du public devienne de plus en plus difficile à capter. Les médias sociaux deviennent de nouveaux concurrents pour les médias traditionnels comme nous l'avons déjà expliqué. « Dans un marché concurrentiel, la capacité d'une offre d'information de capter et de retenir l'attention des consommateurs est fonction des facteurs techniques et économiques qui déterminent l'accessibilité et la disponibilité de l'offre » (Charron et de Bonville, 2004, p. 284). Ils constatent une forte croissance du nombre d'acteurs du système médiatique en compétition pour gagner l'attention des consommateurs.

En effet, ils laissent entendre que les dépenses publicitaires ne diminuent pas. Au contraire, elles augmentent, mais pas au même rythme que l'augmentation (exponentielle) de l'offre d'espace publicitaire. Selon les chercheurs, il n'y a pas d'augmentation du volume d'attention disponible et des dépenses publicitaires pendant cette période. Cette observation traduit bien la réalité haïtienne. La bande FM est saturée à 100 % dans plusieurs régions du pays, comme l'a souligné le directeur du CONATEL. Plus de 700 stations de radio (légalisées et illégales) pour une population d'environ 10 millions d'habitants alors la situation économique du pays se dégrade de jour en jour. Pour expliquer cette intensification de la concurrence, les chercheurs évoquent deux logiques, qui selon eux, jouent de concert. Il s'agit notamment d'un encombrement du système qui résulte de l'accroissement des contenus médiatiques (Charron et de Bonville, 2004, p. 290).

Le fait que tous les acteurs du système cherchent à accaparer la même ressource soit l'attention du public en « quantité et en qualité » contribue à la régulation du système. En somme, la concurrence fixe des règles du jeu. Dans ce système de relations, chaque acteur lutte pour ses propres intérêts, pour sa propre survie. Dans une logique de l'audimat, les radios cherchent à capter l'attention d'une plus large audience dans le but d'attirer un plus grand nombre d'annonceurs. Pour y parvenir, elles doivent s'engager dans une lutte d'influence pour accéder aux meilleures sources d'information ou à des informations en exclusivité. Tout cela suppose également des ressources humaines, des journalistes qualifiés pour aller à la quête des informations. Dans un pays où il n'y a pas d'école de journalisme de niveau supérieur, les journalistes qualifiés sont aussi des ressources rares pour lesquelles les médias doivent se battre. Mais nous verrons que la précarité des radios haïtiennes ne leur permet pas de garder les journalistes les plus qualifiés faute de moyens économiques.

Les sources d'information sont particulièrement des sources officielles du gouvernement, du Parlement, des syndicats, du secteur privé des affaires. Ce qui veut dire que les sources d'information elles-mêmes sont aussi dans une concurrence pour accéder à l'espace public radiophonique, pour intervenir dans les radios de grande écoute dans le but de capter l'attention du public, soit pour vendre des programmes politiques, se défendre contre des accusations des opposants, défendre une cause, dénoncer les pouvoirs publics, influencer l'opinion publique dans un sens ou un autre. De leur côté, l'intérêt des annonceurs est de faire connaître ou de vendre leur produit auprès du public. Pour capter l'attention du public, ils doivent utiliser les radios pour diffuser leurs messages publicitaires. Quel est l'intérêt du public dans ce jeu de concurrence ? Le public lui aussi a besoin des médias pour être informé et se faire une opinion à propos d'un sujet donné, pour choisir ses représentants, pour choisir ses produits de consommation, pour exprimer des points de vue. Dans cette relation d'interdépendance, le CONATEL comme instance de régulation a aussi un rôle majeur à jouer pour fixer ou faire appliquer certaines règles.

2.5. Le caractère stratégique des relations des acteurs dans le système radiophonique haïtien

Nous avons inscrit l'objet de notre recherche dans une vision systémique. Pour mieux appréhender le changement dans les relations entre les différents acteurs du système radiophonique haïtien, le recours à l'approche stratégique nous paraît aussi fondamental. Au sens de Crozier et Freiberg, le changement doit être envisagé comme un phénomène fondamentalement systémique. Comme tout système de relations, le système radiophonique haïtien est ouvert au changement ou plus précisément à la transformation des relations des radios entre elles, des radios avec les sources d'information, avec des annonceurs, avec le public et avec d'autres acteurs qui participent à la formation du système. L'approche stratégique est un paradigme qui est intimement lié à la théorie des organisations. Elle s'inscrit dans un courant méthodologique plus large qu'on appelle l'individualisme méthodologique. L'analyse stratégique est, en effet, une démarche qui a été proposée par les sociologues Michel Crozier et Erhard Frieberg dans les années 70 avec la publication de leur ouvrage intitulé : *L'acteur et le système*, publié en 1977. Ce livre constitue un résumé des principales théories relatives à l'analyse stratégique. Au sens de Crozier et Frieberg, l'analyse stratégique considère que les actions des individus sont le fruit d'un choix stratégique, donc rationnel, par lequel l'acteur cherche à tirer son épingle dans un contexte contraignant. « Comme dans tout système complexe, aucune décision d'aucun acteur ne peut être prise de façon unilatérale ; parvenir à un compromis acceptable constitue le préalable indispensable à toute action. La caractéristique particulière de ce système, c'est qu'un compromis n'est jamais négocié directement entre les parties directement concernées » (Crozier, 1975, p. 7). Dans notre analyse, nous tenons compte du caractère stratégique des relations entre les acteurs du système radiophonique haïtien.

2.5.1. Une démarche hypothético-inductive

L'analyse stratégique s'inscrit dans une démarche hypothético-inductive qui prend l'acteur comme point de départ pour aboutir au système. L'approche systémique est donc hypothético-déductive, qui va du général au particulier, c'est-à-dire du système pour arriver à l'acteur. Les deux approches sont loin d'être en opposition. Elles se complètent. La démarche stratégique tient compte particulièrement de l'expérience vécue des acteurs. C'est exactement de quoi il s'agit dans notre étude. Nous verrons dans notre cadre méthodologique que nos répondants sont censés être des personnes expérimentées dans leurs domaines respectifs. Cette démarche hypothético-inductive procède par étapes dans le but de faciliter la compréhension de l'organisation collective et l'interprétation des relations entre les acteurs dans une situation quelconque. Ce modèle théorique nous permet de conceptualiser l'action des différents acteurs à l'intérieur du système radiophonique haïtien. Dans notre cas d'étude, le jeu des acteurs peut être considéré comme un système d'action concrète, c'est-à-dire « un ensemble humain structuré qui coordonne les actions de ses participants par des mécanismes de jeux relativement stables et qui maintient sa composition, c'est-à-dire la stabilité de ses jeux et les rapports entre ceux-ci, par des mécanismes de régulation qui constituent d'autres jeux » (Crozier et Friedberg, 2014, p. 286). Pour mieux appréhender la conjugaison du jeu des acteurs dans un système concret, Crozier et Friedberg proposent de procéder à la fois par un raisonnement stratégique qui permet de passer par l'acteur pour découvrir le système et par un raisonnement systémique qui vise à mettre en lumière l'ordre dérivant du système. C'est pourquoi les deux approches, systémique et stratégique sont fondamentales pour analyser les changements dans les relations entre les principaux acteurs du système radiophonique haïtien.

Charron (1990) considère l'approche systémique stratégique comme une rupture avec les habitudes traditionnelles de la recherche en raison de ses différentes particularités. Selon lui, cette démarche est basée sur un jeu d'oscillation entre l'observation et l'élaboration des hypothèses. Elle est basée particulièrement sur une approche ethno méthodologique. Selon les dires de Charron, l'approche stratégique ne constitue pas forcément une démarche inductive au sens restreint du terme. Certes, le chercheur fait des observations empiriques avant même de procéder à l'élaboration des théories. Néanmoins, selon Charron, dans les étapes initiales de sa démarche, le chercheur est guidé par une certaine logique déductive : « Théorie, hypothèse, observation ». Ce qui veut dire que les hypothèses ne tombent pas du ciel ou ne viennent pas par magie de l'observation. « La différence réside dans le fait que les hypothèses de départ ne sont que générales et provisoires et ne constituent pas à proprement parler des hypothèses de recherche ; elles ne sont là que pour orienter l'observation sans se limiter de façon stricte » (Charron, 1990, p. 105). À cet effet, les hypothèses ouvertes formulées par le chercheur sont appelées à être modifiées tout au long de la recherche tout en gardant un œil vigilant sur son champ d'observation.

Dans sa thèse de doctorat, Charron (1990), adopte une approche systémique stratégique qui lui a permis de construire une argumentation très solide et de mobiliser un ensemble de concepts (système, environnement, jeu, règles, stratégie, négociation, ressources, contraintes, pouvoir, etc.) pour analyser les relations entre les courriéristes parlementaires et les autorités politiques. Néanmoins, il ne considère pas cette approche comme étant une théorie en soi ni comme des propositions théoriques permettant de formuler des hypothèses de travail. Pour lui, la démarche systémique stratégique s'effectue par « essais et erreurs ». Elle est basée sur des expériences consécutives

d'explication, de prédictions et d'éclaircissements, continuellement revue et corrigée en fonction des observations. Selon lui, cette démarche cherche à parvenir à une « saturation des hypothèses » qui se précisent tout au long de la progression de la démarche.

Le but de la démarche est de reconstruire le jeu ; l'observation des comportements des acteurs et la mesure des attitudes sont le moyen d'y parvenir. À partir des premières données d'observation sur les stratégies des acteurs (et des travaux existants sur le sujet, cela va sans dire), le chercheur formule des hypothèses sur la nature et les règles du jeu, il en déduit des prévisions quant au comportement stratégique des acteurs. Ces prévisions sont confrontées aux faits et l'écart que constate le chercheur entre ses prévisions et le déroulement des choses l'amène à revoir ses hypothèses sur la nature du jeu et qui rendent compte du comportement des acteurs (Charron, 1990, p. 104).

Comme c'est le cas dans cette étude, nous avons formulé un ensemble d'hypothèses de travail sur les changements dans les relations entre les acteurs du système radiophonique haïtien qui ont un statut provisoire. C'est un guide qui nous aide dans la réalisation des collectes de données empiriques. Tout au long de ce travail, les hypothèses constamment se modifient. L'approche stratégique est fondée sur le postulat selon laquelle tout système se construit et se régule par l'établissement des rapports de pouvoir entre ses adhérents et entre ses éléments constitutifs. Selon les auteurs, d'un point de vue sociologique, l'essentiel des traits caractéristiques d'un système réside dans les méthodes de régulation mises en œuvre et qui le composent comme système. Les acteurs sont dotés d'une capacité leur permettant d'agir de manière individuelle ou collective en fonction de leurs ressources.

2.5.2. Le jeu de pouvoir entre les acteurs du système

Toute action organisée, tout système de relations concrètes comme le système radiophonique haïtien implique un jeu de pouvoir entre les acteurs qui le composent. Dans la logique de Crozier et Friedberg (1977), le pouvoir n'est jamais total. Il est aussi limité par des règles qui limitent les actions des acteurs. Dans un système, chacun des acteurs définit un certain nombre d'objectifs et de stratégies autour d'un jeu de pouvoir ou de concurrence pour accaparer des ressources disponibles. Comme nous l'avons expliqué, chaque acteur d'un système, indépendamment de la place qu'il occupe dans le système, détient un certain pouvoir comme facteur déterminant de l'action. Dans le système radiophonique, le pouvoir est partagé entre les radios, les annonceurs, le public, les instances de régulation et les sources d'information. Ils sont dans une situation d'interdépendance et d'influence réciproque.

Au sens de Crozier et Friedberg, le pouvoir ne doit pas être considéré comme une particularité d'un acteur ou des acteurs dans un système donné. Il s'agit plutôt d'une relation de réciprocité et de compromis qui se fait dans un objectif spécifique. Cette relation de force n'est pas toujours équilibrée en raison du fait que les acteurs ne tirent pas toujours leur épingle du jeu de la même manière. Il y a le plus souvent un acteur qui, en fonction de ses avantages, s'en sort mieux que l'autre qui n'est pas pour autant dans une situation de vulnérabilité totale ((Crozier et Friedberg, 1977, p. 60-61). Les acteurs ne font pas toujours face aux mêmes contraintes spatio-temporelles. Certains peuvent se trouver dans des situations plus avantageuses, en situation de force ou de contrôle du pouvoir. La notion de système s'inscrit également dans une perspective constructiviste.

Dans un système, il faut chercher avant tout à déterminer la manière dont les actions collectives se construisent en se basant sur le comportement et sur les intérêts spécifiques des acteurs qui peuvent être opposés. Car, selon Crozier et Friedberg, le jeu des acteurs ne peut pas toujours être déterminé par la cohérence du système dans lequel ils s'engagent. Chaque acteur d'un système, dépendamment de la place qu'il y occupe, détient un certain pouvoir comme facteur déterminant de l'action. Le pouvoir qu'il peut exercer (plutôt que « détenir ») est fonction de la position qu'il occupe, une position qui lui permet de mobiliser certaines ressources. Aussi, le pouvoir peut être envisagé comme la faculté que possède un acteur ou un groupe d'acteurs pour influencer un autre acteur ou un groupe d'acteurs donné, pour agir sur leur comportement ou les amener à adhérer à une certaine vision. Comme le précise Charron (1990), il y a certaines idées principales qui découlent de la notion de système d'action, dont l'interdépendance des acteurs et la notion de régulation qui est aussi un aspect très important dans un système d'action.

2.5.3. La liberté et la rationalité du pouvoir des acteurs dans le système

Les relations de pouvoir et les stratégies des acteurs dans le système sont au cœur de l'analyse stratégique. Selon Crozier, le pouvoir implique une certaine rationalité. Il n'y a pas une correspondance réelle entre la rationalité de l'individu et celle du groupe qu'il représente. L'auteur souligne un ensemble de problèmes relatifs à la structure même du système. Il s'agit avant tout du problème de rationalité qui accorde à l'individu une plus grande liberté par rapport à sa fonction dans le système. Les acteurs jouissent d'espaces de liberté relatifs des zones d'incertitude. « La rationalité de l'individu ne correspond pas forcément à

la rationalité du groupe qu'il représente. Non seulement l'individu a plus de stratégies possibles dans le jeu à l'intérieur duquel il opère, mais il opère dans plusieurs jeux et peut anticiper de changer de jeu principal » (Crozier et Friedberg, 1977, p. 27). Il résulte du caractère non assujéti et de la liberté d'action des acteurs (p. 408). Le second problème identifié par les auteurs est « celui de l'absence nécessaire d'homologie entre les jeux que l'on découvre aux échelons opérationnels et le jeu qui constitue la régulation du système. La tentation est grande en effet d'extrapoler de la répétition des mêmes jeux à la base, un modèle de régulation générale de l'ensemble » (p. 27). Au sens de Crozier et Friedberg, la vision ou les objectifs de l'acteur ne sont pas toujours définis de manière précise et cohérente. Ils sont appelés à être modifiés constamment en fonction des circonstances et des résultats obtenus. De manière consciente ou inconsciente, l'acteur met en œuvre certaines stratégies pour parvenir à ses fins même en étant inactif. Dans un système donné, le raisonnement logique des acteurs est incorporé dans des dispositifs d'autorégulation. « L'acteur n'existe pas en dehors du système qui définit la liberté qui est la sienne et la rationalité qu'il peut utiliser dans son action. Mais le système n'existe que par l'acteur qui seul peut le porter et lui donner vie et qui seul peut le changer » (Crozier et Friedberg 1977, 11). Il considère l'organisation des interventions communes comme un construit social.

2.5.4. Les limites de l'analyse stratégique

Il importe de souligner que l'approche stratégique pose un certain nombre de difficultés aux chercheurs. Selon Charron (1990), cette démarche théorique met le chercheur dans un embarras épistémologique. Car, selon lui, « l'analyse stratégique accorde une attention toute particulière au vécu des acteurs. Le jeu n'existe qu'à travers la subjectivité des acteurs ; cette subjectivité est au centre de la réalité "objective" qu'étudie le chercheur » (Charron 1990, p. 105). Cela suppose

un double point de vue du chercheur sur la réalité qu'il observe. Il doit essayer de les comprendre en se mettant à la place des acteurs, en regardant les choses de leur point de vue. Mais en même temps, il doit garder le regard extérieur du chercheur et maintenir sa vision externe comme chercheur. Il s'agit, selon Charron, de « s'aménager une position d'extériorité qui, seule, lui permet de dépasser ce point de vue subjectif et de jeter un regard critique sur les évidences et sur les catégories de sens commun. Le va-et-vient entre l'observation et l'élaboration des hypothèses se double donc d'un va — et-vient entre la subjectivité des acteurs et le point de vue d'extériorité du chercheur » (p. 105). Il fait appel à la vigilance et à la conscience du chercheur afin d'éviter toute confusion relative aux deux points de vue. Le chercheur doit particulièrement éviter de donner les explications de sens commun que fournissent les acteurs. « L'approche stratégique s'intéresse à l'ajustement des moyens dont disposent les acteurs aux fins qu'ils poursuivent » (Charron, 1990, p. 80). Car la structure formelle du système ne détermine pas l'attitude des acteurs de manière définitive. Elle est plutôt la résultante d'une démarche rationnelle d'action au sein des obligations exigées par le système. Il s'agit d'une approche sociologique qui s'appuie sur des raisonnements, des prises de décision tangibles des acteurs au sein du milieu dans lequel ils évoluent.

2.6. Les traits distinctifs de l'espace public contemporain

Le changement dans les relations entre les acteurs du système radiophonique haïtien, notamment entre les journalistes et le public des radios, constitue un élément fondamental de notre étude. Les nouvelles formes de réception des informations et de participation du public haïtien dans les émissions radiophoniques de débat feront l'objet d'une analyse très profonde dans cette étude. Pour analyser cet aspect particulier, nous avons jugé bon d'introduire dans notre cadre théorique un autre concept fondamental ou une autre approche théorique qui est l'espace public en dépit de la profondeur et de la richesse de l'approche systémique précédemment évoquée. Le concept d'espace public est très important pour comprendre et analyser la participation du public haïtien dans les émissions de débat public radiophonique. Car la transformation de l'espace radiophonique haïtien entraîne également des changements dans les modalités de participation des acteurs de l'espace public haïtien dans les débats publics et dans les règles du jeu de la délibération politique nationale.

L'espace public haïtien renvoie à l'ensemble des lieux où se réalisent les débats publics sur le territoire national haïtien. Il s'agit des débats qui se déroulent en grande partie à la radio et dans les autres médias, mais aussi au parlement haïtien, dans les conseils municipaux, dans les associations citoyennes, dans les manifestations de rue, sur les places publiques, dans les terrasses des cafés, dans les universités. L'une des particularités de l'espace public haïtien, c'est qu'une grande partie de ce public se trouve en dehors des frontières d'Haïti. Ce public diasporique écoute les émissions et participe aux émissions des stations de radio qui émettent depuis Port-au-Prince. La participation de cette composante du public haïtien est analysée dans cette étude de manière spécifique.

Dans ce travail, nous avons choisi de ne pas revenir sur la conception philosophique et normative de l'espace public élaborée par le philosophe allemand Jürgen Habermas (1988). Pour analyser les changements dans les relations entre le public haïtien et les médias particulièrement sa participation dans les débats publics, nous introduisons une approche beaucoup plus contemporaine de la notion d'espace public (Miège, 2010). Les différentes critiques adressées aux travaux d'Habermas ne remettent pas forcément en cause l'originalité et l'importance de ses thèses ; elles relèvent plutôt une certaine ambiguïté qui émaille ses thèses. Les travaux de ce dernier sont donc tout simplement dépassés par les réalités de l'espace public contemporain. Dans le contexte actuel du développement des technologies numériques, l'espace public se caractérise par des traits bien spécifiques. En ce sens que « l'espace public contemporain est modelé par de nouvelles forces historiques ; il recèle peut-être de nouvelles potentialités. Dans la mesure où nous sommes concernés par la dynamique démocratique, l'élaboration d'une théorie de l'espace public, adaptée aux faits contemporains s'impose aux chercheurs autant qu'aux acteurs politiques » (, Dahlgren, 1994, p. 244). Comme alternative à la théorie normative habermassienne, de nombreuses approches nouvelles ont été développées au cours des dernières décennies.

L'idée d'un espace public global ou transnational a commencé à faire son chemin dans le monde de la recherche en sciences sociales depuis des dizaines d'années. À travers une analyse très profonde, Dahlgren et Rillieu (2000) mettent en exergue quelques traits qui expliquent le fonctionnement de l'espace public au regard de l'Internet. Ils mettent en évidence trois dimensions analytiques de l'espace public contemporain considérées comme étant trois principaux éléments inséparables de la

perspective de la sphère publique : il s'agit d'un niveau structurel, d'un niveau spatial et d'un niveau communicationnel. Ces trois dimensions, selon eux, constituent un point de départ analytique permettant d'examiner la sphère publique d'une société donnée ou d'analyser l'apport de n'importe quelle technologie de communication. La dimension structurelle renvoie, d'une part, aux caractéristiques du système médiatique dont l'universalité d'accès et d'autre part, aux structures sociales et politiques de la société. Elle se caractérise, selon les auteurs, particulièrement par l'idée de l'universalité sur laquelle repose la notion d'espace public, un espace ouvert à tous et qui ne fait aucune exclusion. « Si les médias constituent le trait majeur de l'espace public, il s'en suit normativement qu'ils devraient rester techniquement, économiquement, culturellement et linguistiquement à la portée des membres de la société ; l'exclusion a priori d'un segment quelconque de la population entre en contradiction avec la prétention de la démocratie à l'universalisme » (Dahlgren et Rilieue 2000, p. 163). L'universalisme, à notre avis, restera toujours un idéal à atteindre, une utopie dans ce contexte.

À côté de la dimension structurelle, deux autres dimensions sont mises en avant par Dahlgren et Rilieue (2000). Selon eux, il y a la dimension spatiale ou « frontière spatiale » qui s'explique surtout par la perméabilité de l'espace public contemporain qui n'est plus confiné à l'intérieur d'un État-nation, mais qui déborde le cadre des frontières interétatiques. C'est en ce sens que la diaspora haïtienne qui se trouve en dehors des frontières haïtiennes est considérée comme faisant partie de l'espace public interne haïtien. Dans le monde moderne, « les mass-médias et les médias interactifs comme le NET jouent un rôle très important dans la constitution de l'espace » (Dahlgren et Rilieue, 2000, p. 166). En ce qui concerne la dimension communicationnelle ou « l'action

communicationnelle», «l'espace public est vu comme la négociation discursive des normes et des valeurs fondées sur l'intersubjectivité et la compétence linguistique et culturelles» (Dahlgren et Rileu, 2000, p. 168). Ces trois dimensions de l'espace public sont très importantes pour notre travail. D'abord, sur le plan structurel, les technologies numériques sont susceptibles d'entraîner des changements majeurs dans les rapports de pouvoirs entre les différents acteurs qui interviennent dans l'espace public haïtien. Ensuite, sur le plan spatial, il nous semble évident que l'espace public que nous étudions met en relation un public national et un public transnational qui s'adressent à un même État-nation. L'espace public radiophonique que nous étudions outrepassé les frontières haïtiennes. Et finalement, nous étudions l'espace public radiophonique haïtien, comme étant un espace concret de communication, de débats contradictoires auxquels participent les acteurs haïtiens locaux et la diaspora. Comme nous l'avons déjà souligné, l'espace public haïtien se résume en grande partie à l'espace médiatique, dominé par l'espace radiophonique que nous étudions plus spécifiquement. C'est en fonction de ces caractéristiques que Dahlgren étudie l'Internet comme outil favorisant des échanges ou des pratiques de communication déterritorialisées ou transnationales.

Vu son potentiel communicatif dans sa phase actuelle de développement, Dahlgren et Rileu (2000) considèrent l'Internet comme étant « un média multimodal », un prolongement de la logique initiale des médias traditionnels de masse. « Les versions en ligne des télévisions, des stations d'émission, des agences de presse et des quotidiens représentent une part considérable de l'activité du NET, tandis que de nombreux mass-médias classiques disposent maintenant d'une présence en ligne » (Dahlgren et Rileu, 2000, p. 172). Cette multi modalité de l'Internet, selon les chercheurs, se traduit particulièrement par la

possibilité pour un seul individu de s'adresser à de nombreuses autres personnes simultanément (one-to-many). Mais aussi, il permet à une multitude d'utilisateurs de s'adresser à une pluralité de consommateurs. C'est le cas par exemple, pour les forums Usenet et les espaces consacrés à la discussion en ligne. « Incarnant les vertus d'un pôle d'expansion, le net renforce le caractère pluriel de l'espace public. Le Net produit une myriade de mini-espaces publics spécialisés et d'espaces publics alternatifs. Même si certains sont racistes et néo-fascistes, l'ensemble présente un solde positif pour la démocratie » (Dahlgren et Ralieu, 2000, p. 176).

D'autres chercheurs comme Terje Rasmussen (2014) approchent la complexité de la théorie de la sphère publique contemporaine au regard des médias et de l'Internet comme nouvelle plate-forme de débat public. « The concept of the public sphere represents one of the most powerful theoretical junctions between media studies and political sociology. It provides political media studies with a broader theoretical framework that connects the media to democracy and legitimacy of politics, and it specifies how democracy works or doesn't work in practice » (Rasmussen, 2014, p. 1315). Nous pouvons même dire que le concept espace public est l'un des concepts les plus mobilisés dans les études en sciences sociales depuis sa théorisation par Habermas. Néanmoins, les études sur la fonction de l'Internet dans la transformation des espaces publics donnent lieu à des perspectives différentes.

2.6.1. Internet et espace public : Des perspectives différentes

Selon Dahlgren, les recherches portant sur le rôle de l'Internet dans la sphère publique aboutissent à deux perspectives concurrentes. Il y a, selon lui, un premier point de vue qui sous-tend que la contribution de l'Internet à la transformation de la démocratie délibérative reste encore modeste. Pour faire cette démonstration, il s'est basé particulièrement sur les travaux de Margolis et Resnick (2000) qui considèrent, par exemple, la vie politique sur le NET comme n'étant qu'un renforcement de la vie politique hors ligne. Ils travaillent particulièrement sur la façon dont l'Internet affecte la vie politique américaine. L'argument soutenu par ces chercheurs en question, selon Dahlgren, c'est que l'utilisation des technologies numériques dans le monde politique ne conduit pas forcément à une plus grande participation des citoyens à la vie démocratique ni à une modification profonde de la façon de faire de la politique. La solution à ce problème, selon Dahlgren, doit passer par une reviviscence des modèles classiques de participation politique et les modes de communication politique.

Comme l'observent Mabi et Théviot (2014) « la multiplication des dispositifs participatifs mobilisant des outils numériques a rapidement attisé l'intérêt des chercheurs, produisant une importante littérature traitant des rapports entre Web et politique, notamment sur le plan de la participation des citoyens. (p. 8). Dans leur revue de la littérature, ils font ressortir trois thèses contradictoires. Il s'agit tout d'abord de la « thèse de la normalisation » développée par certains chercheurs comme Margolis et Resnick (2000) qui défendent l'idée selon laquelle les personnes actives en ligne sont celles qui l'étaient déjà hors ligne (p. 8). Cela voudrait dire que les individus de la diaspora qui n'avaient pas de motivation pour la participation politique hors ligne ne vont toujours pas s'intéresser au contenu politique en ligne relatif à leur pays d'origine. Ensuite, ils

soulignent la « thèse de la mobilisation » qui s'est fondée sur la fonction d'Internet dans la mobilisation de nouveaux publics et ainsi a supporté l'implication des citoyens dans la vie politique. C'est l'idée selon laquelle Internet donne la possibilité d'attirer de nouveaux auditoires. Selon les auteurs, « les tenants de cette thèse sont susceptibles de favoriser les interactions entre gouvernants et gouvernés, au sens où les gouvernés peuvent prendre la parole en ligne et formuler des critiques ou des suggestions » (p. 9). Et finalement, ils évoquent la « thèse de la différenciation » selon laquelle les particularités sociodémographiques de l'utilisateur, les orientations des outils techniques, etc., sont les principaux facteurs de variation des usagers participatifs en ligne.

Dans un autre article, Dahlgren (2015) fait une critique très constructive de l'ouvrage de Volkmer (2014) dans lequel il suggère une nouvelle « transformation structurelle contemporaine » de la sphère publique avec un nouveau profil conceptuel. Cette transformation de l'espace public s'explique par trois facteurs particuliers. Il y a tout d'abord ce que Volkmer appelle « les macro-réseaux de communication familiers et techniques — avec leurs auditoires-utilisateurs actifs » qui constituent un signe avant-coureur pour la « communication globale contemporaine ». Elle souligne le caractère « multiniveau » des médias et leurs modes de communication. Ensuite, Dahlgren souligne que la « nouvelle sphère globale » se trouve dans « la communication — et l'édition, le mélange, le filtrage et la modification — du contenu ». Et finalement, la sphère publique, selon l'auteur, est façonnée par des nœuds individualisés qui se situent dans un ensemble structurel particulier qui met en relation les individus à travers tous les pays du monde (p. 1423). « We have thereby left behind the defining framework of nation states, and moved to a regime where the local blends readily with the global and all stops in between, based on the identities, loyalties,

and allegiances of the actors, operating across the full range of media technologies and platforms; this global public sphere operates across supra- and subnational societal contexts» (Dahlgren, 2015, p. 1424). Est-il possible de concilier les modèles classiques et les nouvelles formes de participation politique? Car le cyberspace joue un rôle de premier plan dans les mobilisations politiques actuelles comme nous l'avions vu lors de certaines campagnes électorales présidentielles comme celle de Barak Obama et de Donald Trump. Certains chercheurs considèrent l'Internet comme un facteur de désorganisation de l'espace public et de destruction des médias classiques. Leterre (2010) va jusqu'à dire que « l'Internet participe fortement de la désinstitutionnalisation de l'échange, de l'absence de règle collective, de conséquences collectives – telle en régime démocratique la délibération » (p. 98). Tout au long de son texte, il soutient la thèse d'une désarticulation des concepts d'individu et de collectivité dans les différents réseaux informatiques.

D'autres chercheurs abordent la question différemment. Dans une étude portant sur la démocratie délibérative en ligne, Dahlberg (2001) examine la manière dont cette dernière s'opère à travers le cyberspace. Pour y parvenir, il fait usage d'une analyse comparative de discours en ligne en se basant sur les exigences de la sphère publique issues de la philosophie normative habermassienne. Au terme de son étude, il en arrive à la conclusion que l'élargissement de la sphère publique à travers l'Internet donne lieu, à la fois, à la croissance des espaces délibératifs et à la participation des citoyens à la délibération publique. Pour sa part, Castells (2009) présente une vaste théorie de l'urbanisme à l'ère de l'information fondée sur la différenciation entre l'espace des lieux et l'espace des flux. Dans son approche, il indique clairement que l'espace est loin d'être une réalité patente. Il met en évidence la transformation économique et sociale de l'ère de l'information et montre comment, ce

qu'il appelle « la société en réseau » est pleinement renforcé à l'échelle globale. Il insiste particulièrement sur l'impact de l'âge de l'information sur tous les aspects de la société. Cette approche de Castells est rejointe en partie par un chercheur comme Campbell (2013) qui porte un regard critique sur la notion de sphère publique dans une perspective contemporaine. Van Den Bos et Nell (2006) abondent dans le même sens, mais avec quelques nuances. Ils passent en revue le caractère transnational des nouveaux médias et leur utilisation par les migrants iraniens et turcs kurdes aux Pays-Bas. « The territoriality in Iranian and Turkish—Kurdish online interaction in the Netherlands underlines our view of virtual space as anchored in offline contexts rather than as a self-contained, disembodied universe » (p. 109). Ils ont constaté une certaine variation de la territorialité dans l'interaction en ligne selon l'échelle géographique

2.6.2. Une analyse sous l'angle du contrat de la communication publique

Toute situation de communication est régie par des normes qui guident le comportement ou les actions des interlocuteurs. Le système radiophonique haïtien est avant tout un système de relations sociales comme nous l'avons vu. Ce qui sous-tend que les relations entre les différents acteurs du système sont régies par un ensemble de règles communicationnelles, de conventions et d'attentes réciproques que Charron et Le Cam (2008) appellent un contrat de communication publique au sens de Charaudeau. Il s'agit pour nous d'un concept très important pour analyser les changements dans les relations entre les différents acteurs du système radiophonique haïtien. Dans cette étude, l'idée de contrat de communication nous ramène au rôle fondamental que la radio prétend jouer dans ses relations avec son public à travers notamment la participation à ses émissions de débats et dans ses relations avec les autres acteurs du système.

Nous mettons un accent particulier sur les relations des radios et des journalistes avec leur public. Les journalistes jouent à la fois un rôle d'information et d'animation de débat public à travers une confrontation de points de vue entre les partenaires de communication. Ainsi, il y a des modalités, des règles qui régissent la participation du public aux débats radiophoniques. Ce que les animateurs prennent toujours le temps de rappeler aux participants dès le début de l'émission. Le contrat de communication est entendu comme « un cadre de reconnaissance auquel souscrivent les partenaires pour que s'établissent échange et intercompréhension » (Charaudeau, 1993, p. 6). Selon le linguiste, un contrat de communication n'est jamais irrévocable et figé. Il peut être renégocié, réactualisé par les différents partenaires d'échange. C'est-à-dire, « dans la communication publique, les clauses ne sont pas définies une fois pour toutes. Elles sont susceptibles de changer à travers les coups que jouent les joueurs. La négociation n'est jamais terminée ; le contrat n'est jamais définitivement ratifié » (Charron et Le Cam, 2018, p. 25). Ils considèrent la négociation et l'adhésion comme étant des processus continus. Toute situation de communication, selon Charaudeau (1997), définit un cadre de référence qui engendre les modalités d'échange entre des protagonistes. Au sens de Charaudeau, les clauses du contrat peuvent être renégociées, redéfinies ou actualisées par les parties prenantes en fonction des circonstances. Ainsi, la négociation et le consentement sont des processus ininterrompus ou permanents entre les partenaires de communication.

Selon Charaudeau (1993), les conditions de communication sont basées sur quatre principes inséparables les uns des autres. Il s'agit d'abord d'un principe d'interaction définissant l'opération de communication comme une manifestation d'échange entre deux acteurs

(p. 2). Ensuite, il y a un principe de pertinence qui est basé sur les «savoirs partagés» sans lesquels l'intercompréhension entre les partenaires de communication serait impossible. Puis, il y a le principe d'influence selon lequel toute action de communication est une compétition pour contrôler les enjeux de la communication. Et finalement, il y a « un principe de régulation qui détermine, à la fois, les conditions pour que les partenaires de la communication entrent en contact et se reconnaissent comme partenaires légitimés, et les conditions pour que se poursuive et aboutisse l'échange communicatif [...] » (Charaudeau, 1993, p. 5). Ce dernier principe nous intéresse particulièrement dans ce travail. Charaudeau définit tout acte de langage comme étant « un acte d'échange interactionnel entre deux partenaires (sujet communicant et sujet interprétant) liés par un principe d'intentionnalité, cet échange se produisant toujours dans une certaine situation de communication » (Charaudeau 2006, p. 1). Comme dans d'autres systèmes médiatiques, la confrontation de différents types de discours qui circulent dans l'espace radiophonique haïtien est régie par un ensemble de règles qui peuvent être différentes selon la nature ou la visée discursive des interventions (Charaudeau, Maingueneau et Adam, 2002).

Selon Charaudeau, « la situation de communication constitue le cadre de référence auquel se rattachent les individus d'une communauté sociale lorsqu'ils entrent en communication » (Charaudeau, 1997, p. 67). Ce cadre de référence permet aux interlocuteurs de s'influencer, de s'agresser, de se séduire, de valoriser leurs actes de langage et à construire du sens (Charaudeau, 1997). Toute situation de communication ou d'interaction met en présence deux instances que Charaudeau appelle, dans une définition de l'acte de langage, des partenaires. Charaudeau compare la situation de communication à une scène de théâtre en raison des contraintes d'espace, de temps, de

relations, de paroles auxquels sont soumis les interlocuteurs. Dans des émissions de débat radiophonique par exemple, il revient aux animateurs de rappeler aux invités les règles de comportement langagier ou la nécessité de se soumettre aux contraintes relatives à la situation de communication qui s'appliquent à tous les interlocuteurs indistinctement. Charaudeau affirme que c'est la situation de communication qui donne un sens à l'acte de communication. Nous verrons que dans le contrat de communication, les animateurs s'engagent à trouver des invités qui sont capables d'aider le public à comprendre les événements qui ont marqué l'actualité de la semaine. Néanmoins, ils s'engagent également à donner au public les dernières nouvelles dans leur immédiateté qui ont un intérêt public. C'est peut-être dans cette optique que les animateurs acceptent certaines participations accidentelles ou non sollicitées du public comme nous le verrons dans notre analyse.

Cette section nous a permis de comprendre les différentes perspectives relatives à la transformation des espaces publics dans le contexte du développement des technologies numériques. Elles se révèlent d'une grande importance pour notre thèse dans la mesure où elles permettent aussi de comprendre la manière dont les règles qui régissent les relations entre les acteurs du système radiophonique haïtien se transforment sous l'influence du numérique.

2.6.3. La finalité d'un contrat de communication radiophonique

Dans une émission radiophonique, les animateurs personnifient les stations de radio pour lesquelles ils travaillent. Ils sont appelés à garantir le respect des clauses du contrat de communication qui lie la station, de manière générale, et plus spécifiquement l'émission, avec son public. Quelle est la finalité d'un contrat de communication dans une émission de débat radiophonique ? Charaudeau met en lumière une tension entre deux

visées contraires relatives à la double finalité du contrat médiatique : celle de l'information et celle de la captation. Selon lui, la visée informationnelle consiste à faire connaître aux citoyens tout ce qui s'est passé ou ce qui est en train de se passer dans le monde et qui est digne de leur intérêt. Ainsi, l'instance médiatique met en œuvre deux sortes d'activités langagières pour réaliser cette visée informationnelle. Il s'agit, d'une part, de la description qui consiste à rapporter les faits d'actualité, les événements qui se sont produits à travers le monde dans leur instantanéité. Par exemple, ce que font les stations radio d'information au quotidien à travers les éditions de nouvelles, les bulletins et les flashes d'information traduisent bien cette description. Cela fait partie du contrat de communication qui relie les radios d'information avec leur public. Et d'autre part, la deuxième activité langagière mise en œuvre par l'instance médiatique est celle de l'explication dont le but est d'éclairer le public sur les causes et les conséquences des faits rapportés. C'est précisément ce que cherchent à faire les animateurs des émissions en invitant des personnalités à commenter les faits d'actualité comme nous le verrons au chapitre cinq dans notre typologie des formes de participation aux émissions radiophoniques de débat. La deuxième visée est celle de « captation ». L'instance médiatique doit tout mettre en œuvre pour capter et retenir l'attention du public. Selon Charaudeau, sur ce plan rien n'est acquis par avance pour les médias qui se trouvent dans une situation de concurrence pour l'attention disponible.

2.6.4. L'impact du numérique sur les espaces médiatiques traditionnels

Les chercheurs sont unanimes à reconnaître que les technologies numériques exercent une très forte influence sur la composition des espaces publics. Néanmoins, les avis sont partagés quant aux effets de l'Internet sur les espaces publics et les médias traditionnels. Une des conséquences des technologies numériques est l'effacement des frontières entre les communautés diasporiques et leur pays d'origine. Les médias permettent aux migrants d'être le plus proche possible de leur pays d'origine.

Le nombre de travaux de recherche effectués au cours des deux dernières décennies sur les relations entre la diaspora, l'Internet et les espaces publics est grandissant. Néanmoins, Parham (2005) estime que le développement de la théorie de la sphère publique traitant la complexité et les nouveaux défis du monde, facilités par l'Internet, est encore au stade de départ (p. 375). Alors nous pouvons dire que le développement des technologies numériques ne cesse de nous surprendre, de transformer nos quotidiens. Comme l'ont si bien constaté Dahlgren et Rilie (2000),

L'Internet promet et donne beaucoup. Il peut renforcer, agrandir nos mondes, offrir des flux énormes d'informations, nous aider à nous mettre en contact avec les gens qui partagent nos intérêts. Il peut nous distraire, nous provoquer ou nous tenter. Il peut aussi nous absorber, nous engloutir et nous immerger dans un volume d'informations que nous ne pourrions jamais utiliser. Il peut promouvoir nos identités consuméristes, mais aussi, avec quelque effort de notre part, nous permettre de cultiver nos identités citoyennes. Le net nous aide-t-il à construire une meilleure démocratie ? Le net a bien la capacité d'élargir l'espace public, quoiqu'il ne semble pas transformer dramatiquement la vie politique (p. 183).

L'Internet comme la science et la technique a ses avantages et ses inconvénients. Nous pensons que l'analyse de Dahlgren et Rilie (2000)

résume bien les potentialités de l'Internet ou le double visage des outils technologiques.

2.7. Les relations des Haïtiens de la diaspora avec les médias de leur pays d'origine : Une approche transnationale de la migration internationale

Nous considérons la participation de la diaspora haïtienne dans le débat public national au moyen des technologies numériques comme étant l'un des facteurs clés qui participent à cette transformation de l'environnement médiatique haïtien. Dans notre introduction, nous avons donné une définition opérationnelle du concept de diaspora haïtienne. Dans la littérature scientifique, plusieurs définitions du concept de diaspora sont proposées. « Nous pouvons définir la diaspora comme une construction sociale visant à établir et à maintenir des liens entre des populations migrantes qui se croient issues d'une même origine, réelle ou mythique, présentant de ce fait des caractéristiques propres qui les séparent des sociétés d'accueil » (Bruneau, 2004, p. 24) ». Cette définition correspond bien à notre préoccupation de recherche en raison du fait que la diaspora haïtienne, comme nous l'avons déjà définie, renvoie à l'ensemble des réalités qu'elle décrit. C'est-à-dire : « la présence de populations ayant les mêmes références géographiques, nationales, religieuses dans différents espaces nationaux a donné lieu à l'élaboration du concept de diaspora [...] » (Kastoryano 2013, 90.) La notion de diaspora est utilisée pour décrire un grand nombre de phénomènes distincts. C'est d'ailleurs le constat de Chivallon (2006) qui souligne que « le thème diaspora est devenu à lui seul un centre de ralliement sans pour autant se doter de contours clairs, la notion servant plutôt à dire tout et son contraire » (p. 17). La réalité des communautés de diaspora correspond aux différents vécus des gens, aux différents types de réalités des individus venant de lieux géographiques différents.

Chaque diaspora, comme celle d'Haïti, connaît un parcours, une histoire, une trajectoire, une réalité différente. Les motifs de départ des individus de leur pays d'origine pour s'installer en terre étrangère sont aussi divers que variés.

L'une des particularités du système radiophonique haïtien est le fait qu'une composante très influente de son public est hors frontière. C'est surtout une diaspora qui reste très fidèle à l'écoute des radios haïtiennes basées localement en Haïti et qui participe activement dans les débats publics radiophoniques. C'est une caractéristique du système radiophonique haïtien qui prend une grande importance dans le contexte de la révolution numérique. Faut-il souligner aussi que la dépendance de cette partie du public à l'égard des médias haïtiens est fonction de leur attachement à une identité haïtienne. Pour mieux analyser les relations du public haïtien de la diaspora avec les médias de leur pays d'origine, nous introduisons dans notre cadre théorique le transnationalisme, qui est une approche très florissante dans les études sur les migrations internationales. La littérature scientifique relative aux phénomènes transnationaux des migrants dans le contexte du développement des technologies numériques est très récente comme nous le verrons plus loin. Néanmoins, pour certains chercheurs, sa profondeur théorique et conceptuelle fait du transnationalisme un champ d'études spécifique et très prospère. « Many theoretical works have been written, identifying transnationalism as a new and unique area of study. Empirical studies have addressed the theoretical concepts to differing degrees and are still developing methodologies through which to operationalize these concepts » (Bauböck et Faist 2010, p. 206). Jusqu'à la fin du 20e siècle, une grande partie de l'attention des chercheurs s'intéressant aux phénomènes migratoires était centrée sur les processus d'intégration des migrants dans leur pays d'accueil. En fait, ils ont surtout tenté de

comprendre les causes des migrations internationales, tout en étudiant les questions d'intégration. Les chercheurs mobilisaient beaucoup plus le concept d'assimilation avant de faire usage de la notion d'intégration (ou d'insertion) qui est plutôt récente dans les études sur la migration internationale.

Les différentes approches ayant précédé le transnationalisme présentaient le migrant notamment comme un être dépaycé, déconnecté des réalités de son pays d'origine. Ainsi, l'idée dégagée dans ces études, c'est que le processus d'intégration des migrants avait pour conséquence un affaiblissement des relations de ces derniers avec leur pays d'origine. C'est comme s'il y avait un mur dressé entre le migrant et son pays d'origine. Néanmoins, les travaux d'autres chercheurs comme (Sayad 1999) ont porté sur les enclaves ethniques et les réseaux tissés par les migrants. Il s'est intéressé à la fois aux phénomènes de l'émigration et de l'immigration considérés comme étant indissociables pourtant largement apparents.

2.7.1. Transnationalisme : un nouvel élan scientifique

L'approche transnationale désigne la manière dont le chercheur procède pour examiner le phénomène migratoire et le transnationalisme sert à plutôt nommer le phénomène. Le transnationalisme est loin d'être un concept nouveau. Il a été utilisé pour la première fois en 1916 par l'écrivain américain, Randolph Bourne, dans son texte intitulé « TransNational America » (Randolph S, 1916), pour décrire ce qui est considéré actuellement comme le « multiculturalisme ». Le transnationalisme est devenu un concept majeur dans les études migratoires depuis les années 90. Plus précisément, il a été introduit dans le champ des migrations en 1992 par des chercheuses américaines en anthropologie avec la publication d'un ouvrage intitulé : Toward a

Transnational Perspective on Migration (Martiniello 2007). Cette publication fait suite à une grande conférence organisée en 1990 autour du thème : Transnationalisme. Dans ce livre, Linda Basque, Nina Glick Schiller et Cristina Blanc-Szanton définissent le transnationalisme comme étant :

Les procédés par lesquels les migrants forgent et maintiennent des relations sociales multiples et créent de la sorte des liens entre la société d'origine et la société où ils s'installent. Nous appelons ces procédés « transnationalisme » pour insister sur le fait que de nombreux immigrés construisent aujourd'hui des sphères sociales qui traversent les frontières géographiques, culturelles et politiques traditionnelles. Un élément essentiel du transnationalisme est la multiplicité des participations des immigrés transnationaux (transmigrant) à la fois dans le pays d'accueil et d'origine (Martiniello 2007, 77-78).

Suivant cette définition, nous pouvons dire que le transnationalisme constitue à la fois une rupture et une continuité par rapport aux approches traditionnelles comme le nationalisme ou le post-nationalisme que nous ne développons pas dans cette étude. Les différentes définitions du transnationalisme s'articulent autour des notions de relations et de pratiques transfrontalières, de liens, d'échanges qui vont au-delà du cadre national. Le transnationalisme se caractérise par une participation à plus d'une entité nationale. Cette participation multiple implique cependant, chez les individus, une identité politique qui est, elle aussi, transnationale. Il constitue donc une approche globale dans les études migratoires qui met en évidence les différents types de relations que les migrants entretiennent avec leur pays d'origine depuis leur territoire d'accueil comme nous allons le voir. L'approche transnationale revendique que le migrant peut à la fois vivre une insertion réussie dans son pays de destination et maintenir des liens assez forts, voire des activités, dans son pays d'origine. Cette double présence s'oppose à la notion de double absence mise en avant dans les années 1960-1980. Et cette double présence est en grande partie rendue possible grâce au numérique.

Le transnationalisme suscite, en effet, beaucoup d'enthousiasme au sein de la communauté des chercheurs. Comme l'a souligné Lafleur (2015), la pertinence de l'approche transnationale tient particulièrement au fait qu'elle constitue un nouveau regard sur l'immigration. « Elle possède, en effet, la qualité de ne pas présenter le migrant comme un être déraciné de son pays d'origine faisant face à la seule question de son intégration dans son pays d'accueil. L'approche transnationale suggère plutôt de considérer le migrant comme un être partagé entre pays d'accueil et d'origine et cherchant à maintenir des liens étroits avec les deux États-nations » (Lafleur, 2015, p. 7). Le transnationalisme peut se traduire donc par une distanciation par rapport au nationalisme, en ce sens que l'individu migrant se percevrait comme un citoyen du monde, avec une identité cosmopolite, planétaire et moins liée à l'État-nation. Il s'agit ici d'une forme de rupture avec les approches classiques. Néanmoins, le migrant peut aussi demeurer très nationaliste, mais envers deux nations, deux pays (voire trois). Dans le contexte actuel du transnationalisme, les migrants ne peuvent plus être considérés comme étant « déracinés » de leur pays d'origine. Ils sont plutôt des êtres partagés entre leur pays d'origine et leur pays d'accueil. À cet effet, le transnationalisme consisterait plutôt à transcender les différentes tensions liées aux sentiments nationalistes. Il faut dire que ce nouvel élan scientifique conduit à l'analyse des activités transnationales des migrants sous des angles différents. Ainsi, plusieurs dimensions des relations que maintiennent les diasporas avec leurs pays d'origine ont été largement étudiées, en particulier, par des chercheurs nord-américains.

2.7.2. Les grandes dimensions du transnationalisme

Nous présentons ici les principales activités transnationales des migrants qui sont des pratiques sociales que déploient les migrants et les non-migrants. Les activités transnationales touchent plusieurs domaines de recherche comme nous l'avons déjà souligné. Néanmoins, les diasporas ne sont pas unidimensionnelles, il y a une prédominance de certaines dimensions du transnationalisme par rapport à un type de diaspora donné. Par exemple, les liens économiques d'une diaspora de type économique avec son pays d'origine se développent beaucoup plus que les autres dimensions. Dans l'ensemble, «le transnationalisme renforce les liens entre les personnes, les communautés et les sociétés au-delà des frontières, modifiant le paysage social, culturel, économique et politique des sociétés d'origine et de destination» (Organisation internationale pour les Migrations, 2016.). Ce présent travail nous permet de pointer du doigt les phénomènes en faisant ressortir les principales dimensions qui émergent de la littérature scientifique relative au transnationalisme. Il s'agit en quelque sorte d'une typologie des activités transnationales des migrants en fonction de différents types de diaspora.

2.7.2.1. La dimension politique du transnationalisme

Certains chercheurs considèrent que le transnationalisme a une dimension hautement politique, un aspect qui fait l'objet de nombreuses études (Luis Eduardo Guarnizo et Luz, 1999, Ostergaard-Nielsen, 2001, Boccagni, 2012, Lafleur, 2015). La dimension politique du transnationalisme se caractérise par l'implication et l'engagement du migrant dans des activités à caractère politique dans son pays d'accueil et dans son pays d'origine. Il s'agit, dans certains cas comme la participation du migrant uniquement dans son pays d'origine, d'une forme «d'activisme politique de l'extérieur» (Razy et Baby-Collin, 2011). Cette dimension se traduit particulièrement par la possibilité pour les migrants

de voter à la fois dans leur pays d'accueil et dans leur pays d'origine depuis leur pays d'accueil dans la mesure où ils détiennent la double nationalité. Les études montrent que les activités politiques transnationales du migrant peuvent prendre plusieurs autres formes comme des manifestations publiques dans leur pays d'accueil ou l'organisation des collectes de fonds visant à soutenir une cause politique dans leur pays d'origine, la création de partis politiques dans le pays d'accueil, la participation à des mouvements visant à un changement de régime politique dans leur pays d'origine. La dimension politique du transnationalisme peut aussi se traduire par l'influence des migrants sur les décisions politiques de leur pays d'origine. Cela résulte notamment de leur participation à la délibération politique nationale de leur pays d'origine. Tout cela pour dire qu'il existe une forte relation entre les différentes activités transnationales. Avec le développement des outils technologiques, comme nous allons le voir, les migrants utilisent, de plus en plus, les dispositifs médiatiques pour participer à la délibération politique nationale de leur pays d'origine. Ces activités constituent des pratiques transnationales des migrants ayant une dimension publique, c'est-à-dire qui sortent de l'ordre du privé et qui rentrent dans le débat public.

2.7.2.2. Les activités économiques transnationales des migrants

La dimension économique du transnationalisme met en relief la multiplication des transferts de capitaux et les investissements des migrants dans leurs pays d'origine (Landolt, Autler et Baires 1999). Ces transferts de fonds sont destinés à des activités diverses comme le soutien familial, les investissements dans des domaines différents, des actions de solidarité, la construction de biens immobiliers comme des logements familiaux, etc. Certains chercheurs abordent surtout l'implication et l'engagement économique de la population diasporique à

la fois dans son pays d'accueil et dans son pays d'origine (Sahoo et Pattanaik 2013). Du point de vue des chercheurs abordant l'aspect économique du transnationalisme, les migrants représentent une source économique sûre pour leur pays d'origine à tous les points de vue. À cet effet, Patterson (2006) montre qu'il existe une forte corrélation entre le développement socio-économique et technologique des pays du sud et leur diaspora basée dans les pays riches comme les États-Unis d'Amérique et le Canada. Les communautés diasporiques participent donc de manière significative au développement de leur pays d'origine. Les transferts de fonds effectués par les membres des communautés diasporiques constituent une source économique incontournable pour les pays en développement. En 2015, par exemple, la Banque mondiale a évalué les transferts de fonds effectués par les diasporas à 431 milliards de dollars. Selon le rapport de la Banque mondiale, même avec une diminution de 1 milliard \$ en 2015 par rapport à 2014, l'Inde reste et demeure le premier pays destinataire au monde de fonds transférés par les membres de sa diaspora. Soit environ 69 milliards de dollars transférés dans le pays chaque année. Certains autres pays récepteurs en 2015 ont été des pays comme la Chine (64 milliards \$), les Philippines (28 milliards \$), le Mexique (25 milliards \$) et le Nigéria (21 milliards \$) (Banque mondiale 2016). Avec les technologies numériques, les communautés diasporiques mettent en œuvre des pratiques novatrices pour contribuer au développement économique de leur pays d'origine.

Des chercheurs comme Portes, Guarnizo et Haller (2002) montrent comment les populations diasporiques des pays du sud mobilisent les médias sociaux pour créer une nouvelle forme d'adaptation économique au profit de leur pays d'origine. Dans une certaine mesure, les travaux de Martiniello et Bousetta (2008) s'inscrivent dans cette même logique des migrants à utiliser les technologies numériques au profit du

développement de leur pays d'origine. Ils s'intéressent particulièrement aux activités transnationales des immigrants marocains et chinois en Belgique sur le plan économique, socioculturel et politique transnationale en considérant des exemples très diversifiés. Dans son étude, une attention particulière est portée sur la dimension économique des pratiques transnationales des immigrants concernés. Ces pratiques prennent la forme d'investissements de différentes natures dans leur pays d'origine. « Les activités d'import-export sont importantes et concernent des produits aussi variés que les meubles, le textile d'habillement, les diamants, le chocolat, le vin, le matériel informatique, l'alcool, etc. » (Martiniello et Bousetta, 2008, p. 49). Néanmoins, les chercheurs constatent des différences énormes dans les pratiques économiques transnationales des immigrants marocains par rapport à celles de la communauté chinoise en Belgique considérées, dans les deux cas, comme des diasporas économiques. Ces différences s'expliquent par le fait que les pratiques économiques transnationales des Marocains se résument quasiment à des transferts de fonds vers le Maroc alors que les Chinois investissent beaucoup plus à la fois dans leur pays d'accueil et dans leur pays d'origine, particulièrement dans la restauration et dans le commerce entre la Belgique et la Chine. Par exemple, « les transferts d'épargne constituent le thème le plus significatif du transnationalisme économique des Marocains, compte tenu du volume des sommes envoyées au Maroc depuis la Belgique » (Martiniello et Bousetta, 2008, p. 54). Dans les deux cas considérés, les activités économiques constituent, pour l'essentiel, les activités transnationales des migrants chinois et marocains. « La pratique du transfert d'épargne des immigrants marocains tout au long de l'année a conduit à l'organisation de tout un secteur spécialisé dans le transfert de fonds. Les banques marocaines ont investi massivement dans ce type d'opérations depuis de très nombreuses années, mais des officines privées se sont également positionnées sur ce marché » (idem, 55). Si les

activités transnationales des diasporas chinoises et marocaines sont très intenses sur le plan économique et socioculturel, il en va autrement en ce qui concerne leur participation aux activités politiques de leur pays.

2.7.2.3. Dimension socioculturelle du transnationalisme

Les activités socioculturelles des migrants haïtiens (organisation de carnaval populaire, les célébrations des fêtes nationales et patronales, concours de beauté...) sont très fréquentes et très diversifiées. C'est l'un des principaux traits caractéristiques des activités transnationales des communautés diasporiques. La dimension socioculturelle du transnationalisme consolide celle de l'économie et de la politique, car elle se manifeste particulièrement dans le maintien des liens économiques et politiques des migrants avec leur pays d'origine. Cependant, Cesari (1997) estime que le maintien des relations entre les migrants et leur pays d'origine ne concerne pas la totalité des populations issues de l'immigration. Certains font le choix d'une rupture complète et recréent de nouvelles solidarités sans rapport avec le territoire d'origine. D'autres, en revanche, entretiennent des solidarités qui passent par le lieu d'origine et se manifestent dans des activités diverses. Mais généralement, les communautés diasporiques utilisent des procédés transnationaux spécifiques pour maintenir des liens sociaux et culturels avec leur pays d'origine, c'est-à-dire pour consommer des produits culturels de leur pays d'origine.

2.7.2.4. Le transnationalisme familial

Bien qu'elle soit encore peu développée, la littérature fait ressortir une autre forme qui est le transnationalisme familial (Voigt-Graf 2005, Erik 2000). Les chercheurs s'intéressent particulièrement aux moyens utilisés par les migrants pour rester en contact ou pour venir en aide aux membres de leur famille dans leur pays d'origine. D'ailleurs, l'une des premières préoccupations d'une personne laissant son pays pour s'installer dans un pays étranger est de rétablir et de maintenir le contact avec les membres de sa famille et ses amis proches. Il s'agit là d'une première forme de manifestation des activités transnationales des migrants. Certains chercheurs comme Stebig et Deverin (2011) considèrent que les TIC sont à l'origine d'une restructuration des réseaux migratoires qui modifierait les relations entre les communautés diasporiques et leur famille restée dans leur pays d'origine. Ils soulignent en ce sens que « l'espace d'appartenance n'est plus exclusivement le territoire ; le migrant établit des relations de proximité qui sont moins d'ordre physique, mais plus de l'ordre du virtuel. En d'autres termes, l'identité du migrant se construit autour d'une articulation entre cette connectivité transnationale, son territoire d'accueil, et sa terre natale » (Stebig et Deverin, 2011, p. 2). Ces derniers considèrent les cybercafés comme étant des lieux privilégiés de communication entre les migrants et leurs proches. Étant plus outillés sur le plan technologique, les chercheurs présentent les jeunes comme des « intermédiaires privilégiés » dotés de nouvelles responsabilités dans la mise en contact des membres de la famille dispersée avec ceux restés au pays.

Les technologies numériques jouent un rôle fondamental dans le rapprochement des membres de familles dispersées. Une étude exploratoire menée auprès de la communauté des étudiants chinois de France (Raynaud, 2011) montre que l'utilisation des TIC entraîne une

modification des relations qu'entretiennent les individus avec les espaces géographiques en éliminant les frontières et en modifiant les pratiques spatiales. Bien d'autres études menées sur la population étudiante chinoise de la diaspora parviennent à des conclusions similaires. D'autres chercheurs se focalisent sur l'aspect éducationnel des familles migrantes. Par exemple, dans une approche théorique basée sur le « capital culturel », Waters (2005) analyse le rôle de l'éducation dans les stratégies familiales des migrants. Il conclut que l'approche du « capital culturel » et son rapport avec la famille peuvent faciliter la compréhension des nouvelles tendances de la mobilité transpacifique et transnationale, allant au-delà des habituelles explications « politiques » et « économiques ». Dans un contexte migratoire, il n'est pas toujours facile pour des parents migrants de donner une éducation à leurs enfants qui reflètent les traditions, les normes, les valeurs de leur pays d'origine lorsque ces enfants évoluent dans une autre culture. Cette difficulté s'atténue au fur et à mesure qu'on s'éloigne des grandes agglomérations. Par exemple, dans une étude relative à la communauté tanzanienne installée à Wichina, une petite localité du Kansas aux États-Unis, Dosi, Rushubirwa et Myers (2007) s'appuient sur les concepts de transnationalité et translocalité pour décrire les activités transnationales des migrants.

Dans une perspective transnationale, les relations entre les membres d'une famille dispersée sont susceptibles d'être renforcées dans des circonstances spécifiques comme un mariage, une naissance ou le décès d'un membre de la famille survenu dans un pays d'origine ou dans un pays d'accueil du migrant. Plusieurs études ont d'ailleurs démontré que les liens familiaux se renforcent dans des circonstances malheureuses et heureuses particulières. Par exemple, Rachédi, Le Gall et Leduc (2010) se sont intéressés au caractère singulier des relations familiales transnationales qui se développent « à l'occasion de décès chez les

familles immigrantes endeuillées au Québec ». À cet effet, ils montrent que les rituels jouent un rôle fondamental, non seulement dans le rattachement des membres d'une même famille et des amis éparpillés à travers des pays différents, mais aussi dans la création d'un sentiment d'appartenance à une communauté et dans le renforcement des liens sociaux entre les migrants (p. 180). « En raison du caractère familial du deuil, et sans nier qu'il réactive aussi les conflits en lien avec l'histoire de la famille, nous pouvons penser que la mort active ou réactive les liens tissés par les familles immigrantes, ici, là-bas et ailleurs » (Rachédi, Le Gall, et Leduc, 2010, p. 182). Cet aspect nous paraît particulièrement important dans la mesure où certains événements comme un décès ou un mariage sont susceptibles de rassembler les membres d'une même famille, des amis proches et de créer des liens de solidarité entre eux. Cette réalité peut être observée dans n'importe quelle société humaine. Les phénomènes transnationaux des activités migratoires font appel à des concepts spécifiques. En ce qui concerne la dimension familiale du transnationalisme, Razy et Baby-Collin (2011) répertorient un ensemble de concepts qui constitue ce qu'ils appellent « le champ lexical éthique du phénomène migratoire ».

Aux familles sont associés pêle-mêle les qualificatifs « international », « multilocal », « multilocal binational », « multi-sited », « transcontinental », « dispersed », « transnational family » dans la littérature anglophone, tandis que l'on trouve dans la littérature francophone les termes de « parenté flexible », « famille transnationale », « famille à distance », « famille dispersée », ou encore « famille globale ». La notion de famille mobilise le versant relationnel, alors que les termes « household », « foyers », ou « ménages » sont souvent employés pour définir une unité localisée (Razy et Baby-Collin, 2011, p. 10).

Chacun des concepts peut renvoyer à des réalités différentes. En conclusion, ils soulignent que les conditions de la transnationalisation des familles et de leur quotidien sont influencées par les problèmes structurels ou circonstanciels, d'ordre économique, politique et juridique comme le

coût des voyages, les difficultés de passage des frontières, l'illégalité, etc. (p. 34). Il faut souligner que certains chercheurs s'intéressent particulièrement au rôle des cybercafés dans le maintien des contacts entre les membres des familles dispersées. Comme Stebig et Deverin (2011) l'ont démontré, à un certain moment le cybercafé représentait le principal moyen de communication entre la diaspora et son pays d'origine pour le maintien des liens familiaux. Soit par le biais des courriers électroniques, des appels téléphoniques, des messageries instantanées, etc. Effectivement, pendant la décennie qui a suivi l'apparition de l'Internet, nous avons nous-mêmes constaté que les cybercafés constituaient des activités économiques très florissantes dans un pays comme Haïti. Ils s'en trouvaient à tous les coins de rue. Néanmoins, nous constatons que ce n'est plus le cas aujourd'hui. Dans le cas d'Haïti par exemple, les compagnies de téléphonie mobile offrent aux abonnés la possibilité d'avoir une connexion Internet personnelle avec des forfaits optionnels et à des prix très abordables. Ce qui fait que les cybercafés comme moyens de communication privilégiés entre la diaspora et son pays d'origine sont appelés à disparaître. De moins en moins de gens fréquentent les cybercafés et ces derniers n'ont d'autres choix que de fermer boutique. Une fois qu'ils ont une connexion Internet, les gens n'ont plus besoin d'aller dans un cybercafé ou dans un centre d'appel pour communiquer avec leurs proches. Avec les nouvelles applications comme WhatsApp et les médias sociaux comme Facebook, jamais la communication entre des gens dispersés à travers le monde n'a été aussi facile et instantanée et gratuite pour ceux qui disposent d'une connexion Internet. Mis à part le maintien des liens familiaux, l'un des atouts majeurs pour les communautés de migrants est de pouvoir participer à la vie politique de leur pays d'origine aux moyens des technologies numériques depuis leur pays d'accueil. Ce qui donne lieu à une forme de transnationalisme politique.

Sur le plan social, ces liens se manifestent notamment par le maintien des relations de solidarité familiale et amicale entre le migrant et sa société d'origine. Tenant compte de certains travaux des chercheurs comme Martiniello et Busetta (2008), nous pouvons dire que sur le plan culturel, le migrant cherche surtout à transmettre et à sauvegarder les valeurs culturelles, les traditions, les modes de vie en général de son pays d'origine au sein de son pays d'accueil. Cette transmission et cette sauvegarde des valeurs culturelles se perpétuent notamment au sein des familles migrantes qui développent des liens importants avec leurs pays d'origine. Nous pouvons dire qu'il existe une interrelation entre les différentes dimensions du transnationalisme. L'utilisation des médias pour établir et maintenir des contacts avec le pays d'origine nous paraît une activité transversale dans toutes les dimensions du transnationalisme.

2.7.2.5. Les médias et le transnationalisme : un aspect négligé ou ignoré ?

Comme nous venons de le préciser, la littérature fait émerger quatre principales dimensions du transnationalisme ou du moins quatre grandes activités transnationales des migrants à savoir : politique, économique, sociale et culturelle. Néanmoins, nous considérons l'utilisation des médias comme étant un moyen, un instrument ou la condition ultime de réalisation des activités politiques transnationales. C'est pourquoi nous considérons l'utilisation des médias par les migrants haïtiens pour créer des liens, pour participer aux débats publics nationaux dans leur pays d'origine depuis leur pays d'accueil comme un facteur qui englobe les différentes dimensions du transnationalisme. C'est donc cet aspect spécifique, la dimension communicationnelle, qui nous intéresse dans notre étude, celui qui, selon nous, participe à la transformation de l'espace public médiatique haïtien. Cet aspect du transnationalisme est quasiment ignoré ou négligé dans les études et nous comprenons pourquoi : les principaux chercheurs consultés sont majoritairement des

anthropologues, des sociologues, des économistes, des politologues, des géographes et des historiens qui s'intéressent peu à la dimension communicationnelle du transnationalisme. Le rôle des médias, particulièrement la radio diffusée sur Internet, dans la participation des diasporas ne les intéresse guère, alors qu'au contraire les membres de la diaspora haïtienne restent très attachés aux médias de leur pays d'origine pour participer aux débats publics dans leur pays d'origine comme nous le verrons dans notre analyse. À cet effet, les revendications, l'influence et la participation des Haïtiens de la diaspora dans l'espace public médiatique haïtien nous intéressent. C'est ce que des chercheurs comme Koopmans, Statham, Costa-Lascoux et Hily (2001) considèrent plus spécifiquement comme une dimension publique du transnationalisme. Cela implique non seulement une participation des membres de la diaspora à la délibération politique nationale dans leur pays d'origine au moyen des technologies numériques notamment, mais aussi leur implication dans les activités politiques de leur pays d'accueil. En ce sens, nous pouvons dire que la dimension politique du transnationalisme est intimement liée aux médias, mais toutes les autres dimensions du transnationalisme sont aussi concernées par le numérique et entrent dans le champ de la communication publique dans lequel s'inscrit notre travail de recherche. Nous invoquons les autres dimensions pour montrer les fondements des relations que maintiennent les Haïtiens de la diaspora leur pays d'origine.

Malgré l'intérêt croissant démontré pour cette nouvelle approche, il est important de souligner que le transnationalisme fait l'objet de nombreuses critiques depuis son utilisation dans les études migratoires. Bien qu'ils reconnaissent le bien-fondé de cette approche, Levitt et Jaworsky (2007)) dénoncent une forme d'exagération de la portée du transnationalisme par les précurseurs mêmes de cette approche dans leur

formulation originelle. « L'une des critiques les plus récurrentes est celle qui remet en question la nouveauté du phénomène puisque, par le passé, les immigrants ont également maintenu des liens au-delà des frontières » (Garant 2010, 9). Cette critique est particulièrement supportée par certains chercheurs comme Vertovec (1999) ; Berthomière (2006) ; Fibbi et D'Amato (2008). Ils pointent du doigt un manque considérable de recherches empiriques relatives aux pratiques transnationales des activités migratoires. Avec les activités transnationales, qu'elles soient politiques, économiques et socioculturelles, nous présupposons que l'influence de la diaspora sur les politiques publiques haïtiennes est renforcée.

2.8. La théorie de la communication à double étage

D'autres approches comme la théorie de la communication à double étage sont aussi importantes pour éclairer certains aspects de notre analyse. Bien qu'elle ne soit pas largement développée ici, nous évoquons la théorie de la communication à double étage (« two-step flow theory », « two-step flow of communication » en anglais) pour expliquer un aspect bien spécifique de notre analyse relative au facteur linguistique de la transformation du système radiophonique haïtien particulièrement des relations des radios haïtiennes avec le public. Cette théorie a été élaborée en 1955 par les chercheurs Katz et Lazarsfeld dans leur ouvrage intitulé : Influence personnelle. C'est une théorie des effets faibles des médias qui remet en question certaines théories précédentes comme la seringue hypodermique élaborée par Harold Lasswell relativement à la toute-puissance des médias. Car ces derniers auraient un effet direct sur la vie quotidienne des masses. Leurs travaux de recherche empiriques portent particulièrement sur les élections présidentielles des États-Unis d'Amérique. Ils ont émis l'hypothèse selon laquelle les idées ou les messages qui circulent dans les médias ont des effets limités sur les gens.

Dans leurs travaux de recherche sur le choix des électeurs lors des élections américaines, Katz et Lazarsfeld (1955) ont démontré que les médias avaient un effet limité sur le choix des individus qui étaient peu accessibles aux contenus médiatiques. Au sein des communautés et des familles, les auteurs considèrent que certaines personnes sont capables d'exercer une certaine influence sur leur entourage. C'est ce qu'ils appellent des leaders ou des relais d'opinion. Étant plus exposés aux messages médiatiques, ces leaders d'opinion effectuent un travail de filtrage, d'interprétation des informations médiatiques avant de leur transmettre à leurs proches. Autrement dit, ils effectuent d'abord un travail de récupération des idées ou des opinions qui sont conformes à leur groupe d'appartenance en rejetant celles qui vont à l'encontre de leur conviction. C'est de cette manière que les leaders d'opinion parviennent à influencer le choix de leur entourage. Les auteurs définissent les leaders d'opinion comme étant des médiateurs entre les médias et leur public, des individus qui sont capables d'endoctriner d'autres personnes dans leur milieu immédiat, d'influencer leurs choix. Les leaders d'opinion sont souvent des personnes crédibles, abordables qui ont une certaine notoriété et qui gagnent la confiance des membres de leur communauté ou de leurs réseaux, incarnant ainsi la valeur de leur groupe. Ce qui fait la différence entre les leaders d'opinion et les médias de masse, c'est que ces derniers s'adressent à tout le monde, au grand public alors que les leaders d'opinion sont capables de convaincre directement même les gens les plus attentifs de leur voisinage. Le contact direct avec les membres de leur communauté permet aux leaders d'opinion d'exercer une certaine pression sur ces derniers. Ils sont aussi considérés comme les plus instruits, les plus informés de leur groupe.

2.9. Présentation des propositions ou de la liste des hypothèses

En raison de tout ce qui précède, nous présentons ici un certain nombre de propositions suivant une approche inductive. Pour y parvenir, nous nous sommes fondés sur certains faits observables, sur des données brutes qui suggèrent des changements dans les relations entre les acteurs du système radiophonique haïtien. À noter que dans cette étude nous cherchons à déterminer de quelle manière le système radiophonique haïtien s'est transformé au cours des soixante dernières années et sous l'influence de quels facteurs. Y a-t-il des changements majeurs qui conduisent à une reconfiguration du système radiophonique haïtien à un point tel qu'il serait méconnaissable ? Nous émettons l'hypothèse générale que les relations entre les différents acteurs du système radiophonique haïtien se sont transformées au cours des six dernières décennies sous l'influence de trois grands facteurs : linguistique, économie politique et technologique. La conjugaison de ces trois facteurs conduit à une reconfiguration du système radiophonique haïtien. Sur le plan linguistique, l'introduction du créole dans la radio donne un accès direct de l'ensemble de la population aux contenus radiophoniques. Sur le plan démocratique, le passage de la dictature à la démocratie entraîne une libération de la parole publique et une multiplication du nombre de stations de radio dans le pays. Sur le plan technologique, le développement des outils numériques entraîne des changements dans les relations entre les radios, les journalistes et le public. Le développement des outils numériques amène notamment un élargissement de l'espace radiophonique haïtien qui s'étend au-delà des frontières d'Haïti

Conclusion partielle

De tout ce qui précède, nous en déduisons une relation très étroite entre les différents éléments constitutifs de notre cadre conceptuel. Le système reste et demeure un concept fondamental pour analyser notre cas d'étude. Notamment, les changements dans les relations entre les différents acteurs du système radiophonique haïtien sous l'influence de plusieurs facteurs spécifiés dans notre problématique générale. En dépit de sa profondeur théorique, cette approche demeure insuffisante pour analyser tous les aspects de notre cas d'étude. Ce qui nous amène à faire usage d'autres concepts théoriques comme la notion d'espace public dans une perspective plus contemporaine pour analyser la participation du public haïtien dans les émissions radiophoniques de débat. Puisque les Haïtiens de la diaspora constituent une composante importante du public haïtien, nous avons jugé bon d'introduire la notion de transnationalisme pour analyser cette composante du public haïtien dans la délibération politique nationale. Comme dans toute situation de communication, il y a des règles qui régissent les échanges qui se tiennent dans l'espace radiophonique haïtien entre les différents partenaires d'échange. Voilà pourquoi nous accordons également une place de choix au concept de contrat de communication publique. Il s'agit là de quatre piliers de notre cadre théorique et conceptuel. Une grande partie des propositions présentées dans le tableau ci-dessus sont des changements qui ont commencé depuis l'introduction du créole dans la radio qui s'est poursuivi après la chute de la dictature des Duvalier, mais qui s'est accéléré avec le développement et l'utilisation des outils numériques par les acteurs du système.

Chapitre 3. Méthodologie de collecte de données

Dans le chapitre précédent, nous avons formulé un ensemble de propositions qui sont synthétisées dans le tableau ci-dessus. Néanmoins, ces propositions ne doivent pas être prises comme étant des points d'aboutissement ou des relations de cause à effet, mais plutôt comme des guides pour notre travail de terrain. Comme le souligne Poupart (1997), « les propositions en recherche qualitative ne sont pas des hypothèses du même ordre que celles qu'on émet dans une recherche de type hypothético-déductif et qui orchestrent l'opérationnalisation de la démarche » (Poupart et al, 1997, p. 96). Selon lui, en réalisant concurremment son travail de collecte d'analyse de données le chercheur parvient, entre autres, à mieux élaborer sa théorie, à donner corps à ses propositions et à mieux préciser l'objet de son étude. Dans ce chapitre, nous présentons le cadre méthodologique de notre recherche. Il y est question d'expliquer notre démarche de collecte de données sur le terrain. Comme procédés méthodologiques, nous priorisons l'enquête qualitative basée sur une démarche d'analyse hypothético-inductive. En fonction de notre problématique et de nos objectifs de recherche, l'approche qualitative nous paraît mieux appropriée pour analyser les changements dans les relations entre les acteurs du système radiophonique haïtien sous l'influence des trois séries de facteurs spécifiés dans notre problématique.

À travers cette recherche, nous avons procédé à la fois à une triangulation des outils de collecte de données et à une triangulation des sources d'information. Sur le plan méthodologique, d'une part, nous procédons à une triangulation de nos données. Comme nous allons l'expliquer plus loin, nous avons procédé à deux types d'observations. Une observation externe qui se fait à distance de manière continue et une

observation interne qui se fait au sein même de certaines stations de radio, nous allons y revenir. Nous avons aussi réalisé des entrevues semi-directives et l'organisation d'une conférence/débat entre les principaux acteurs du système radiophonique haïtien. Donc, sur la base des choix raisonnés, nous avons utilisé plusieurs méthodes différentes (observation, entretien, conférence/débat, documentaire) pour collecter nos données.

3.1. Écoute et analyse des émissions

L'écoute et l'analyse des émissions à distance que nous pouvons aussi considérer comme une sorte d'observation externe et à distance constitue notre première source de collecte d'information. L'observation, selon Berthiaume (2004), est une méthode de collecte de données utilisée dans le domaine des sciences sociales particulièrement en sociologie, en ethnographique et en psychoéducation. Développée au début du XX^e siècle par Bronislaw et Malinowski et John Layard, cette méthode permet aussi à l'observateur de faire usage de ses sens pour collecter des données. Dans notre cas d'étude, cette méthode pourrait aussi être assimilée à une sorte d'analyse documentaire en raison du fait que nous analysons les contenus des émissions en direct ou en baladodiffusion. Il est important de souligner que nous avons toujours eu une écoute active des émissions radiophoniques de débats et des éditions de nouvelles avant même d'entamer notre projet de recherche doctorale en nous plaçant à la fois dans le rôle de journaliste et dans celui du public. Néanmoins, c'est à partir de septembre 2016 que nous avons commencé à observer le fonctionnement du système radiophonique haïtien de manière plus méthodique et analytique, dans une perspective de collecte d'information pour notre thèse de doctorat. C'est-à-dire avec un sens d'observation plus poussée des changements dans les relations entre les acteurs du système radiophonique haïtien. Cette écoute active et continue

des radios haïtiennes, via des plates-formes numériques en direct ou en podcast³⁰, se fait dans un double objectif : d'une part, pour nous informer de tout ce qui se passe dans notre pays d'origine et participer dans les débats radiophoniques. Et d'autre part, dans le but de formuler certaines hypothèses relatives à notre projet de recherche. Cette observation nous a permis d'identifier des changements perceptibles dans le système radiophonique que nous étudions. Et, c'est en fonction de ces observations préliminaires et de la lecture d'autres travaux de recherche que nous formulons quelques hypothèses de travail.

Dans le cadre de notre travail de terrain pendant une période de trois mois, soit du 25 mai au 25 août 2018, nous avons pris le temps d'écouter systématiquement, en direct ou en podcast, pendant une période de trois mois consécutifs cinq émissions quotidiennes et deux émissions hebdomadaires de débats radiophoniques ainsi que trois éditions de nouvelles des radios émettant depuis Port-au-Prince. Ce qui donne un total de 900 heures d'écoute. Pour le premier type d'émission, il s'agit des émissions Vision 2000 à l'écoute sur Radio Vision 2000, Haïti débat sur Radio Scoop FM, Dim ma diw sur Radio Kiskeya, Matin débat sur Radio éclair et Boukante lapawol sur Radio Méga. Pour les émissions hebdomadaires, il s'agit de Ranmase sur caraïbes FM et Moment-vérité sur Signal FM diffusées tous les samedis de 8 h à 13 heures. Ce qui donne un total de 24 émissions d'une durée de 5 h chacune (120 h). Nous avons écouté ces émissions et éditions de nouvelles avec un regard très attentif sur tous les aspects qui nous paraissent nouveaux en vertu d'une grille

³⁰ Selon le grand dictionnaire de l'Office québécois de la langue française, le podcast ou balado se définit comme étant un « fichier au contenu audio ou vidéo qui, par l'entremise d'un abonnement au Fil RSS ou équivalent, auquel il est rattaché, est téléchargé automatiquement à l'aide d'un logiciel agrégateur et destiné à être transféré sur un baladeur numérique pour une écoute ou un visionnement ultérieur » (OQLF).

d'observation que nous avons élaborée³¹. Sur la base de nos données d'observation, nous proposons dans cette étude une typologie des formes d'émission de débat radiophonique et de participation à ces émissions. Cette typologie nous permet de réaliser certaines différences entre les diverses sortes d'intervention qui se tiennent dans les émissions radiophoniques de débats. Elle nous sert aussi d'outil d'analyse de l'évolution des formes de participation et comment les nouvelles formes de participation qui sont liées au numérique favorisent des changements dans les relations entre les radios, les journalistes et le public particulièrement. À noter que nous avons décidé de prolonger la durée de nos observations en continuant d'écouter les émissions pendant la période de notre analyse. Ce qui nous permet de faire des mises à jour constantes dans nos données empiriques.

3.2. Observation directe et non participante

Dans notre processus de collecte de données, nous avons opté pour des observations non participantes relatives à ce qui se passe dans les stations de radio. Selon Taylor, Bogdan, et DeVault (2016), l'observation non participante peut être considérée comme une enquête qui se réalise dans le cadre des communications verbales et non verbales entre l'observateur et le sujet qu'il étudie. Dans la deuxième phase de notre processus de collecte de données, nous avons réalisé des observations directes au sein de trois grandes stations de radio à Port-au-Prince, parmi les stations de radio que nous avons écoutées en fonction d'une grille d'observation prédéfinie. Notre choix s'est porté sur trois stations de radio pour des raisons spécifiques. Ainsi, nous avons choisi Caraïbes FM pour plusieurs raisons. D'abord, c'est la radio qui domine le marché local et la diaspora, la radio la plus populaire du pays. Ensuite, c'est la plus ancienne

³¹ Ce document se trouve en annexe.

station de radio de Port-au-Prince et qui a pu résister pendant la période de la dictature des Duvalier. Et finalement, elle est l'une des premières à introduire le créole comme langue de communication dans la radio en Haïti. En second lieu, nous avons choisi Scoop FM. C'est l'une des radios les plus récentes du pays, qui est partie de rien en 2010, mais qui figure parmi les plus écoutées en Haïti et dans la diaspora, particulièrement sa fameuse émission baptisée « Haïti débat » animée par son PDG Gary Pierre Paul Charles, qui était déjà très connu pour ses primeurs. Et en troisième lieu, nous jetons notre dévolu sur Signal FM. C'est la radio pour laquelle nous avons travaillé pendant plus de cinq ans. Étant déjà habitué avec la structure de la radio, son mode de fonctionnement, nous avons pu observer les changements opérés au niveau du fonctionnement des journalistes dans la salle de nouvelles, de la production, de la mise en ondes et du service de marketing. C'est aussi l'une des premières radios haïtiennes à avoir une présence sur le Web. Elle a une très grande écoute dans la diaspora et elle est aussi très populaire dans le milieu paysan en raison du fait qu'elle a été mandatée par l'Association Nationale des tenanciers de boulette³² (ANTB) pour diffuser tous les soirs les lots gagnants du tirage de New York très populaire en Haïti. L'une des autres raisons fondamentales pour laquelle nous avons choisi Signal FM est qu'elle est la seule qui n'a pas été touchée par le terrible tremblement de terre qui a frappé Haïti le 12 janvier 2010. Toutes les autres stations de radio ainsi que toutes les compagnies de téléphonie mobile sont restées dysfonctionnelles pendant un certain temps. À cet effet, elle a été la principale ou le seul moyen de communication dans le pays qui permettait aux gens de la diaspora de prendre les nouvelles de leurs proches en Haïti

³² Il s'agit d'une institution qui regroupe toutes les tenancières et tous les tenanciers de boulette du pays, le jeu de loterie très populaire en Haïti. On trouve des marchands de Boulette (jeux de loterie) à tous les coins de rue du pays. Néanmoins, tous les jeux de hasard sont régularisés par la loterie de l'État haïtien (LEH).

après le séisme. Ce qui a valu à cette station de radio de nombreux prix sur le plan international.

3.3. Déroulement des observations

Pour réaliser les observations, nous avons d'abord obtenu le consentement de la direction générale de la station par écrit. Le directeur des radios en question a pris connaissance du contenu du formulaire de consentement et a accepté de le signer. Nous avons été par la suite présentés au responsable de la salle de rédaction. Nous sommes arrivés dans la salle de rédaction à partir de 8 h du matin et la réunion de rédaction commence généralement à partir de 8 h 15. Avant la réunion, le directeur de la salle de rédaction nous a présenté à son équipe et nous a laissé la parole pour expliquer l'objectif de notre présence. Les journalistes étaient très emballés par le sujet et ils voulaient tous prendre la parole pour expliquer ce qu'ils ont constaté personnellement comme changement dans leurs relations avec les autres acteurs du système médiatique.

Nous avons passé dans chacune des radios trois journées complètes (8 heures par jour) d'observation en étant partout comme dans les salles de rédaction, les salles de mise en ondes, de production et dans les services de marketing, bref dans toutes les structures de la radio. Ce qui donne un total de 72 heures d'observation à l'interne des trois radios. Nous avons discuté avec les journalistes, les producteurs, les metteurs en ondes et les gestionnaires sur leurs nouvelles pratiques de travail. Nous avons observé notamment le travail du personnel de la radio, les relations de travail entre eux. Nous avons particulièrement regardé quel usage ils font des technologies numériques dans le cadre de leur travail, les relations qu'ils maintiennent entre eux, les pratiques nouvelles des journalistes, des producteurs, des metteurs en ondes, des responsables

de marketing, etc. Ce qui nous a permis de mieux comprendre les relations qu'entretiennent les stations de radios entre elles, avec leur public (local et diaspora), leurs annonceurs, les conditions techniques de collecte, de production et de diffusion des informations. Nous avons observé de près en quoi tous ces facteurs participent à la transformation du système de relations que constitue le système radiophonique haïtien. Nous avons réalisé des échanges très fructueux avec les journalistes des salles de rédaction, les producteurs, les réalisateurs, les administrateurs des stations de radio dans lesquelles nous avons réalisé nos observations. Notre statut dans cette étude est ainsi celui d'un observateur. Dans les stations de radio dans lesquelles nous avons réalisé nos observations, les journalistes nous ont vu plutôt comme un des leurs, un ancien confrère de la presse. Ils ne se sentaient pas gênés par notre présence et se sentaient tout à fait à l'aise de discuter de tout avec nous.

Pendant notre travail d'observation à l'interne dans certaines stations de radio, les discussions informelles que nous avons eues avec les journalistes des salles des nouvelles nous ont permis de faire des ajustements très significatifs dans notre guide d'entretien. Au cours des deux premières journées, nous avons réalisé un prétest auprès d'un petit échantillon de 4 journalistes de différentes générations. Ce qui nous a permis de revoir ou reformuler certaines de nos questions et d'en rajouter d'autres. Par exemple, c'est après le prétest que nous avons intégré dans notre guide d'entretien les questions relatives à l'utilisation de l'application numérique WhatsApp par les journalistes et les autres acteurs du système. C'est l'application numérique la plus utilisée dans les relations des journalistes entre eux et des journalistes avec les sources d'information.

3.4. Entrevues individuelles semi-dirigées

Pour compléter et approfondir les informations collectées à travers nos observations, nous avons réalisé des entretiens semi-directifs avec des informateurs très diversifiés. Dans cette étude nous considérons la définition proposée par Gauthier (2019) à savoir :

L'entrevue semi-dirigée consiste en une interaction verbale animée de façon souple par le chercheur. Celui-ci se laissera guider par le rythme et le contenu unique de l'échange dans le but d'aborder, sur un mode qui ressemble à celui de la conversation, les thèmes généraux qu'il souhaite explorer avec le participant à la recherche. Grâce à cette interaction, une compréhension riche du phénomène à l'étude sera construite conjointement avec l'interviewé (Gauthier, 2009, p. 340).

Cette définition correspond bien à la manière dont nous envisageons de réaliser nos entretiens. En examinant les justifications couramment évoquées par les chercheurs pour expliquer le recours à l'entretien de type qualitatif, Poupart (1997) en fait ressortir trois types d'argument. Il s'agit d'abord d'un argument d'ordre épistémologique qui met en évidence la nécessité de faire usage de l'entretien qualitatif pour explorer en profondeur la vision des acteurs sociaux jugée nécessaire pour appréhender les comportements sociaux. Ensuite, il fait ressortir un deuxième type d'argument qui est d'ordre éthique et politique. « L'entretien de type qualitatif apparaît nécessaire parce qu'il ouvrirait la porte à une compréhension et à une connaissance de l'intérieur des dilemmes et des enjeux auxquels font face les acteurs sociaux » (Poupart et Al, 1997, p. 194). Et finalement, l'entretien de type qualitatif occuperait une place de choix dans l'univers des outils de collectes de données donnant un accès privilégié aux expériences des acteurs et pour éclairer les réalités sociales. Selon les auteurs, ces trois types de justification sont applicables à l'ensemble des procédés qualitatifs. Dans cette étude, le deuxième type d'argument (méthodologique) semble mieux justifier notre

choix de l'entrevue en ce sens que selon les auteurs, qu'il est très efficace pour « rendre compte du point de vue des acteurs » (p. 182).

Dans cette démarche méthodologique, nous avons utilisé une approche plutôt différenciée. En effet, chacun des groupes de participants a répondu à des questions spécifiques relatives aux différents aspects de notre problématique de recherche. Les entretiens avec les différents groupes se faisaient dans un souci de complémentarité entre les méthodes de collecte de données. Peu importe le groupe considéré, nous avons négocié avec les participants les conditions de réalisation des entretiens comme la date, le lieu, l'heure et la durée de l'entretien. Dans tous les cas, c'est le lieu proposé par le participant qui a été retenu. Notre travail ne consiste pas à poser un jugement moral sur le travail ou le comportement éthique des acteurs du système radiophonique. À travers nos entrevues, nous essayons tout simplement de comprendre le fonctionnement du système radiophonique à partir du point de vue des acteurs. Pour y parvenir, nous prenons en considération à la fois les témoignages des acteurs et notre connaissance personnelle du milieu, fondés sur nos expériences et nos observations personnelles.

3.5. Composition de l'échantillon

Nous avons procédé par un échantillonnage par choix raisonné. Mis à part les auditeurs, les informateurs nous ont reçus dans leur bureau personnel, sur leur lieu de travail ou dans un espace neutre pour réaliser les entrevues. Nous n'avons pas rencontré de difficultés pour obtenir la collaboration ou le consentement de la majeure partie des participants, ce qui est un principe de base pour obtenir des informations de la part d'une personne.

Au total, nous avons réalisé 95 entretiens. Notre échantillon est constitué de cinq principaux groupes de participants. Chacun des groupes représente un acteur constitutif du système radiophonique haïtien. À cet effet, nous avons réalisé cinq guides d'entretien constitués de catégories de questions différentes s'adressant chacune à un groupe spécifique de participants. Le premier groupe est constitué de 25 journalistes. Comme profil, les journalistes ont entre une et quarante années d'expérience dans l'exercice du journalisme. Ce sont des reporters, des directeurs des salles de nouvelles, des journalistes-patrons de médias, des journalistes leaders d'opinion qui animent des émissions de débat public de grande écoute et des producteurs. Les journalistes sont interrogés sur des aspects liés aux changements survenus dans la composition de l'auditoire, dans les formes de participation des acteurs, dont la diaspora, dans le débat public national, dans les relations des radios haïtiennes entre elles et dans leurs relations avec l'auditoire, dans leur mode de collecte, de traitement et de diffusion des informations et dans leur perception du changement dans leurs relations avec les autres acteurs du système. Nous avons aussi réalisé deux autres entretiens avec deux directeurs de production de deux stations de radios dans lesquelles nous avons réalisé nos observations en Haïti. Néanmoins, nous n'en faisons pas un sous-groupe. Nous les intégrons dans le groupe des journalistes. Ces entrevues nous ont aidés

à mieux comprendre les changements opérés dans les modes de production, d'archivage et de diffusion des informations par les technologies numériques.

Pour les autres acteurs du système, nous avons interviewé des représentants d'instances de régulation étatique et non étatique des médias haïtiens. Nous avons interviewé deux directeurs au Conseil national des télécommunications (CONATEL), le président et un autre membre de l'Association nationale des médias haïtiens (ANMH), le secrétaire général de l'Association des journalistes haïtiens (AJH). Nous avons questionné ces derniers sur les relations des institutions qu'ils représentent avec les autres acteurs du système radiophonique haïtien, particulièrement les radios. Le troisième groupe est constitué des sources d'information. Nous nous sommes aussi entretenus avec un porte-parole du président de la République, le responsable de communication de deux ministères, un attaché de presse de l'ambassade des États-Unis en Haïti, qui représentent des sources d'information. Il était question de déterminer si les technologies numériques changent quelque chose dans les relations que maintiennent les journalistes des radios avec leurs sources d'information, dans les modes de collecte des informations. Les principales sources d'information des radios haïtiennes sont des sources institutionnelles.

Pour le quatrième groupe, il s'agit des annonceurs. Nous avons aussi interrogé le responsable d'une grande agence de placement publicitaire dans le pays, l'administrateur de trois radios de Port-au-Prince, un autre dans une ville de province et le responsable d'une institution commerciale qui représente l'un des principaux annonceurs des médias haïtiens. Avec ces entretiens, nous avons cherché à vérifier les hypothèses portant sur les changements dans le marché publicitaire des

radios compte tenu de l'élargissement de l'espace radiophonique haïtien vers la diaspora et les régions du pays. Nous avons voulu déterminer également si les raisons pour lesquelles les médias haïtiens cherchent à conquérir la diaspora comme auditoire, comme nous le verrons plus loin, sont motivées par des impératifs économiques et en quoi cet élargissement de l'espace publicitaire participe à la transformation du système de relations que constituent les radios haïtiennes.

Pour le cinquième groupe, nous avons aussi réalisé des entrevues de courte durée sous forme de micro-trottoir avec un échantillon 30 personnes en Haïti et 26 en Amérique du Nord (Québec et Floride) qui sont des membres de la communauté haïtienne de la diaspora. Elles représentent un échantillon du public considéré comme un acteur majeur du système radiophonique haïtien.

Figure 3— Tableau sommaire de l'échantillon par sous-groupe

Sous-groupe	Quantité	Durée	Lieux
Journalistes	25	45-120 min	Port-au-Prince
Sources d'information	4	30-80 min	Port-au-Prince
Annonceurs	6	30-60 min	
Instances de régulation (CONATEL (2), ANMH, AJIH)	4	30-75 min	Port-au-Prince
Public	56	5-15 min	Port-au-Prince (30), Florida (14), Québec (12)
Totale	95		

3.5.1. Méthode de sélection des participants

Comme méthode de sélection des participants, nous avons procédé par choix raisonné. Nous avons préalablement dressé une liste de journalistes que nous connaissons déjà. Ce sont des gens qui ont une longue expérience dans la profession et qui interviennent régulièrement dans les débats publics sur les changements observés dans la profession. Nous avons aussi sélectionné de manière accidentelle des journalistes de niveaux d'expérience très différents, de 0 à plus de 40 ans d'expérience. Certains journalistes avec lesquels nous avons eu des entrevues nous ont suggéré d'autres journalistes qu'ils considéraient importants pour notre enquête. C'était comme un effet de « boule de neige ». Dans l'ensemble, nous considérons nos participants comme étant des spécialistes dans leur domaine respectif. Ce sont des gens bien informés qui ne font pas que donner leurs opinions, mais aussi des informations pertinentes par rapport à leurs expériences. Ils sont tous des informateurs qui vivent le changement au quotidien, qui les interprètent à leur manière et qui avaient envie d'en parler. Car, nous avons constaté que les journalistes séniors, particulièrement, avaient beaucoup à dire en fonction de leur expérience.

Sur la base des témoignages des participants, nous avons établi une comparaison entre les périodes d'avant et d'après le début de l'utilisation des technologies numériques par les acteurs du système radiophonique en Haïti. Les années 2000 sont considérées comme un point de repère ou le début de la période charnière de la transformation du système radiophonique haïtien avec notamment l'utilisation de l'Internet et du téléphone portable par les acteurs. Ce qui permet de mieux mesurer les transformations du système radiophonique haïtien de façon diachronique. Nous avons aussi interrogé un certain nombre de jeunes journalistes afin de mesurer leur point de vue sur cette transformation en cours par

rapport aux journalistes les plus expérimentés. Nous prenons en compte les trois périodes dans le processus de la transformation du système radiophonique haïtien que nous avons déjà évoquées en introduction. Sur la base des témoignages des journalistes seniors ayant vécu ces périodes, nous avons effectué une analyse comparative des données empiriques complétées par des données documentaires afin de mieux mesurer les changements opérés dans le système de la radiodiffusion.

3.5.2. Déroulement des entretiens

Les entretiens ont été réalisés en face à face et enregistrés à l'aide d'un magnétophone numérique, mais certains entretiens complémentaires ont été réalisés à distance à l'aide de l'application « call Recorder » sur notre téléphone intelligent. Tous les entretiens sont ensuite retranscrits en totalité. En plus de nos données d'observation, les verbatim constituent des sources de données primaires très significatives pour notre étude. Nous avons prévu de réaliser des entretiens d'une durée de 45 à 60 minutes. Néanmoins, il arrive que certains de nos entretiens dépassent la limite de 2 heures. Particulièrement avec des anciens journalistes qui ont plus de 40 ans d'expérience dans l'exercice de la profession et qui sont devenus propriétaires de médias. Les entrevues se sont déroulées dans une ambiance très cordiale. Les entretiens avec les auditeurs d'Haïti et de la diaspora ont été réalisés sous forme de micro-trottoir. Ils ont été d'une durée de 5 à 10 minutes.

Une partie de nos entretiens ont été réalisés en créole haïtien et traduits ensuite en français pour être analysés, car certains de nos répondants se sentaient plus à l'aise à s'exprimer en créole qui est notre langue maternelle. Cela nous a donné l'avantage d'avoir des informations plus complètes et plus conformes à la réalité des répondants. Nos

entretiens semi-dirigés sont portés sur des questions spécifiques relatives aux différentes hypothèses.

3.5.3. Conférence/débat

Comme nous l'avons souligné, le public est un acteur important de tout système médiatique. Dans le cas haïtien, la diaspora représente une composante très importante du public haïtien auquel s'adressent les médias qui sont basés localement en Haïti. Pour mieux comprendre les changements dans les relations entre les médias haïtiens et le public diasporique, nous avons organisé une conférence-débat sur l'attachement des Haïtiens de la diaspora avec les radios de leur pays d'origine comme outils de collecte de données. Cette conférence qui a eu lieu le 15 septembre 2018 à l'Université Laval, visant à lancer officiellement le Centre études interdisciplinaires sur les médias haïtiens (CEIMH), a réuni huit conférenciers, dont quatre journalistes haïtiens desquels trois venant d'Haïti et une de Montréal, deux leaders haïtiens de la diaspora, deux professeurs de l'Université Laval, spécialistes des médias, et un professeur de University Connecticut des États-Unis d'Amérique. Les différentes interventions et les différents échanges entre les conférenciers et les participants ont nourri notre analyse de l'impact du numérique sur les relations des Haïtiens de la diaspora et les médias haïtiens.

Nous avons donc invité trois journalistes professionnels haïtiens de génération différente, deux leaders de la diaspora qui écoutent fréquemment les radios haïtiennes et qui participent régulièrement dans les débats publics via les technologies numériques et deux chercheurs spécialistes des médias. L'idée était d'avoir deux panels de quatre intervenants chacun. Les journalistes ont été invités à venir parler de leur relation avec la diaspora comme public cible et de qui ça change dans leurs pratiques professionnelles. Il était question pour les leaders de la

diaspora de parler des raisons pour lesquels ils s'intéressent à l'actualité haïtienne et ce que les technologies numériques changent dans leur relation avec les radios et avec Haïti. Les chercheurs étaient là pour donner un éclairage scientifique sur la question. L'assistance était invitée également à participer aux discussions pour témoigner des changements opérés par les technologies numériques dans leur relation avec les radios haïtiennes et poser des questions aux conférenciers. De notre côté, nous avons comoderé la conférence avec notre directeur de recherche. Cette activité est réalisée par le Centre d'études interdisciplinaires sur les médias haïtiens (CEIMH) en partenariat avec l'Association des étudiants antillais de l'Université Laval (AEAUL) et l'Association des Haïtiens du Québec (AHQ). Cette conférence/débat a été filmée et enregistrée à l'aide d'un magnétophone digital pour être ensuite retranscrite. Les verbatim sont exploités dans notre analyse de données.

3.5.4. Données secondaires

Haïti est un terrain de recherche scientifique pour ainsi dire vierge. Les travaux de recherche scientifique dans certains domaines sont quasiment inexistantes. Néanmoins, l'une des plus grandes difficultés que peut rencontrer un chercheur qui travaille sur Haïti est la non-disponibilité de données statistiques permettant de réaliser certaines analyses. De telles données ne sont pas toujours disponibles comme c'est le cas dans les pays occidentaux par exemple. Dans notre cas d'étude, il serait difficile de fonder nos résultats uniquement sur les opinions des acteurs quoiqu'elles soient d'une grande profondeur. C'est dans cette optique que nous avons complété nos données empiriques par des données secondaires. Ainsi, nous avons procédé à des recherches documentaires dans le but de faire certaines démonstrations. C'est particulièrement le cas en ce qui concerne les données relatives à la politisation du système médiatique haïtien comme nous le verrons dans notre analyse.

3.5.5. Avantages et limites de notre méthode de collecte de données

Chacune des phases de notre devis de recherche comporte certains avantages et des limites potentielles. Selon Berthiaume, l'observation directe présente l'avantage d'être d'une grande précision et elle est très peu réfutable. Elle permet de recueillir un large éventail d'informations. Cette observation nous a permis aussi d'établir des relations très rapprochées avec les personnes qui travaillent dans les différentes structures des stations de radios qui nous ont accueilli. Hormis les avantages, notre présence dans les stations de radios a suscité certaines curiosités de certains membres du personnel qui pensaient que nous étions un nouvel employé ou un invité dans une émission quelconque. Nous avons tout fait pour essayer d'être discret et de faire en sorte que les gens ne se sentent pas dérangés par notre présence.

En ce qui concerne les entretiens, il n'était pas toujours facile de planifier un rendez-vous avec certains journalistes vedettes de certaines émissions de grande écoute pour répondre à nos questions. Ils n'étaient pas toujours disponibles et disposés à nous accorder plus d'une heure de leur temps pour une entrevue. Néanmoins, leur expertise et leur connaissance profonde du fonctionnement des radios haïtiennes sont pour nous un énorme avantage. Les entrevues nous permettent de récolter particulièrement des contenus discursifs plutôt que des données factuelles. Ce que nous considérons comme étant un choix méthodologique plutôt qu'une limite. Nous nous sommes intéressés à une multitude de perspectives sur le système radiophonique. Ces perspectives sont situées dans des subjectivités et positionnements variés qui nous permettent la triangulation des regards, des constructions sociales du système qui nous intéresse.

Nous avons cherché d'autres sources secondaires pour valider certaines informations qui proviennent des entrevues. L'observation nous a permis de mieux connaître le contexte et les conditions dans lesquels travaille le personnel des radios observées. L'observation est aussi un cadre utile pour recueillir du discours spontané, et en contexte, à propos de référents concrets et de problèmes ou enjeux significatifs.

3.6. Les contraintes liées à l'application des règles éthiques

Dans la culture de l'oralité propre à la société haïtienne, il n'est pas dans l'usage de s'engager par écrit. Un engagement verbal suffit. C'est pourquoi plusieurs participants ont lu le formulaire de consentement et ont accepté de participer, mais ont refusé de signer le formulaire. Nous avons remarqué certaines réticences du certain groupe de participants. Cette méfiance a été exprimée particulièrement par des responsables de marketing, des annonceurs et des directeurs du CONATEL quand il s'agit de communiquer certaines informations. C'est pourquoi les entretiens avec cette catégorie étaient plutôt brefs, de 15 à 20 minutes. En interrogeant des patrons de médias, nous nous sommes rendu compte qu'ils étaient plus aptes à répondre relativement aux changements dans les relations entre les médias et les annonceurs. C'est pourquoi nous avons posé aux patrons de médias des questions initialement destinées à des administrateurs des radios.

Autre contrainte éthique à signaler, c'est que la majeure partie des journalistes interviewés auraient aimé que leur nom soit cité dans le cadre de notre étude alors qu'il fallait garder l'anonymat des participants. Pour eux, le fait de participer à une telle étude sur la radio, le média dominant en Haïti serait pour eux un facteur de satisfaction. Ce qui veut dire que

ce qui est écrit dans le formulaire de consentement est plutôt un facteur d'exclusion ou de non-reconnaissance de leur participation dans l'étude.

Nous avons prévu de réaliser nos entrevues en français, mais il est arrivé qu'en cours de route certains participants aient répondu en créole ou certains nous ont dit dès le début qu'ils se sentiraient plus à l'aise de s'exprimer en créole, leur langue maternelle. Par rapport à notre connaissance des pratiques socioculturelles en Haïti, nous avons déjà prévu une telle limite. Il y a certaines entrevues qui sont réalisées dans les deux langues.

3.7. Traitement et analyse des données qualitatives

Par rapport à notre connaissance du milieu médiatique haïtien, nous avons adopté une attitude très prudente pour éviter d'introduire des biais ou des éléments subjectifs dans l'interprétation de nos données. Pour traiter ces dernières, nous avons utilisé le logiciel QDA Miner³³. Ce programme informatique nous a permis de codifier les données empiriques collectées sur le terrain en catégories que nous avons prédéfinies dans notre cadre opératoire. Dans l'ensemble, nous avons défini 14 thèmes et un codage de plus de 250 segments. Les principales catégories sont particulièrement : les changements dans les relations des radios entre elles, entre les radios et leur public, entre les radios et leurs sources d'information et entre les radios avec les annonceurs.

Nous avons procédé à une analyse qualitative de contenu thématique des différentes données codifiées. Il s'agit d'une analyse

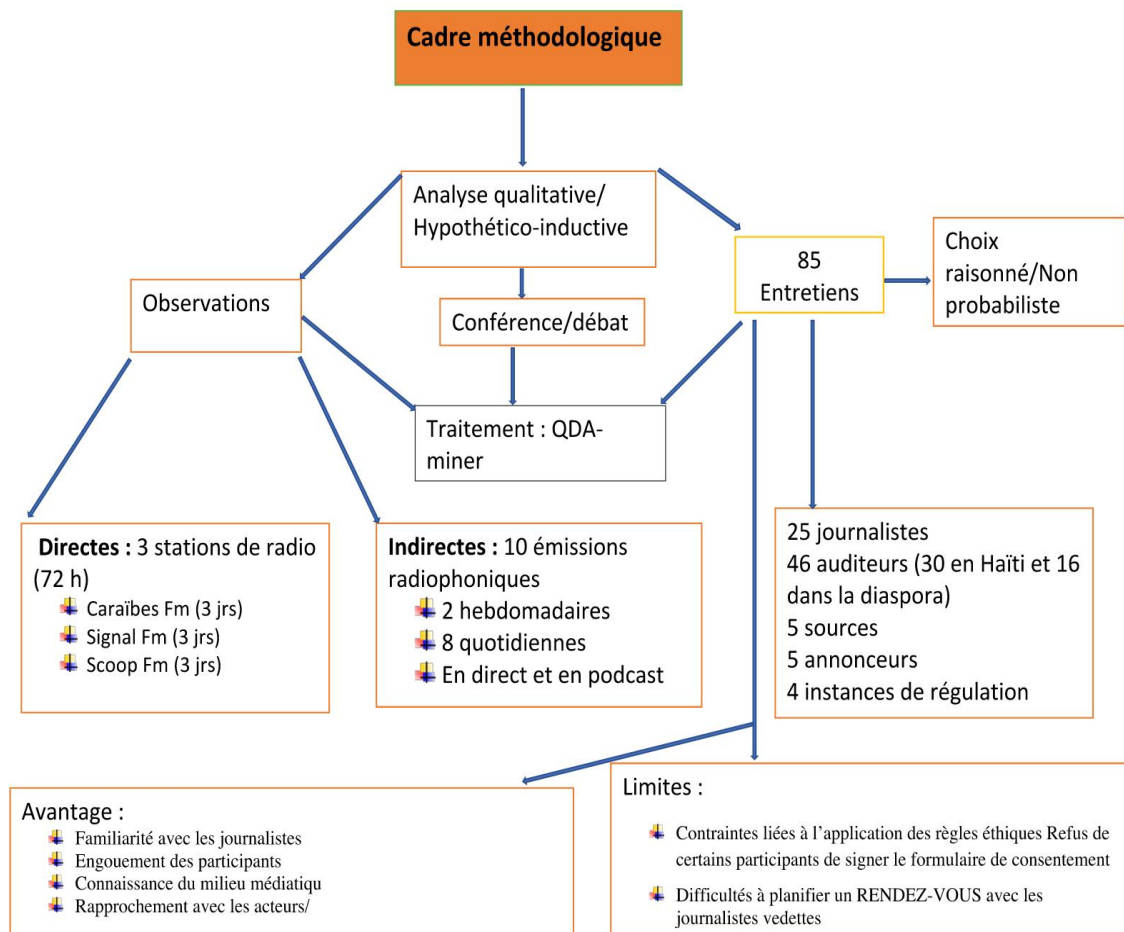
³³ Selon le guide d'utilisation « QDA Miner est un logiciel convivial d'analyse de données qualitatives permettant de coder des données textuelles, d'annoter, d'extraire et de réviser des données et des documents codés. Le programme peut gérer des projets complexes comprenant un grand nombre de documents combinés à des informations numériques et catégorielles » (p. 4).

horizontale des données en ce sens que nous avons regardé comment chacune des thématiques a été abordée par l'ensemble des répondants concernés par la thématique en question. Même si notre démarche était principalement qualitative, cela ne nous a pas empêché d'effectuer quelques calculs statistiques à l'aide du logiciel QDA Miner. Cette analyse nous a permis de déterminer entre autres, la variation selon les participants, la fréquence d'apparition ou de codages, la cooccurrence des codes, la séquence de codages, la similitude des cas et la gestion des liens entre chacun des cas et des catégories. Pour analyser en détail les transcriptions de chacun des participants, nous avons créé un fichier de projet dans lequel nous avons sauvegardé toutes nos données empiriques. Pour diminuer le nombre de cas, nous avons regroupé les entrevues des auditeurs locaux à l'intérieur d'un seul cas appelé Public local et les participants de la diaspora dans un seul cas appelé public diasporique. Nous avons aussi considéré l'ensemble de nos données d'observations comme un cas unique, appelle données d'observation.

Pour mieux associer les segments codés aux types de participants, nous avons créé une variable générale qui s'appelle « profil des participants ». À cette variable, nous attribuons plusieurs valeurs telles que : Sources d'information, annonceurs, public local, public diasporique, conférencier, instance de régulation, journaliste de 0 à 5 ans d'expérience, journaliste de 5 à 10 ans d'expérience, journaliste de 11 à 19 ans d'expérience, journaliste 20 ans d'expérience et plus que nous considérons comme des journalistes seniors. Avec cette formule, nous sommes en mesure de voir à quelle catégorie de participant attribuer tel ou tel segment codé lors de l'analyse des données. Pour nous assurer de la validité scientifique de notre codage, nous avons procédé par un codage inverse qui permet de voir le degré de cohérence des segments à l'intérieur d'un même code, c'est-à-dire de vérifier si les segments vont

dans le même sens que le code qui leur est attribué. Le codage représente le fondement même de toute analyse et d'interprétation des données. L'ensemble du processus de nos activités de collecte de données s'est bien déroulé. Nous avons constaté un effet de complémentarité entre les différentes techniques de collecte de données.

Figure 4 — Présentation schématique du cadre méthodologique



Chapitre 4 : Survol historique des médias haïtiens

Dans ce chapitre, nous brossons un portrait du paysage médiatique haïtien depuis son origine jusqu'à ce jour. Car même si nous nous sommes intéressés à une période qui débute dans les années 1950, il est utile, pour comprendre ce qui se passe dans cette période, de la situer dans un contexte historique plus large. Nous mettons un accent particulier sur la radiodiffusion qui nous intéresse dans cette étude. Nous y expliquons également le rôle dominant de la radio dans le système médiatique haïtien.

4.1. Aux origines de la presse haïtienne³⁴

Haïti a acquis son indépendance comme première République noire indépendante du monde le premier janvier 1804 à la suite d'un soulèvement général des esclaves contre le système esclavagiste. La presse existait dans la colonie de Saint-Domingue depuis environ quatre-vingts ans avant la naissance de la nation haïtienne. Selon Desquiron (1996), le premier média s'est implanté en Haïti en 1724. C'est le journaliste français, Joseph de Payen qui a fondé le premier journal de la colonie sous le nom de « Journal de Payen ». Néanmoins, l'arrivée de ce média dans la colonie française de Saint-Domingue n'a pas reçu un accueil favorable de la part des autorités coloniales d'alors. Son fondateur a été emprisonné par le gouverneur de la colonie, Rochelard, qui a détruit ses équipements et l'a renvoyé en France. Il a fallu attendre quarante ans plus tard pour voir apparaître un deuxième journal dans la colonie. C'est « La Gazette de Saint-Domingue » qui a été fondée par l'éditeur Marie Antoine. Tout comme le premier, il n'allait pas faire long feu. Il a été fermé par Versailles en raison du fait que son titre la Gazette de Saint-Domingue a été jugé trop dévastateur.

³⁴ Nous faisons ici référence à l'ensemble des médias traditionnels haïtiens.

Selon Desquiron (1996), il y avait une très grande ressemblance entre la presse haïtienne dans ses débuts après l'indépendance d'Haïti et la presse coloniale. Le tempérament autoritaire des premiers chefs de l'État haïtien (empereur Jean-Jacques Dessalines, Roi Henri Christophe, Alexandre Pétion...) ne favorisait pas l'existence d'une presse libre dans le pays. Il a souligné le fait que c'est à Saint-Domingue que le premier délit de presse du continent américain a été sanctionné et c'est aussi l'État haïtien qui a été l'auteur du premier assassinat de journaliste aux Amériques. « Tout au long de son histoire la presse a été persécutée : fermeture de journaux, emprisonnement/ou exil de journaliste. On a vu, dans les temps modernes, le bouillant journaliste Jolibois périr dans un cachot auquel il a légué son nom ; Louis Callard mourir sous la torture ; Georges Petit connaître vingt fois la prison depuis l'occupation américaine jusqu'au règne de Duvalier » (Desquiron, 1996, p. 3). Desquiron a cité plusieurs autres exemples de journalistes qui ont été tués, exilés, condamnés à mort dans l'exercice de leur fonction bien avant même l'arrivée de François Duvalier. Un article très court publié par le journal en Ligne, AlterPresse (2008) démontre que depuis l'indépendance d'Haïti en 1804 jusqu'à 1825 les colonnes des journaux ont été alimentées en permanence par les mobilisations militaires. « Après 1825, la presse a mis l'emphase sur la lutte pour la liberté d'expression, la protection du commerce national contre la concurrence étrangère, et les critiques contre l'administration du président Jean-Pierre Boyer et de ses hauts fonctionnaires » (AlterPresse 2008, 5^e Paragraphe). Dans cet article, il est précisé que de 1843 à 1850, les contenus médiatiques sont particulièrement marqués par des conflits internes aux salles de rédaction.

Tout cela pour dire que dès son début et pendant toute son évolution, la presse haïtienne a évolué dans des conditions très difficiles.

Cette situation calamiteuse ne s'est pourtant pas améliorée avec l'occupation américaine de 1915. Car, selon Desquiron, c'est durant cette période qu'il y a eu l'arrestation d'un plus grand nombre de journalistes, mais aussi l'adoption consécutive de trois lois pour limiter la liberté de la presse. Certains chercheurs comme le sociologue Sauveur Pierre Étienne (2007) considèrent l'occupation américaine de 1915 à 1934 comme « une conséquence de l'effondrement de l'État haïtien » en raison du fait qu'il n'était pas en mesure d'apporter des réponses appropriées aux différents problèmes socio-économiques qui ont engendré des conflits sociopolitiques majeurs dans le pays.

4.2. Bref coup d'œil sur l'histoire de la radiodiffusion

La radio telle que nous la connaissons aujourd'hui à une très longue histoire. C'est l'aboutissement de toute une série d'avancées technologiques qui ont abouti au système de télécommunication moderne actuel. C'est pourquoi la découverte de la radio est vue comme une œuvre collective résultant de différents travaux de recherche. Nous présentons ici une brève histoire de la radiodiffusion en Haïti. Cette aventure commencée en Haïti en 1926, sous la présidence de Louis Borno, avec les premières émissions de la radio HHK, inaugurée le 22 octobre 1926³⁵. Elle émettait sur la bande AM sur une portée de 830 KHZ, ce qui est équivalent à 361, 2 mètres, avec une puissance de 1 KW (1000 W). Par la suite, le 920 KC a été préféré au 830³⁶. L'émetteur de cette première station de radio du pays a été construit par la Western Electric. Ses émissions de rodage ont eu lieu entre juillet et août 1926. À noter que selon Bastien et

³⁵ Voir *Le Nouvelliste*, samedi 23 octobre 1926 (cité par Jacklin Jean-Paul).

³⁶ À noter qu'en grande partie, les informations citées dans cette section ont été collectées par Jacklin Jean-Paul pour le besoin de son ouvrage intitulé « Haïti 100 ans de radiodiffusion », qui sera publié très bientôt.

Hartt³⁷ (1980) « la radio a été introduite en Haïti à des fins éducatives (de propagande) par l'occupant américain. La HHK, station évaluée à 40 000 dollars, d'une puissance de 1 kilowatt qui diffusait pendant deux heures (8-9) les vendredis soir des émissions spéciales pour les paysans » (Bastien et Hartt, 1980). Cette émission était diffusée également, quelques rares fois, de 6 h 45 à 7 h 15 les samedis selon les précisions de Jacklin Jean-Paul. Selon Sony Bastien qui rapportait une présentation de David Hartt³⁸, les principales villes de province étaient dotées d'appareils devant les squares et les places publiques. En 1925, les Américains avaient commandé à peu près 150 récepteurs pour les écoles rurales du pays. Il rappelle que la HHK a été très critiquée en raison du fait qu'elle a été une station qui diffusait la propagande américaine. Cette stratégie ressemble bien au cas d'un pays comme le Malawi par exemple où l'analphabétisme et l'impossibilité d'accès aux sources d'information excluaient les habitants des zones rurales de l'espace public médiatique (Mhagama 2015). Ils devenaient des « sans voix » en raison du fait qu'ils ne participaient à aucun forum de discussion et aucun média ne parlait d'eux. Dans les endroits où il y avait des radios communautaires, ces derniers créaient des Clubs d'écoute radio (CER) pour faciliter la participation des gens ordinaires dans la vie politique. En se basant sur des entretiens en face à face et des discussions de groupe, Mhagama (2015) analyse la manière dont ces clubs d'écoute permettaient aux habitants du milieu rural de participer aux débats publics médiatiques.

³⁷ Le pasteur David Hartt, fondateur de la radio Lumière, est le premier à réaliser des travaux sur l'Histoire de la radiodiffusion en Haïti.

³⁸ Il s'agit d'un résumé du texte du pasteur David Hartt, fondateur de Radio Lumière, sur *l'Histoire de la radiodiffusion en Haïti*, présenté dans le cadre de la quatrième session de travail au cours international d'été en 1980.

La radio n'a pas été une concurrente valable pour la presse écrite malgré le caractère élitiste de cette dernière. Car, selon Jean Desquiron, le prix des récepteurs de radio était très élevé. Ils n'étaient pas à la portée de la majorité de la population. De plus, les programmes n'étaient pas assez attrayants et les radios diffusaient uniquement en français. Au fil du temps, il n'y avait qu'une seule « publicité en créole de faible gabarit » et quelques rares programmes en créole que Jean Desquiron qualifie de folkloriques. Selon Jacklin Jean-Paul, le gouvernement haïtien fit une concession, le 9 juin de 1938, à la Société Auxiliaire d'Études et de Gestion pour la venue d'un nouvel opérateur dans le secteur de la radiodiffusion en Haïti. De cette entente devaient être créés une station de radio et un canal de télévision dans le pays. En fonction de ce contrat, l'État haïtien avait octroyé à un groupe d'investisseurs français de la Société Thomson-Ho le monopole du secteur.

4.3. La naissance de la Société haïtienne de Radiodiffusion

Jacklin Jean-Paul (2019) considère la création de la « Société haïtienne de Radiodiffusion » comme une « nécessité commerciale ». Il précise que la Société Mallebranche, Gentil, Bogat & Co S.A (MAGEBCO) est devenue la représentante exclusive de la radio Electrola RCA-Victor en Haïti à partir de 1932. Ce qui lui a permis de « vendre des récepteurs, des ressorts pour phonographes, des disques phonographes d'artistes, dont Jimmie Rogers, et de groupes comme Trio Matamoros, etc. » Il s'est interrogé sur la raison de la vente des récepteurs en absence de stations locales fonctionnant quotidiennement. Cela représentait un vrai problème. Selon Jean-Paul (2019), c'est Armand Mallebranche, un des fondateurs de la MAGEBCO, l'avocat Henry M. Borno, le commerçant Robert Nadal, l'ingénieur Roger Armand et l'architecte Philippe Brun qui allaient trouver la solution à cette équation en fondant une société au

capital de quatre mille dollars, divisé en quatre-vingts actions de cinquante dollars chacune du nom de Société haïtienne de Radiodiffusion. L'arrêté autorisant le fonctionnement de ladite société a été divulgué dans Le Moniteur du 2 décembre 1935. Suivant les précisions de ses statuts publiés au Journal Le Moniteur, la station de la Société haïtienne de Radiodiffusion a été fondé le 9 juillet 1935. Selon Jean-Paul, en 1948, HH2S qui a vu le jour le 1^{er} mai 1935 est devenue Radio Port-au-Prince S.A. Cette station de radio, selon Sérant (2007), la HH2S constitue la « première expérience de radio privée » dans le pays.

4.3.1. Station Radiodiffusion HH3W : une satisfaction personnelle

Jecklin Jean-Paul considère le fondateur de la deuxième radio privée, HH3W, Ricardo Widmaier, comme « un bricoleur notoire » qui voulait faire de la radio pour des raisons plutôt personnelles. Son idéal novateur et surtout sa persévérance ont donné naissance la HH3W, poste de radio qui, jusqu'au début de la décennie 2000-2010, émettait encore. Elle allait quelques années plus tard (1941-1945) entrer en compétition avec deux autres stations de radio, HH3W, propriété de Ricardo Widmaier, et HHBM qui a été rebaptisée MBC. La HH3W fut inaugurée sur le 6135 kilocycles (ou sur la bande des 48, 90 mètres) le jeudi 7 novembre 1935. Elle retransmettait sur ondes courtes. Ce programme conçu sous « le patronage de Ludovic Lamothe » était dédié à la Presse haïtienne (Jean-Paul, 2019).

À noter que dans les années 50, la HH3W est devenue Radio Haïti. En septembre 1971, elle a été rebaptisée Radio Haïti Inter. D'autres auteurs comme Vario Sérant indiquent qu'il y avait une douzaine de nouvelles stations de radio à Port-au-Prince entre 1948 et 1955 dont Radio Caraïbes qui est actuellement la radio la plus populaire du pays et la plus ancienne de Port-au-Prince. Aussi, une dizaine d'autres stations de

radio ont vu le jour dans les autres villes de province avant 1958. « L'ère de l'explosion du transistor en Haïti (1957-1967) a coïncidé avec le renforcement du dynamisme des premières stations de radio confessionnelle » (Sérant, 2007, p. 41). Selon lui, c'est en 1950 que la première radio confessionnelle, 4VEH a débuté ses émissions. En 1959, sa puissance installée était déjà de dix kilowatts/Heure sur 1035 kHz. Aussi, Radio Lumière qui a commencé des émissions en 1958 avait une puissance d'un KWH sur 760 kHz. Au départ, la radio était réservée à une élite qui avait la capacité de se procurer un appareil récepteur.

Après la guerre, le transistor changea tout cela en mettant la radio à la portée du grand nombre et dans les régions les plus reculées grâce aux petites piles sèches. Le transistor permit l'avènement du speaker s'adressant aux masses dans une langue qu'ils comprennent, le créole. Le pouvoir vit immédiatement que ces journalistes qui parlaient au peuple (nan lang manman li³⁹), court-circuitant l'imprimé, représentaient une espèce nouvelle qu'elle estima plus dangereuse que l'écrivain journaliste avec son public limité (Desquiron 1997, 5)

Depuis l'arrivée du transistor dans le pays, la radio s'est affirmée peu à peu comme étant le média dominant en Haïti. Malgré l'arrivée d'un grand nombre de télévisions et des journaux écrits comme nous le verrons plus loin, la radio restera jusqu'à nos jours le média le plus accessible à la majorité du peuple haïtien. Si nous restons dans la petite histoire de la radiodiffusion en Haïti, Jacklin Jean-Paul rappelle que la HHBM qui a été rebaptisée radio MBC en 1944 était encore la plus ancienne station de radio en fonction dans le pays jusqu'au 12 janvier 2010 avant le passage du puissant séisme qui a fait plus de 250 000 morts. Il rappelle que cette station a été fondée par le jeune Franck C. Magloire, directeur et fils de Clément Magloire, propriétaire du quotidien Le Matin. Selon Jean-Paul, M. Magloire était surement enthousiasmé par la réussite de la HH2S et la HH3W. Il a obtenu l'autorisation nécessaire

³⁹ Cela veut dire : sa langue maternelle.

au fonctionnement de sa station le 4 novembre 1940. Les émissions d'essai de cette station ont débuté le 23 février 1940, un mois avant son inauguration. Faut-il souligner qu'entre 1944 et 1949, des stations telles que HHYM, HHCP et HHCN ont aussi vu le jour au pays. Et en 1949, l'indicatif 4 V est entré en vigueur en remplacement du HH.

4.4. La radio comme média dominant en Haïti

La radio reste et demeure le média qui domine le système médiatique haïtien, le média le plus accessible. Elle est le principal dispositif technique et institutionnel de communication publique dans le pays. C'est ce qui justifie notre choix d'analyser le système radiophonique comme un sous-système du système médiatique haïtien. En novembre 2010, la société d'études de marché DAGMAR a réalisé une enquête auprès de 9907 personnes sur la consommation des médias en Haïti. Cette étude a révélé que 96 % des habitants de Port-au-Prince écoutaient la radio quotidiennement. Elle montre que les auditeurs accordent leur temps d'écoute aux émissions d'information (64 %), à la musique (11,4 %) aux émissions religieuses (9,7 %) aux émissions sportives (4,7 %) (Dagmar, 2012).

Une enquête conduite par l'IHSI en 2003, avant la popularisation des dispositifs numériques pour la réception de la radio, montre qu'il existe une grande disparité dans la consommation médiatique en Haïti selon le type des médias. Selon cette enquête, 47,6 % des participants ont « déclaré avoir écouté la radio au cours de la semaine précédant l'enquête », moins de 10 % ont lu le journal et 18,2 % ont regardé la télévision durant cette même période » (IHSI, p. 233). La proportion des gens qui écoutent la radio est encore plus élevée dans la région métropolitaine de Port-au-Prince. « Le fait d'écouter la radio est fort répandu dans l'Aire métropolitaine de Port-au-Prince (75,6 %) et

conséquemment dans le département de l'Ouest » (65,7 %) (idem, p. 233). L'enquête DAGMAR a montré que la radio était la source d'information privilégiée pour 83,7 % des répondants. Seulement 7,4 % ont exprimé leur préférence pour la télévision.

La popularité de la radio comme média et de communication de masse n'est pas une réalité spécifiquement haïtienne. Ici, nous voulons montrer que cette réalité que nous observons en Haïti s'observe aussi dans d'autres pays en développement. Car, un rapport d'enquête mené en 2015 par Farm Radio internationale auprès de la population de cinq (5) pays africains montre que la radio diffusée en AM/FM représente 86 % du temps d'audition des personnes âgées entre 25 et 54 ans. À travers les cinq pays en question, le pourcentage d'audition des radios par genre est ainsi reparti : au Mali 90 % des hommes et 79 % des femmes, au Ghana 87 % des hommes et 75 % des femmes, à Malawi 75 % des hommes et 56 % des femmes, en Tanzanie 80 % des hommes et 60 % des femmes, en Uganda 86 % des hommes et 72 % des femmes. Ils consomment huit fois plus la radio AM/FM que la radio diffusée par satellite et dix-sept fois plus que le streaming audio sur Internet (Bartholomew 2011, 5). Suivant des données statistiques compilées par UNESCO, le nombre de stations de radios à travers le monde s'élève à 44 000 et 75 % des foyers des pays en voie de développement ont accès à la radio (UNESCO, 2019)⁴⁰. En se basant sur l'EFA Global Monitoring Report (2012, p. 290), l'UNESCO précise qu'« avec la radio, les téléphones portables constituent la technologie la plus facile d'accès, équipant plus de 70 % de la population mondiale » (idem).

⁴⁰ Voir <http://www.unesco.org/new/fr/unesco/events/prizes-and-celebrations/celebrations/international-days/world-radio-day-2013/statistics-on-radio/>

Ce qui montre que, tout comme en Haïti, les radios traditionnelles restent encore très populaires dans les pays en développement. En Haïti, presque toutes les questions d'intérêt général se discutent essentiellement à la radio. C'est le lieu commun par excellence d'échanges, de discussions ou de débats contradictoires sur les sujets d'intérêt public. Elle est le moyen de communication de masse le plus puissant du pays. Les caractéristiques de la radio en Haïti font d'elle le meilleur outil de revendication populaire et un haut lieu d'exercice de la liberté d'expression garantie par la Constitution et les lois du pays. Les débats qui passent à travers les journaux ou la télévision ne touchent qu'une petite minorité de la population pour plusieurs raisons que nous allons expliquer plus loin.

4.4.1. Facteurs explicatifs de la domination de la radio

Qu'est-ce qui explique la domination de la radio dans le système médiatique haïtien ? La prépondérance de la radio est liée à certaines caractéristiques de l'environnement socioéconomique et culturel dans lequel elle évolue. Nous expliquons cette domination en fonction de quatre facteurs.

Le premier facteur est dû au coût du récepteur et la gratuité de la radio. Contrairement à la télévision et à la presse écrite qui est plus difficile d'accès pour un Haïtien moyen, la radio est à la portée de tout le monde. Avec très peu d'argent, chaque foyer voire chaque individu qui le souhaite peut s'acheter un petit récepteur radio à un modique prix. Il faut juste deux petites batteries pour faire fonctionner un appareil qui ne coûte pas cher. De plus, une grande partie des téléphones portables vendus sur le marché haïtien est munie d'un récepteur radio AM/FM. Ce qui fait que la radio aujourd'hui, on l'écoute sur son téléphone, donc tout le monde peut se procurer un petit récepteur de radio. Dans ce cas, la radio est beaucoup plus accessible.

Le deuxième facteur explicatif concerne l'accès au courant électrique. Nous sommes dans un pays sous-développé où l'accès à l'électricité devient de plus en plus un luxe. Contrairement à la télévision, les récepteurs radio fonctionnent avec des piles sèches qui ne sont pas trop dispendieuses. Il y a dans le pays une multitude de stations de radio qu'on peut capter gratuitement. Même si les programmes télévisés sont gratuits également, il faut qu'il y ait de l'électricité, car la télévision ne marche pas à la pile. À défaut du courant électrique produit par l'Électricité d'Haïti (EDH), il faut des panneaux solaires, des batteries ou des génératrices pour alimenter une télévision en électricité. Tout cela peut coûter très cher. Sur 137 pays, Haïti est classé comme troisième pire pays au monde en ce qui concerne l'accès à l'électricité, selon le dernier rapport publié par « The Spectator Index » en 2017. Elle est arrivée derrière le Nigéria qui est en 2^e position et du Yémen qui est un pays en état de guerre. Cette mauvaise position dans le classement peut s'expliquer par les coupures électriques récurrentes au pays ou par l'absence de l'électricité dans plusieurs endroits. Haïti est l'unique territoire dans l'hémisphère occidental dont seulement 30 % de la population (moyenne nationale) a un accès au courant électrique et 6 % en milieu rural⁴¹.

En troisième lieu, l'attachement inconditionnel des Haïtiens avec la radio s'explique également par la situation socio-économique du pays. En effet, le degré élevé de l'analphabétisme dans le pays peut être considéré comme un facteur explicatif de la domination de la radio dans le pays. « Haïti est un pays à la dérive qui compte près de 80 % analphabète. Mais comme ils ne sont pas bêtes et qu'ils veulent quand même savoir, la radio

⁴¹ Source : Haïti — FLASH : Haïti 3ème pire pays au monde en termes d'accès à l'électricité — HaitiLibre.com : Toutes les nouvelles d'Haïti 7/7/ 2017) ».

est le média de prédilection » (Bonaparte, 1995, p. 114). La proportion d’analphabètes a beaucoup diminué depuis 1995. Aujourd’hui, les personnes analphabètes représentent moins de 40 % de la population haïtienne.

Figure 5— Degré d’alphabétisation - adultes (% des adultes âgés de plus de 15 ans [perspective monde 2020])

Données		
Années	Valeurs %	Variations [%] **
1982	34,73	
2003	58,74	59,13
2006	48,69	-17,11
2016	61,69	26,70

Comme indiqué dans le tableau, les données statistiques disponibles montrent qu’en 1982 le degré d’alphabétisation des adultes haïtiens âgés de plus de 15 ans était de 34, 73 %. Il a connu une progression pour atteindre en 2003 un degré de 58,74 %. De 2003 à 2006 ce degré d’alphabétisation est retombé à 48. 69 % avant de remonter à 61,68 % en 2016. [Perspective monde, 2020]. Pour le journal écrit, c’est simple : la majeure partie des gens ne savent pas lire. Les journaux publient en français alors que la majorité de la population est analphabète. Ce qui ne changerait pas grand-chose également même si les journaux étaient publiés en créole.

Le quatrième facteur est lié au développement de la culture de l’oralité dans le pays. En raison de ce problème d’analphabétisme, la population développe plutôt une culture axée sur l’oralité. Une grande partie des gens ne lisent pas le créole ni le français, donc le journal est destiné à une petite partie de la population. Ce qui entraîne le développement d’une culture de l’oralité très poussée dans le pays. Les gens écoutent les gens parler plus qu’ils ne lisent. Avec toutes les

difficultés du pays, le français n'est pas accessible à tous, le coût de l'achat de livres ou des journaux est exorbitant alors que pour la radio cela ne coûte presque rien. C'est ce qui explique ce succès de la radio en Haïti, inversement à d'autres pays où les médias dominants sont la télévision et la presse écrite.

4.5. La presse écrite : un média élitiste en déclin en Haïti ?

Avant la prise du pouvoir par François Duvalier, la presse écrite était sans aucun doute un média important en Haïti sans forcément être dominant puisque la population était majoritairement analphabète. Il y avait dans le pays pas moins de 7 quotidiens et 54 périodiques au début de la dictature [Roc Pierre Louis, 2020]. Néanmoins, ils sont disparus progressivement sous la répression du pouvoir dictatorial. Il n'y a aujourd'hui que deux quotidiens haïtiens de diffusion nationale. Le journal Le Nouvelliste fondé en 1898, qui est le plus ancien des médias haïtiens et le journal Le National fondé en 2015. La presse écrite en Haïti a toujours été un média élitiste qui ne s'adresse qu'à une petite partie de la population. Il y a deux raisons majeures qui expliquent cet état de fait. D'une part, suivant les données statistiques disponibles, en 2017, le taux d'alphabétisation des jeunes était de 70,5 % [Unicef, 2017]. Même si les journaux s'écrivaient en créole, le même problème se poserait encore contrairement à la radio. D'autre part, la minorité lettrée fait face à des difficultés économiques. Un abonnement mensuel au journal Le Nouvelliste, par exemple, coûte environ 200 gourdes, environ 2 dollars américains, ce qui paraît beaucoup dans un pays où le taux de chômage s'élève à 45,5 % dans la zone métropolitaine et à 28,2 % dans les villes de province. Pour ceux et celles qui travaillent, le salaire minimum par journée de huit heures de travail est entre 175 gourdes et 340 gourdes suivant la catégorie ou le type d'emploi. Cela donne en moyenne en

salaire mensuel de 7725 gourdes, soit environ 75 dollars américains. À cause de cette précarité économique, seule une infime partie de la population lettrée peut se payer le luxe d'avoir un abonnement à un journal. Il est vrai que le journal dispose d'une version en ligne accessible à tous gratuitement, mais à cause du problème d'analphabétisme et du manque d'accès à l'Internet, c'est toujours une minorité qui peut en bénéficier. Valery Daudier a précisé que le journal *Nouvelliste* n'a que 20 000 abonnés sur une population de 11 millions d'habitants⁴².

4.6. L'explosion du nombre de stations de télévision dans le pays et son inaccessibilité au grand public

La Télé-Haïti [TH] est la première station de télévision qui s'est installée dans le pays le 13 décembre 1959. Vient ensuite la télévision nationale d'Haïti [TNH] qui a été mise en place par le président à vie Jean-Claude Duvalier en 1979. Jusqu'à la chute de la dictature, la télévision est restée l'apanage exclusif d'une élite privilégiée. L'étude de DAGMAR [2010] montre que jusqu'en 1989, il n'y avait encore que deux chaînes de télévision dans le pays. Mais trois ans plus tard, soit en 1992, ce nombre est rapidement passé à 32 chaînes de télévision à l'antenne à travers le pays. Selon les données collectées par l'IHSI, « les chaînes de télévision, au nombre de 55 en 2008, sont dans leur majorité des entreprises individuelles [79 %]. Seulement 13 % sont des sociétés et 8 % n'ont pas déclaré de statut. Ce sont des chaînes communautaires et religieuses » [IHSI, p. 30]. En 2015, le nombre de stations de télévision a encore augmenté. Il est passé à 94 dans l'ensemble du pays, dont 36, à Port-au-Prince, a souligné Jean-Marie Guillaume. En 2019, le Conseil

⁴² Propos tiré de son intervention dans le cadre de la conférence de lancement du Centre d'études interdisciplinaires sur les médias haïtiens le 15 septembre 2018 à l'Université Laval. Il est le secrétaire de rédaction du journal *Le Nouvelliste*.

national de télécommunications [CONATEL] a précisé que le nombre de stations de télévision dans le pays est de 167 dont 111 officiellement reconnues. Selon le rapport de l'IHSI [2008], l'éducation et le divertissement des téléspectateurs sont les préoccupations premières des stations de télévision. « Versée dans l'amateurisme, la télévision demeure rachitique et anémiée en Haïti » [Roc Pierre Louis, 2020]. Pourquoi autant de stations de télévision dans le pays ? En fait, la majeure partie des propriétaires de radio détenaient aussi une licence pour faire fonctionner une chaîne de télévision. Le Conseil national des télécommunications [CONATEL] qui est la seule autorité de régulation des activités relatives aux télécommunications en Haïti y compris la radiodiffusion a donné un délai aux détenteurs de licence pour mettre en ondes leur télévision sous peine de perdre cette licence. Pour garder cette licence de fonctionnement, leurs propriétaires se sont précipités de mettre en ondes leur télévision même en absence des infrastructures de base nécessaire. Pour cette raison, leurs programmes ont tourné autour du sport, du cinéma et les vidéo-clips des artistes musicaux en vogue. « Les retransmissions se font à 70 % en français et à 30 % en créole pour les télévisions commerciales et publiques tandis qu'une répartition de 80 % en créole et 20 % en français est observée pour les télévisions communautaires et religieuses » [IHSI, 2009, p. 31]. Même si les propriétaires des stations de télévision avaient des moyens de les faire fonctionner correctement, ils n'obtiendraient pas une large audience. Comme on l'a dit, le pays fait face à un problème d'électricité presque chronique. De plus, la grande majorité des gens n'ont pas les moyens de rester pendant de longues heures devant la télé.

4.7. La régulation de la radiodiffusion en Haïti

En Haïti, les radios comme les autres médias entretiennent des relations avec les instances étatiques et non étatiques de régulation. Le Conseil national des télécommunications [CONATEL] est la principale instance publique de régulation de la radiodiffusion en Haïti. Il est créé par le décret-loi du 30 octobre 1969 énoncé par l'ancien président à vie François Duvalier. L'article de 2 du décret place le CONATEL sous la tutelle du ministère des Travaux publics, Transport et Communication [Duvalier, 1969]. Selon l'article 7 alinéas a) de ce décret, « les principales activités du Conseil National des Télécommunications seront de : 1) régler et contrôler les Télécommunications en ce qui concerne la radiodiffusion — la Télévision — la répartition des fréquences suivant le tableau des allocations du Comité international d'enregistrement des fréquences (I.F.R.B.) — l'autorisation technique pour les stations de radiocommunications et le contrôle des installations selon les conditions fixées par la loi (Duvalier, 1969, p. 2). La radiodiffusion en Haïti est règlementée par les articles 49 à 73 du Décret-loi du 30 octobre 1977 accordant à l'État haïtien le monopole des services de Télécommunications. Selon l'article 49 de ce décret-loi, la radiodiffusion nationale est divisée en trois catégories : (1) la radiodiffusion d'État (2) les radiodiffusions privées dont celles à caractère publicitaire et commercial et celles à caractère culturel ou religieux et (3) la Télévision « radiodiffusion visuelle » par câble coaxial ou par faisceau hertzien. Dans le contexte actuel du développement de la radiodiffusion en Haïti, nous pouvons dire que ce décret est totalement déphasé. Les radios communautaires voire les Web radio ne sont même pas prises en compte dans ce décret. Il n'y a donc aucune loi qui encadre le fonctionnement des radios communautaires et les Web radio en Haïti.

Toutes les personnes désirant une autorisation pour établir une station de radiodiffusion en Haïti doivent suivre la procédure suivante : d'abord, elles doivent effectuer une demande d'autorisation auprès du ministère de l'Intérieur et des collectivités territoriales (MICT). Ensuite, elles doivent acheminer le dossier technique de la station au CONATEL. Et finalement, les demandeurs doivent acquitter les frais de procédure et remplir le questionnaire y relatif. Une fois ces formalités remplies, le CONATEL vérifie si les étapes préliminaires ont été franchies avant de procéder à l'analyse du dossier de la demande. Le CONATEL accorde l'autorisation au demandeur à condition que son dossier soit conforme et bénéficie d'un avis favorable du ministère de l'Intérieur. À noter que les licences accordées pour des stations de radio à caractère religieux, communautaire et éducatif ne sont pas habilitées à diffuser des messages publicitaires. En ce qui concerne les procédures pour la mise en ondes, le CONATEL doit homologuer les équipements des demandeurs. Une fois installé, le demandeur doit écrire au CONATEL afin que ce dernier puisse vérifier la conformité des installations par rapport à la licence accordée au demandeur. Si tout est conforme, le CONATEL accorde au demandeur un délai de 18 mois, à compter de la date d'émission de la lettre d'assignation, pour des émissions d'essai. Le détenteur de la licence doit payer une taxe annuelle pour continuer à utiliser la fréquence qui lui a été accordée.

En effet, le CONATEL a pour mission de définir et de conduire les politiques du gouvernement haïtien en matière de télécommunications. Il est aussi appelé à intervenir comme arbitre et à trancher en cas de litiges entre les consommateurs et les exploitants. Son rôle est aussi de faire respecter les différents contrats qui lient l'État haïtien avec les exploitants dans le domaine des télécommunications et de gérer le Spectre de

fréquences radioélectriques, et d'apprécier les sollicitations d'autorisation de concession.

De 1885 à 1986, la presse haïtienne et le secteur des télécommunications en général ont fait l'objet de nombreuses dispositions de loi. Pendant environ un siècle, 19 lois et décret-loi ont été pris sur la presse et sur le secteur des télécommunications en Haïti. De manière générale, cet encadrement légal manifestait la volonté des dirigeants haïtiens de prendre le contrôle de la presse. Le premier décret-loi du 27 août 1885 publiée au no 44 du journal officiel du gouvernement, Le Moniteur, a été pris par le président de Lysius Félicité Salomon Jeune. Cette législation de Salomon a été suivie de nombreuses autres dispositions légales sur les médias haïtiens de régime en régime. Cela dit, d'autres règlementations allaient suivre, « certaines pour compléter et d'autres pour limiter, réviser ou pour abroger certaines dispositions précédentes, ou encore pour créer des institutions appropriées à une diffusion toujours plus large de l'information dans notre milieu » (ministère de l'information et de la Communication 1986).

Dans une certaine mesure, nous pouvons considérer l'Association Nationale des médias haïtiens (ANMH), l'Association des médias indépendants (AMI), l'Association des journalistes haïtiens (AJH), SOS Journalistes et le Syndicat national des travailleurs de la presse haïtienne (SNTPH), qui n'est plus en fonction depuis une dizaine d'années, comme des instances non étatiques de régulation des médias. Jusqu'à présent, il n'y a pas encore un organisme spécifique d'autorégulation dans le pays avec le pouvoir de sanction malgré l'adoption d'un code de déontologie par les principales associations de patrons et de journalistes du pays sous l'égide du bureau de l'UNESCO en Haïti depuis 2011. Il n'y a donc pas de juridiction des pairs qui pourrait recevoir des plaintes du public et

sanctionner les éventuelles dérives ou les manquements liés au respect des normes déontologiques.

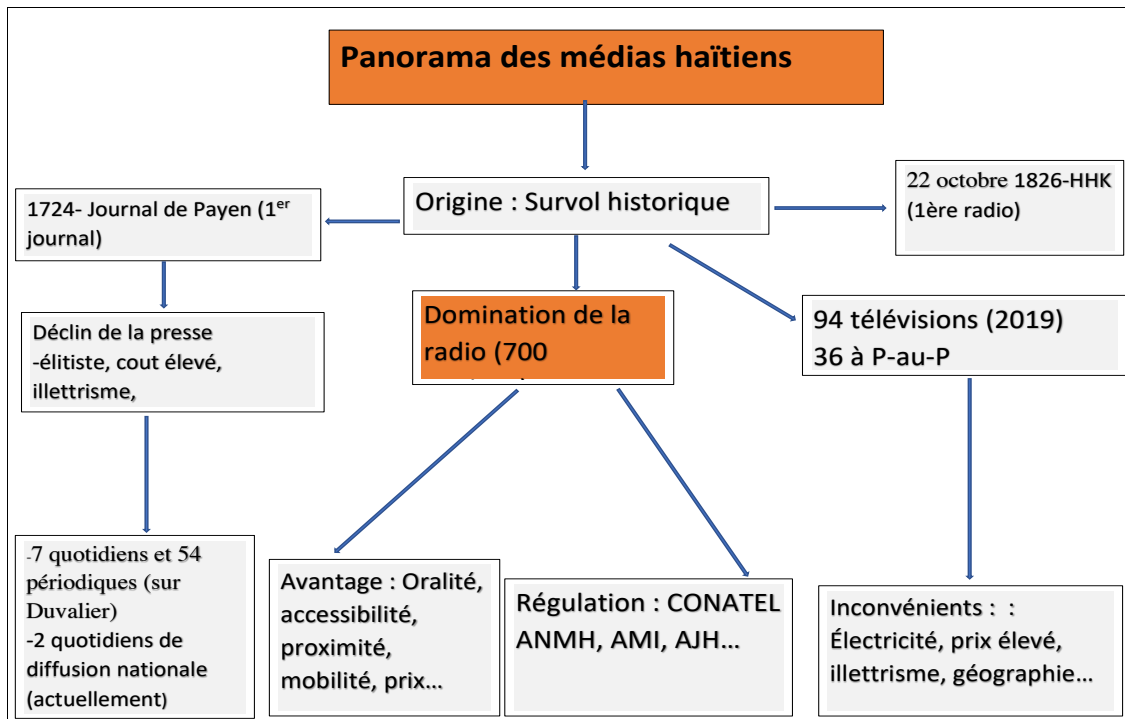
Dans un système radiophonique national, il existe un espace public qui peut être régulé par l'État. Nous pouvons considérer, par exemple, les modalités d'octroi de licences de fonctionnement des médias par le Conseil national des télécommunications (CONATEL), comme la régulation relative aux contenus radiophoniques par les pouvoirs publics, particulièrement la loi sur la diffamation qui fait débat actuellement en Haïti. Or, dans notre cas d'étude, nous avons un espace radiophonique qui s'élargit en dehors des frontières territoriales nationales. Il devient alors très difficile, voire impossible pour l'État, de fixer les règles du jeu ou de mettre des balises dans cet espace discursif par voie réglementaire. Car, le pouvoir d'un État se limite à ses frontières.

Néanmoins, comme nous le verrons, les outils technologiques facilitent un travail de mobilisation des acteurs haïtiens de la diaspora par des mécanismes qui échappent en partie au contrôle de l'État. Car ce dernier peut réguler sur son territoire les entreprises de radio, de téléphone et d'Internet. Il est vrai que dans un pays démocratique, l'État peut réguler certaines choses, mais il ne peut pas contrôler l'espace public dans la mesure où il ne peut pas contrôler qui dit quoi dans un débat public. Avec les technologies numériques, cette possibilité de régulation de l'État devient de plus en plus affaiblie. Vu cette situation, nous pouvons présupposer qu'il y a un changement dans les règles du jeu. La question de citoyenneté est susceptible de changer de nature. Considérant le contexte social haïtien, une grande partie des Haïtiens de la diaspora changent de nationalité quand ils ont la possibilité de le faire dans le but de bénéficier de certains avantages réservés aux citoyens des pays d'accueil. Or, la constitution haïtienne de 1987 en son article 15 ne

reconnait pas encore la double nationalité haïtienne et étrangère. Sinon, les amendements proposés entrent en contradiction avec la loi de 1983 encore en vigueur. Donc, cette loi doit d'abord se conformer aux prescrits constitutionnels. Les Haïtiens qui prennent une autre nationalité ne sont donc plus, légalement, des citoyens haïtiens. Or, pour les médias, ils sont quand même des acteurs légitimes de l'espace public national, mais qui s'adresse à un État dans lequel ils ne vivent plus. Ils peuvent agir sans être sanctionnés par la loi haïtienne.

Dans ce chapitre, nous avons donné une vue d'ensemble du paysage médiatique haïtien. Ce qui nous permet de déduire que la presse écrite reste un média élitiste qui s'adresse à une infirme partie de la population haïtienne. D'une part, c'est payant et d'autre part, le taux d'analphabétisme reste encore très élevé dans le pays. En dépit de la multiplication du nombre de télévisions dans le pays au cours des deux dernières décennies, la télévision reste encore un média très difficile d'accès en raison notamment de son coût élevé et du problème d'accès à l'électricité ou du phénomène « black-out » dans le pays. Ce qui fait que la radio reste et demeure le média le plus accessible dans le pays.

Figure 6— Présentation panoramique des médias haïtiens



Deuxième partie : Présentation des résultats

Les quatre prochains chapitres présentent l'analyse des résultats de notre étude. Chacun d'entre eux est fondé sur un facteur explicatif de la transformation du système radiophonique haïtien pendant les cinquante dernières années.

Chapitre 5 – Typologie des formes d'émissions et de participation aux débats

Les émissions radiophoniques de débat sont très diversifiées tant sur le fond que sur la forme. Elles peuvent être réalisées avec ou sans invités, avec ou sans la participation directe du public. Certaines formes indirectes de participation échappent au contrôle des présentateurs notamment dans le cadre des émissions diffusées en direct sur les médias sociaux. À travers cette étude, nous établissons une typologie de cinq grandes catégories d'émissions radiophoniques de débat qui nous permet de mieux analyser les changements dans les relations entre certains acteurs du système radiophonique haïtien. Cette catégorisation est applicable à tous les types d'émissions radiophoniques, particulièrement aux débats politiques qui en Haïti sont des espaces de participation citoyenne et de mobilisation politique par excellence. Elles prennent souvent la forme de talk-shows radiophoniques ou des débats-spectacles. Ce catalogage d'émissions peut aussi s'appliquer aux émissions de types éducatifs, sociaux, sportifs, culturels ainsi qu'aux éditions de nouvelles.

Aussi, nous établissons dans ce chapitre une catégorisation des formes de participation des membres du public aux émissions

radiophoniques de débats. Nous y traitons des formes traditionnelles de participation et les nouvelles formes de participation favorisées par le développement du numérique. Les formes traditionnelles de participation aux émissions radiophoniques de débats sont généralement réservées à des invités, en qualité d'experts ou à des acteurs de l'actualité comme nous le verrons. Ce sont des formes très anciennes de participation qui restent encore dominantes dans l'espace radiophonique en dépit des nouveautés apportées par le numérique. Nous verrons que les nouvelles formes de participation favorisées par le numérique sont en apparence beaucoup plus démocratique en ce sens qu'elles ouvrent la voie à une plus grande participation, mais ne font pas disparaître les formes traditionnelles de participation ou les inégalités dans l'accès aux débats publics. En effet, cette typologie nous sert d'outil pour analyser le changement dans les relations entre certains acteurs du système radiophonique.

5.1. Les émissions à micro ouvert ou de libre tribune

Les émissions de libre tribune ou à micro ouvert sont celles qui sont dédiées exclusivement à la participation du grand public sans la présence d'un invité principal. Ce sont des formes traditionnelles d'émission, en apparence la plus démocratique. D'une part, elles sont entièrement dédiées à la participation du grand public et d'autre part, elles donnent aux participants la possibilité de s'exprimer sur un sujet de leur choix. Dans certains cas, le sujet est fixé par l'animateur. Le rôle de ce dernier consiste tout simplement à distribuer et à reprendre la parole aux participants, mais aussi à faire respecter les clauses du contrat de communication qui relie les partenaires de communication. En Haïti, les émissions « Libre tribune » animées par Jacques Sampeur sur Radio Antilles internationale depuis les années 70 et l'émission « kat sou tab

jwèt pou ou⁴³» sur Radio Ginen sont deux émissions de type participatif les plus populaires du pays.

5.2. Les émissions de débats multi convives

Ce sont des émissions radiophoniques de débat dans lesquelles plusieurs acteurs de l'actualité ou des spécialistes d'un domaine quelconque sont invités en studio ou par téléphone à commenter des sujets d'actualité de la semaine ou un événement particulier qui présente un certain intérêt pour le public. C'est le cadre participatif régulier de cette forme d'émission radiophonique de débat hormis certaines formes inattendues de participation. Comme le souligne Sandre (2013), « le débat présente deux rôles interactifs : celui de l'animateur (au moins 1) et celui des débattants (au moins 2). Le premier incarne le caractère formel du débat et il a en charge l'organisation et la gestion de l'interaction : il effectue les séquences d'ouverture et de clôture de l'émission, gère la distribution de la parole et pose les questions » (p. 5). Les émissions Moments-vérité sur Signal FM et *Ranmase* sur caraïbes FM sont des prototypes de cette forme d'émission. Dans certaines circonstances, les présentateurs reçoivent une dizaine d'invités qui sont le plus souvent des représentants du pouvoir et de l'opposition politique ainsi que des acteurs de la société civile. C'est la forme d'émission dont les débats sont beaucoup plus agités entre les partenaires de communication qui sont le plus souvent des adversaires politiques.

⁴³Ce qui peut se traduire en français comme : Les dés sont jetés à vos jeux.

5.3. Les émissions de débats solitaires ou d'interaction inter confrères

Ce sont des émissions radiophoniques de débat dans lesquelles un ou plusieurs journalistes analysent des faits d'actualité. Dans le premier cas, c'est l'animateur qui parle tout seul, qui passe les deux heures seul à commenter les sujets d'actualité. C'est ce que nous pouvons considérer comme un grand monologue même si dans l'esprit de l'animateur le public est toujours présent. Il sait qu'il s'adresse à un public qui le suit et qui maintenant peut interagir avec lui grâce aux outils numériques. Dans le second cas, ce sont deux ou plusieurs animateurs qui font débat entre eux pendant toute la durée de l'émission. Cette forme d'émission n'est pas conçue pour recevoir des invités. Néanmoins, le ou les présentateurs peuvent faire appel à des participants en fonction des circonstances. Nous pouvons classer dans cette catégorie certaines émissions comme Vision 2000 à l'écoute sur radio Vision 2000, Haïti débat sur Radio Scoop FM, Dim ma diw sur radio Kiskeya, intersection sur Caraïbes FM ou Haïti aujourd'hui sur Signal FM. Dans cette catégorie, on retrouve des émissions comme Matin Caraïbes sur Caraïbes FM et Train matinal sur Zénith FM, Haïti débat sur Radio Éclair, qui ont un caractère beaucoup plus détendu avec parfois plus de 5 animateurs qui parlent de tout et de rien, sans un protocole préétabli. Certaines formes de participation indirecte des membres du public dans ces types d'émission sont presque inévitables à l'ère du numérique. Mais dans la plupart des cas, ces émissions prennent un caractère interactif dans la mesure où le public en général ou une catégorie du public est appelé à exposer son point de vue sur un sujet donné. Certaines émissions de ce type comme *Intérêt public* sur Radio Kiskeya et Métropolis sur Radio Métropole sont préenregistrées.

Plusieurs travaux de recherche scientifique (Ravazzolo 2009 ; Sandre 2013 ; Alfaro 2005 ; Bonini et Monclús 2014 ; Rosales 2013) montrent comment les animateurs des émissions radiophoniques accordent une place de plus en plus importante à la participation du public dans les émissions radiophoniques dites interactives, c'est-à-dire des émissions dans lesquelles le grand public est invité à commenter en direct des sujets d'actualité ou des sujets d'intérêt commun par le biais des outils technologiques comme le téléphone. Ce type d'émission est qualifié de « phone-in ou call in »⁴⁴ a pris naissance aux États-Unis d'Amérique dans le contexte de la Deuxième Guerre mondiale. Les chercheurs examinent particulièrement les interactions entre les journalistes, les invités et le public-participant. Il s'agit selon Ravazzolo (2007), d'une émission qui implique à la fois la présence des participants en studio (situation interlocutive immédiate), et la participation de l'auditeur public en modalité « phone-in » qui fait du destinataire de l'émission un co-énonciateur. Ce type d'émission décrit par la chercheuse est différent des formes d'émissions que nous décrivons dans cette étude. Car il s'agit d'une forme d'émission dont le cadre participatif est initialement prévu pour accueillir à la fois des invités et des membres du public à qui on donne la parole. Hormis les émissions de libre tribune que nous avons examinées, la participation des membres du public est plutôt accidentelle ou non prévue (Panier 2020) ou dans le cadre d'une émission spéciale.

Dans certains pays comme le Bénin, Assogba (2015) montre que ce type d'émission a connu un essor considérable dans les années 1990 avec

⁴⁴ Selon l'encyclopédie Wikipédia, le « Phone-in ou Call in » est un concept aussi vieux que la radio elle-même. Il paraît que la toute première expérience a eu lieu en décembre 1924 à la BBC 5NG Nottingham. Celle-ci a été décrite dans un article du *Radio Times* en 1925 comme suit : « Les auditeurs ... ont apprécié la nouveauté d'entendre leur propre voix participer » (Wikipédia 2017). Référence complète?

notamment le succès de l'émission dénommée la « Grogne matinale » diffusée sur les ondes de Golfe FM, la première radio privée commerciale du Bénin. Il s'est intéressé particulièrement à la diversité de la langue française, c'est-à-dire, le français dit « académique » et le français considéré comme celui « de la rue » comme on dit en Haïti, le « français du béton ». Car ce type d'émission n'existait que dans les principales langues nationales. Ce qui donne à cette émission interactive qui se déroule en français ce que l'auteur appelle, « un capital symbolique dans la hiérarchie des valeurs sociales ». Il s'est particulièrement intéressé à l'apparition de nouvelles formes d'expression française à travers la gestion des échanges en ligne qui se tiennent entre les différents partenaires de communication.

5.4. Interstice des convives

C'est une entrevue d'une durée d'une heure environ réalisée par un journaliste avec un acteur de l'actualité ou avec une personne invitée en qualité d'expert pour commenter des sujets d'actualité. Il s'agit d'une rubrique intégrée à la fin d'une édition de nouvelles que nous appelons interstice des convives. Elle est conçue pour recevoir un invité ou plus à la fin de la présentation du journal. Presque toutes les stations de radio haïtiennes ayant des éditions de nouvelles ont aussi un espace réservé à un invité du jour.

5.5. Enfolodyans: un nouveau genre journalistique made in Haïti

Nous appelons enfolodyans, un méli-mélo, un pot-pourri ou un fourretout journalistique et d'émotions personnelles présentées comme étant une édition de nouvelles ou un journal radiophonique. Ce nouveau genre journalistique, made in Haïti, n'est qu'un syncrétisme de genres d'information, notamment de reportage, d'interview, d'analyse, de commentaire et d'éditorial. Il est notamment teinté d'humour, de colère, de joie, d'indignation, d'injonction, de spiritualité, d'insulte et d'inquiétude exprimés par des présentateurs que nous dénommons enfolodyanseurs. Ces derniers se donnent la liberté de prodiguer des conseils pratiques, de lire des passages bibliques ou de diffuser des chansons évangéliques dans leur journal, de lancer des mises en garde aux acteurs de l'actualité, etc. Le journal « Première occasion » de Radio Caraïbes FM et « Le Journal 4 heures » sur Radio Kiskeya sont deux prototypes d'enfolodyans en Haïti. Pour quelle raison ces deux « éditions de nouvelles » hors normes attirent-elles autant le public haïtien ? Pourquoi sont-elles si populaires malgré leur caractère atypique ?

La journaliste sénior Liliane Pierre Paul, une icône de la presse haïtienne, et le journaliste Roberde Céline dit « Bob C » sont deux archétypes d'enfolodyanseurs haïtiens. Leur popularité est peut-être due à leur capacité de présenter les nouvelles dans un langage apte à toucher toutes les couches sociales de la population. C'est une formule qui fonctionne, mais qui s'éloigne des normes canoniques habituelles des journaux radiophoniques. Voilà pourquoi nous en faisons un genre journalistique ou une forme d'émission radiophonique de débat particulier.

L'enfolodyans est une combinaison des mots : information et lodyans ou audience, en français. C'est un concept polysémique. Sur le plan radiophonique, une audience est un ensemble de personnes qui écoutent une émission ou une station. Nous considérons une audience comme une manière hors normes de présenter une édition de nouvelles dans le but de toucher un plus large public. En principe, dans une édition de nouvelles ou un journal radiophonique, le présentateur doit se limiter au contenu qui vient de la salle de rédaction, hormis certaines circonstances spéciales qui peuvent l'amener à improviser. Car les textes à lire pour annoncer les reportages et les extraits sonores sont censés être lus, corrigés et validés par les responsables de la rédaction. La forme et le fond du discours journalistique sont structurés par des règles bien spécifiques. Or, dans l'enfolodyans, il y a une grande place qui est accordée à l'improvisation et à l'imagination du journaliste. Cette pratique médiatique ne correspond à aucun des genres journalistiques connus dans la pratique du métier. C'est pourquoi nous parlons ici d'un nouveau genre journalistique que nous analysons à la lumière d'un genre littéraire ou romanesque très ancien et ancré dans la culture haïtienne dénommée la « lodyans » en créole ou « l'audience » en français.

Le géographe Georges Anglade est considéré comme étant le premier théoricien de la lodyans vue comme un « art de raconter des histoires ». Selon lui, « la lodyans est donc cet art haïtien du bref, passé de l'oral à l'écrit à partir des années 1990 » (Anglade, 2006, p. 11). La lodyans est loin d'être nouvelle. Ce genre littéraire et romanesque est aussi vieux que la langue créole ou le vaudou haïtien. Ses racines sont autant profondes que celles de la culture, de la formation sociale haïtienne. « Elle s'était réalisée à coups de miniatures montées en mosaïques dans des séries de feuilletons parus dans le journal *Le Soir* (1899-1908) sous l'impulsion de Justin Lhérisson et de Fernand Hibbert »

(Anglade, 2000, p. 133), qui sont les deux premiers lodyanseurs haïtiens. Il s'agit selon lui, d'un genre qui est propre à Haïti ciblant généralement la scène politique et les acteurs qui s'y meuvent comme toile de fond. Pour Marie-Denise Shelton (1993, p. 170), « l'audience, dans le contexte haïtien, est une forme d'entretien oral, où le locuteur use de ruses serpentines pour raconter de manière humoristique tel événement social ou tel fait politique » (Cité par Berrouët-Oriol 2019, 4^e Paragraphe). « La Famille des Pitite-Caille » (1905) et « Zoune chez sa ninnaine » (1906) sont des « lodyans » originelles de l'histoire de la littérature haïtienne. Les enfolodyanseurs haïtiens se sont largement inspirés de cette manière particulière de raconter des histoires pour capter l'attention de leur public.

5.6. Les émissions conjoncturelles

Une émission conjoncturelle est le fait pour un média de transformer un programme particulier ou une grande partie voire la totalité de sa programmation habituelle en émission spéciale en fonction d'une circonstance exceptionnelle. Cette forme d'émission peut se réaliser de manière programmée ou inattendue pendant une durée déterminée ou indéterminée. C'est le cas par exemple pour la couverture des journées électorales ou d'autres événements comme les grandes compétitions mondiales qui sont connus d'avance. Néanmoins, certains événements importants comme les attentats du 11 septembre 2001 contre les deux tours jumelles aux É.-U, le tremblement de terre qui a frappé Haïti le 12 janvier 2010 ou la mort de certaines personnalités publiques comme Michael Jackson arrivent de manière inattendue. Les émissions spéciales se caractérisent aussi par leur statut provisoire. Dans certaines circonstances, une émission régulière d'une radio peut prendre un caractère circonstanciel. Par exemple, dans une émission qui est conçue pour recevoir des invités en qualité d'experts ou un acteur de l'actualité,

l'animateur peut décider de donner la parole uniquement au public ou à une catégorie du public suivant la forme de participation choisie.

Certaines émissions gardent leur forme et leur cadre participatifs réguliers, mais deviennent spéciales en raison du fait qu'elles sont délocalisées. C'est le cas par exemple pour certains animateurs qui réalisent leur émission dans un lieu public en dehors du studio de la radio. Les présentateurs de plusieurs émissions radiophoniques de débat comme Ranmase sur Caraïbes FM, Moment-vérité sur Signal FM et Haïti débat sur Scoop FM ont l'habitude de se retrouver en dehors du studio de la station située dans la capitale (Port-au-Prince) pour réaliser une émission avec des invités dans une autre grande ville de province haïtienne ou dans une ville étrangère dans laquelle se trouve une forte communauté haïtienne comme au Brésil, aux États-Unis, en France, au Canada, en République dominicaine, etc. Ces émissions priorisent généralement les acteurs locaux comme invités en présence d'un public qui a également, dans certains cas, la possibilité d'y participer. C'est un rassemblement public diffusé en direct sur la station et sur les médias sociaux. Cette forme de débat radiophonique existe aussi dans certains pays africains comme l'Ouganda. C'est ce que Peter G. Mwesige (2011) appelle un Ekimeeza « table ronde » ou encore une « émission de débat en plein air » (Mwesige, 2011, p. 102). Tout comme les émissions régulières, cette forme d'émission favorise la participation des acteurs politiques les plus en vue.

5.7. Les formes traditionnelles de participation aux émissions radiophoniques de débats

Pour rendre compte notamment du changement dans les relations entre les journalistes et les publics des radios, nous élaborons, sur la base de nos observations et du propos des répondants, une typologie de participations au débat radiophonique à partir de sept variables spécifiques : 1) communication directe ou indirecte, 2) spontanée ou planifiée, 3) sollicitée ou non sollicitée, 4) interactive ou non interactive, 5) verbale ou non verbale, 6) discriminée ou non discriminée et 7) participation écrite verbalisée ou oralisée. Cette typologie de participations aux émissions de débat est aussi valable tant pour le public local que pour les Haïtiens de la diaspora. Elle peut être appliquée à des émissions de types éducatif, culturel et sportif. Nous verrons que les types de participation plus traditionnelle sont réservés exclusivement à des invités en qualité d'expert ou des acteurs de l'actualité.

5.7.1 Participation directe et planifiée

C'est une forme de participation programmée entre le participant et la radio. La notion de direct requiert une présence physique de l'invité en studio ou par téléphone au moment de la diffusion en direct de l'émission. Elle est la forme de participation aux débats radiophoniques la plus formelle et la plus ancienne. Les participants sont des personnes choisies et invitées par les journalistes ou suggérées par la direction de la radio. Dans le cas d'Haïti, certaines personnalités sont invitées à commenter un sujet d'actualité et d'autres sont auto désignée pour participer aux émissions ou peuvent être suggérées par des personnes externes de la radio comme les relationnistes de presse. C'est souvent le cas dans les rubriques « invitées du jour⁴⁵ » et les émissions de débat public. Le choix

⁴⁵ C'est une forme d'émission dans laquelle une personnalité ou plusieurs acteurs de l'actualité sont invités à commenter un ou des sujets d'actualité. Cette

du participant se fait soit en fonction de son expertise dans un domaine quelconque, soit en fonction de son rôle dans un événement ou dans un sujet d'actualité. Néanmoins, certaines personnalités politiques ou de la société civile n'attendent pas toujours une invitation de la radio pour participer aux émissions. Elles prennent l'initiative de contacter l'animateur ou la direction de la radio pour solliciter une invitation. C'est une pratique courante en Haïti et qui caractérise le débat public radiophonique dans le pays. Cependant, l'animateur a toujours la latitude d'accepter ou de refuser à une personne auto désignée de participer à son émission.

5.7.2. La participation directe non planifiée et sollicitée

C'est une forme de participation qui est sollicitée par l'animateur au moment du déroulement de l'émission, mais sans aucune forme de planification préalable. Il s'agit d'une intervention directe et instantanée dans une émission de débat public ou dans une édition de nouvelles. Dans ce cas de figure, c'est l'animateur qui lance un appel à participation avant ou pendant le déroulement de l'émission sans avoir préalablement aucune idée de l'identité ni de la position géographique des intervenants. Néanmoins, certaines émissions à micro ouvert comme « Les dés sont jetés, à vos jeux »⁴⁶ de Radio Ginen ou libre tribune sur Radio Antilles internationales permettent aux auditeurs d'appeler ou de se rendre à la radio pour opiner sur un sujet d'actualité de leur choix ou choisi par l'animateur. Il s'agit du format habituel de l'émission ; le rôle de l'animateur consiste simplement à donner la parole aux auditeurs et à s'assurer du respect des règles de participation. Dans les deux cas, les

rubrique qui dure entre 30 et 60 minutes se déroule habituellement à la fin d'une édition de nouvelles, mais aussi par téléphone. Dans certaines circonstances, ces rubriques prennent la forme d'une émission de libre tribune où la parole est accordée au grand public qui se prononce sur un sujet spécifique déterminé par le présentateur ou un sujet de son choix.

⁴⁶ Kat sou tab, jwèt pou ou (version créole).

participants ne sont pas obligés de révéler leur identité. Il peut s'agir de personnalités publiques qui sont contactées par les journalistes pour une réaction à chaud sur une question d'actualité, même si, dans ce cas, la communication est initiée par les journalistes plutôt que par les membres du public.

Cette catégorie de participation peut se faire sur une base sélective ou discriminée en fonction des circonstances. Dépendamment du sujet en débat, les animateurs peuvent faire appel à des catégories de participants spécifiques suivant certains critères de participation. Dans certains cas, les animateurs citent, de façon spontanée, le nom de certaines personnes dont ils souhaitent l'intervention à l'émission. Dans d'autres cas, les journalistes sollicitent la participation d'un groupe ou d'une catégorie professionnelle. Il peut s'agir, par exemple, des avocats, des médecins, des ingénieurs, des chauffeurs de taxi, etc. L'appel à participation peut aussi s'adresser à un sexe bien particulier, ou encore aux gens d'une région, d'une ville, d'un quartier ou de la diaspora uniquement. La catégorie de participants est déterminée en fonction du sujet en débat dans l'émission. Par exemple, le 16 octobre 2019, les animateurs de l'émission Haïti débat sur Radio Scoop FM ont donné la parole uniquement aux leaders politiques, des élus, pour commenter pendant cinq minutes la conférence de presse du président de la République Jovenel Moïse dans un contexte de crise politique. Il s'agit d'une émission dans laquelle les quatre animateurs commentent les faits marquant l'actualité. La réception des invités ou le fait de donner la parole au public ou à une catégorie de l'auditoire est considéré comme des exceptions qui donnent un caractère spécial à l'émission. Cette forme de participation était toujours possible avec un téléphone fixe ou en studio. Néanmoins, elle s'est répandue avec les technologies numériques, particulièrement avec l'arrivée des

téléphones portables qui donnent la possibilité à un public plus large d'y participer.

5.8. Les nouvelles formes de participation aux débats radiophoniques

Les différentes formes traditionnelles de participation aux émissions radiophoniques de débat en Haïti demeurent très actuelles. Cependant, le numérique suscite de nouvelles formes de participation aux émissions radiophoniques de débat qui sont susceptibles de favoriser une plus grande démocratisation de l'espace radiophonique haïtien de débat même si les formes traditionnelles de participation restent encore importantes dans les radios. Ainsi, nous décrivons ici les nouvelles formes de participation qui sont nées avec le développement des outils numériques. Néanmoins, elles ne font pas disparaître les formes traditionnelles de participation évoquées dans les chapitres précédents. Nous verrons que, peu importe la forme considérée, elle favorise toujours la participation d'une élite et la grande partie du public reste toujours exclue de l'espace public radiophonique.

5.8.1. Participation directe par interaction écrite instantanée et verbalisée

Cette forme de participation est caractérisée par des échanges écrits directs des membres de l'auditoire entre eux ou avec les animateurs des émissions via des applications comme SMS, WhatsApp, Messenger, Facebook. Il s'agit d'une nouvelle forme de participation qui est née avec l'arrivée des technologies numériques. C'est la forme de participation la plus ouverte, car elle offre la possibilité à un grand nombre de participations au débat public. Si la participation en ondes est limitée en raison de la durée de l'émission et du temps dont dispose l'animateur pour lire les messages et éventuellement les mentionner en ondes, la participation du public via les médias sociaux ou en dehors des ondes est,

en principe, illimitée. Les médias sociaux deviennent des prolongements des radios traditionnelles. Grâce aux médias sociaux, les présentateurs des émissions de débat public peuvent être en interaction constante avec leur public. « C'est du nouveau. Des auditeurs qui écoutent la radio depuis des sections communales, ils ont pu échanger par écrit avec moi, ils m'ont proposé des questions à administrer aux invités. Donc, je trouve qu'il s'agit là d'une révolution. On a beaucoup plus de possibilités d'échange et d'interaction avec les auditeurs, avec le public en Haïti et dans la diaspora », explique l'animateur d'une émission de débat participant à notre étude.

Les échanges qui ont lieu entre les membres du public via les médias sociaux pendant ou après la diffusion de l'émission échappent au contrôle ou à la modération de l'animateur de la radio. Tout ce qui se dit dans ces échanges hors d'ondes n'engage pas la radio ou l'animateur dans le contrat de communication qui les lie avec le public. Pour interagir avec l'animateur de l'émission ou entre eux, les auditeurs peuvent utiliser plusieurs moyens numériques de communication. Nous avons observé que, dans la plupart des cas, les animateurs lisent le contenu des messages reçus des auditeurs, surtout lorsqu'il s'agit de personnalités connues. Ils dévoilent les identités des personnalités en fonction de la pertinence de leurs messages. C'est ce que nous considérons comme une forme de participation écrite verbalisée. Ces personnalités peuvent appartenir à la fois à l'univers des sources d'information et à celui du public.

Avec cette forme de participation, les outils numériques amènent un élargissement de l'espace public haïtien au-delà des frontières nationales. Les Haïtiens de la diaspora deviennent des acteurs concrets et légitimes de l'espace public. « L'arrivée des outils numériques ou de

l'Internet, c'est d'abord la possibilité pour les médias de franchir les frontières. À présent, grâce aux médias sociaux, nous parvenons à toucher des gens par le monde. Nous avons un public beaucoup plus élargi», nous dit ce journaliste qui a plus de 20 ans d'expérience en radiodiffusion. Ce qui est corroboré par nos propres observations. Avec les outils numériques, les animateurs des émissions peuvent être en interaction constante avec le public. Dans les rubriques baptisées « invités du jour » ou les émissions de débat, nous avons observé que les présentateurs ne sont plus les seuls à poser des questions. Avec les outils de messagerie instantanée, des gens dans l'auditoire suggèrent des questions, apportent des précisions et contredisent parfois les propos des invités, etc.

Pour les journalistes, le plus grand changement dans leur relation avec le public, c'est cette forme de participation qui les met en contact direct et instantané avec des auditeurs partout dans le monde et dans les endroits les plus reculés géographiquement. Pour la majeure partie des auditeurs, ceux de la diaspora en particulier, il n'est pas toujours facile de participer dans les émissions. Comment obtenir la communication quand plusieurs personnes tentent d'appeler au même moment ? « Il faut être chanceux pour y participer », nous dit un auditeur. Néanmoins, estiment-ils, les outils numériques viennent résoudre ce problème en grande partie. Car si un auditeur n'arrive pas à faire passer son point de vue verbalement en se présentant au studio ou par téléphone, au moins, il a sa disposition différents moyens lui permettant de faire passer son opinion. Et même si ses commentaires ne sont pas pris en considération par l'animateur, il sait qu'il y a d'autres auditeurs qui voient son message, qui échangent avec lui. Cela lui donne un sentiment de participation au débat.

5.8.2. La participation en différé ou post-diffusion

Nous avons observé que l'utilisation des outils numériques favorise une forme de participation post-diffusion ou en différé. Cette nouvelle forme de participation favorisée par le numérique est caractérisée par des interactions écrites entre des membres du public entre eux ou avec les présentateurs plusieurs jours, voire plusieurs semaines après la diffusion d'une émission. Traditionnellement, le débat public se termine avec l'émission, hormis les discussions de proximité auxquelles donne lieu l'écoute collective traditionnelle. Or, avec le numérique, le débat peut se poursuivre d'une manière relativement autonome et même s'étendre par le biais des partages dans les médias sociaux, pour éventuellement « enflammer » la toile après la fin de la diffusion en direct de l'émission. Nous avons observé cette forme de participation dans la majorité des émissions de débat radiophonique diffusées sur les plates-formes numériques. Dans certains cas, les animateurs des émissions lancent un débat qui se transpose et continue de manière autonome sur de nombreuses plates-formes. Nous avons également constaté le fait que plusieurs animateurs prennent le temps d'aller réécouter leur émission et de lire les commentaires qu'elle suscite. Certains d'entre eux reviennent sur des commentaires du public dans une émission subséquente. « Ce qui est encore intéressant, c'est que même après la diffusion en direct de l'émission, les gens continuent à réagir, parce que l'émission est partagée sur les médias sociaux. Et c'est un plaisir pour moi en tant que journaliste de lire tous les commentaires du public, de savoir ce qu'il aime et ce qu'il n'aime pas », a précisé l'animateur d'une émission de débat public.

Nous avons observé que le contenu de certaines émissions radiophoniques de débat est particulièrement basé sur les commentaires des auditeurs relatifs à une édition précédente de l'émission. « Je dis à tous mes auditeurs que j'ai pris le temps de lire tous les messages qu'ils

m'ont envoyés et je leur dis merci de leur participation. Je vais prendre la peine de partager avec vous certaines de vos réactions», a indiqué le journaliste Valéry Numa⁴⁷. Effectivement, nous avons observé que l'animateur a rendu publics plusieurs dizaines de messages ainsi que le nom de leurs auteurs. Il s'agit aussi d'une forme de participation sollicitée puisque l'animateur avait préalablement réclamé la réaction du public sur un thème particulier tout en promettant de revenir sur les réactions des auditeurs dans la prochaine émission. D'autres animateurs reprennent souvent les messages de certains auditeurs en fonction de leur pertinence ou de la notoriété de leurs émetteurs. Il faut toutefois souligner une différence entre les messages envoyés en privé à l'animateur par WhatsApp, Messenger ou autres et les commentaires qui sont publiés directement sur la page ou la chaîne YouTube sur lesquels les émissions sont diffusées ou partagées. Dans le premier cas, l'animateur a le plein contrôle sur la diffusion des messages ou des commentaires écrits ou vocaux que lui envoient des auditeurs. Il peut choisir de les partager avec le grand public ou les garder pour lui-même. En revanche, les animateurs n'ont aucun contrôle sur la diffusion des messages ou des commentaires partagés sur des médias sociaux comme Facebook pendant ou après la diffusion des émissions. Car ces messages sont accessibles à tout le monde et peuvent être partagés de façon illimitée même si le public réellement atteint est limité.

Les formes traditionnelles de participation, particulièrement la participation directe et planifiée reste encore très élitiste et elles sont réservées à toutes fins utiles à des experts invités ou des acteurs de l'actualité. En revanche, les nouvelles formes de participation peuvent

⁴⁷ À noter que Valéry Numa n'est pas un participant à notre étude mais son émission fait aussi l'Objet de nos observations. C'est pourquoi il n'est pas anonyme.

paraître plus démocratiques que les anciennes car elles ouvrent la voie à une interaction continue entre une plus grande partie des membres du public entre eux et avec les animateurs des émissions. Néanmoins, l'espace public radiophonique haïtien reste encore très élitiste en dépit de cette plus grande ouverture favorisée par le numérique. Car il faut savoir lire et écrire pour profiter des formes écrites de participation. En effet, le taux d'analphabétisme est encore très élevé en Haïti. Il s'agit de l'une des caractéristiques fondamentales de l'environnement dans lequel évolue le système radiophonique haïtien qui freine la participation du plus grand nombre. C'est un élément de continuité du système qui contribue à maintenir la domination d'une élite constituée des gens lettrés dans l'espace radiophonique. Ces formes de participation, qui passent par l'écriture excluent évidemment les illettrés. Encore que nous observions que les auditeurs envoient aussi des messages vocaux aux animateurs des émissions sur des messageries instantanées. Encore faut-il disposer des équipements numériques requis qui ne sont pas accessibles à tous. La participation aux débats publics via les outils numériques est freinée par la grande pauvreté de la population, qui est encore une autre caractéristique structurelle du contexte haïtien.

De tout ce qui précède, nous pouvons en déduire que les deux nouvelles formes de participation (écrite oralisée et la participation en différée) aux émissions radiophoniques de débat sont plus démocratiques que les autres, mais il reste que les commentaires du public diffusés en ondes sont filtrés et choisis par l'animateur, qui ne retient que ce qu'il veut bien retenir. Il y a dans ce cas une sorte de censure pratiquée par le journaliste. Quant au débat qui se poursuit hors des ondes, il ne rejoint qu'un auditoire limité. Ces formes de participation ouvrent la voie à une plus grande implication du public, à une interaction continue des membres du public entre eux et avec les animateurs des émissions. Il s'agit d'une

élite constituée de gens qui savent lire et écrire. Car il s'agit des formes de participation écrite qui excluent majoritairement les illettrés. Ici, nous mettons un bémol, car un auditeur a la possibilité d'envoyer aussi des messages vocaux aux animateurs des émissions par WhatsApp en créole ou du moins sur d'autres messageries instantanées. C'est aussi une forme de participation que nous observons dans certaines émissions de débat radiophonique. Dans la plupart des cas, les animateurs reprennent les messages vocaux ou les diffusent en ondes en fonction de leur pertinence pour le public ou de la notoriété de leur émetteur et en fonction des préférences (politiques ou autres) de l'animateur. Parmi les applications numériques, nous avons établi une différence entre les messages envoyés en privé à l'animateur par WhatsApp, Messenger ou autres et les commentaires qui sont publiés directement sur la page ou la chaîne YouTube sur lesquels les émissions sont diffusées ou partagées.

5.8.3. La participation directe non planifiée ou inattendue et non sollicitée par l'animateur

La participation non prévue se présente sous des formes diverses. Il arrive souvent que certaines personnalités publiques ou des citoyens lambda débarquent physiquement au studio de la radio sans avertissement pendant le déroulement de l'émission ou appellent au téléphone dans le but d'y participer. C'est ce que nous considérons comme une forme inattendue de participation. Ces participations inopinées ne sont pas rares, au point où on peut même dire que, d'une certaine manière, elles font partie du dispositif. L'animateur et les invités savent, par expérience, que de telles interventions sont susceptibles de se produire. Elles sont cependant inattendues en ce sens que personne ne sait si, quand et comment elles vont se produire, et dans quelle mesure elles vont ou non perturber le déroulement prévu de l'émission. Quand une telle intervention se produit, l'animateur doit improviser une réponse,

c'est-à-dire déterminer si cette intervention est digne de l'attention publique et donc recevable dans le cadre de l'émission en cours, et quelle place lui octroyer, sachant que le temps qu'on lui donne est autant de temps qui ne sera pas accordé à d'autres sujets et à d'autres invités. Bref, ces interventions, quand elles surviennent, créent des moments d'incertitude qui peuvent changer la nature de l'émission à tout moment.

Nous classons les formes de participation inattendue en trois grandes catégories. Nous retrouvons d'abord ce que nous appelons les participants auto-invités ou de notoriété. Ensuite, les participants de circonstance. Et finalement, la participation écrite verbalisée. Cette dernière sera analysée dans le chapitre 7 sur le numérique. La première catégorie est ce que nous appelons les participants de notoriété ou des auto-invités. Il s'agit de personnalités publiques importantes qui, pendant le déroulement de l'émission, peuvent débarquer sans avertissement, envoyer un message à l'animateur ou appeler à la radio pour solliciter la parole. Pour les animateurs, le nom ou la fonction de la personne est déjà un critère de sélection, comme l'a précisé Peggy Jean. « D'une part, en fonction du nom des sollicitants, de leur secteur d'activités, amis de l'émission, c'est-à-dire des gens qui se mettent toujours disponibles pour l'émission, même s'ils sont sollicités en toute dernière minute ». Il semble y avoir là une règle implicite du don/contre-don au sens où la radio accepte les sollicitations des personnalités publiques qui, par ailleurs, acceptent les invitations de la radio. C'est une forme de contrat qui est fondée sur le principe de la réciprocité.

On peut penser qu'une personnalité très connue qui veut participer à l'émission sera présumée détenir des informations d'intérêt public à communiquer. Les animateurs des émissions se sentent tenus de se justifier en évoquant le plus souvent le principe de l'intérêt public. Ce qui laisse croire qu'ils cherchent en même temps à protéger l'intégrité du

contrat de communication. Selon l'animateur principal de l'une des émissions analysées, les acteurs politiques et sociaux veulent tous se faire entendre. « Quand ils se proposent à l'émission, je leur réponds positivement ou négativement en raison de la conjoncture. X personnalités qui se proposent ce samedi peuvent ne pas être l'homme du moment pour la date demandée, mais le seront une, deux ou trois semaines après », a-t-il indiqué. Ce qui confirme le fait que le choix des participants obéit à la conjoncture ou à la nature de l'actualité. Selon l'animateur d'une autre émission radiophonique de débat, « les interventions non prévues apportent, dans certains cas, un nouvel élan, du sang neuf au débat. Parfois l'invité non prévu agite un point qui, par la suite, arrive à donner une nouvelle orientation au débat. Mais, dans la plupart des cas, ce sont des gens qui veulent tout simplement émettre une opinion sur une question faisant la Une de l'actualité ».

Les animateurs ont toujours tendance à accepter des interventions non prévues des porte-parole ou des représentants du gouvernement ou d'autres leaders qui veulent répliquer à chaud à une attaque d'un invité. Cette acceptation est souvent justifiée par le principe du droit de réponse qui s'applique également à n'importe quel citoyen dont le nom est cité par un participant. Dans certains cas, c'est l'animateur lui-même qui demande à la personne concernée d'appeler à l'émission au cas où elle souhaiterait réagir à une déclaration la concernant. Le droit de réponse⁴⁸ est un

⁴⁸ « L'article 14 de la Convention américaine relative aux droits de l'homme du 22 novembre 1969 ratifiée par Haïti et entrée en vigueur conformément au décret de l'Assemblée nationale du 20 août 1979, publiée dans le *Moniteur*, No. 77 du 1er octobre 1979 consacre le droit de rectification ou de réponse à toute personne physique ou morale victime d'une publication inexacte. Le décret du 31 juillet 1986 sur la presse publiée au journal officiel le *Moniteur* No. 61 du jeudi 31 juillet 1986 consacre également le droit de rectification ou de réponse. » <https://lenouvelliste.com/article/200867/precisions-de-fondasyon-je-klere>

principe bien établi et formellement reconnu dans le contrat de communication qui relie les différents acteurs du système radiophonique haïtien. Cela permet de souligner qu'il y a des règles propres à une émission ou un type d'émissions, mais il y en a d'autres qui ont une portée plus générale.

En ce qui concerne la deuxième catégorie, nous disons que la participation non prévue n'est pas un privilège accordé uniquement à des personnalités publiques. Il arrive parfois que certains citoyens lambda participent à l'émission sans y être invités. Il s'agit particulièrement des personnes qui appellent pour signaler un fait d'actualité, pour donner une information à chaud, comme un accident mortel, un assassinat ou tout autre sujet d'intérêt public. C'est particulièrement le critère d'actualité et de nouveauté qui détermine alors le choix des participants de circonstance qui sont sélectionnés au cas par cas. Néanmoins, dans certaines circonstances, certains auditeurs inconnus viennent directement au studio individuellement ou en groupe pour exposer un problème personnel ou collectif, leur participation reste à la discrétion de l'animateur. C'était le cas par exemple dans l'émission Moment Vérité du samedi 6 avril 2019 où l'animateur a donné la parole à trois personnes qui venaient pour exposer leur problème personnel qu'il ne jugeait pas forcément d'intérêt public. L'acceptation d'un participant de circonstance dépend aussi de la singularité de son histoire. Le fait pour des gens du public de se déplacer pour se rendre à une station de radio sans aucune invitation est une forme très ancienne de participation. C'est une initiative parfois individuelle ou collective. Ce sont quelquefois des membres d'un regroupement social ou des membres d'une localité qui vivent une situation difficile et qui veulent attirer l'attention des autorités. Il arrive qu'un journaliste de la radio réalise une interview avec la personne ou le groupe de personnes et la diffuse ensuite. Ces personnes peuvent aussi être reçues directement au

micro comme le fait souvent Caraïbes FM qui réserve tous les matins dans son journal, Première occasion, un espace pour donner à parole à des gens qui voulant s'exprimer sur le sujet de leur choix.

5.8.4. La participation indirecte et non interactive

C'est le fait pour l'animateur d'une émission d'introduire dans le débat des informations que contient une note ou un communiqué de presse reçu de la part des acteurs de l'actualité au préalable ou pendant le déroulement de l'émission sans faire intervenir l'émetteur du communiqué ou ses représentants. C'est aussi une forme très ancienne de participation. Le fait que ces informations soient rapportées par les radios et commentées par un animateur constitue une forme de participation indirecte et non interactive aux débats publics, car il n'y a pas d'intervention planifiée ou spontanée des personnes en question.

De tout ce qui précède, cette analyse en ce qui concerne les transformations du système radiophonique nous permet de déduire que les nouvelles formes de participation favorisent une certaine démocratisation et un élargissement de l'espace public, notamment du côté de la diaspora, mais ces tendances ne suscitent pas nécessairement une transformation profonde de la dynamique des débats publics ?

Chapitre 6 : Facteur linguistique de la transformation du système radiophonique haïtien

Sous le régime de Jean-Claude Duvalier, le créole a progressivement supplanté le français comme principale langue de communication à la radio haïtienne. La langue française avait toujours été la langue exclusive de communication à la radio alors qu'à l'époque plus de 80 % de la population ne s'exprimait qu'en créole. Dans ce chapitre nous nous intéressons aux causes et aux conséquences de ce changement linguistique. En effet, nous verrons que le créole a été une condition qui s'est mise en place progressivement et qui a favorisé une certaine transformation du système radiophonique, mais cette condition-là ne jouait pas toute seule. Il s'agit d'une valorisation du créole qui a coïncidé avec un éveil de la population civile contre la dictature, de sorte que, par le truchement du créole, des thèmes nouveaux sont apparus dans l'espace radiophonique, lequel s'est ouvert à un public plus large. Nous verrons cependant dans ce chapitre que, nonobstant les changements significatifs liés à la valorisation du créole, les caractéristiques fondamentales de l'environnement global dans lequel évolue le système radiophonique sont restées essentiellement inchangées. Avant de faire cette démonstration, nous présentons un panorama historique de la situation linguistique en Haïti en nous basant essentiellement sur des données secondaires. Nous faisons, d'une part, ressortir le caractère élitiste du français et sa domination dans le paysage linguistique haïtien et d'autre part, nous mettons un accent particulier sur l'émergence du créole dans les institutions haïtiennes jusqu'à son usage quasi exclusif actuel dans la radiodiffusion en Haïti.

6.1. Le caractère élitiste du français : pouvoir et prestige

Faut-il rappeler que du temps de la colonie⁴⁹ le français était la langue des maîtres, celle des dominants qui étaient les colons blancs et des affranchis cultivés et le créole la langue des dominés qui étaient des esclaves. À la suite de l'indépendance d'Haïti, les fondateurs du nouvel État ont volontairement décidé de maintenir le français comme langue de la communication officielle de l'État. Ils ont rédigé en français l'acte de l'indépendance qui est le premier document officiel du pays. Selon Jean-Marie Théodat (2004), la grande majorité de la population créolophone était maintenue dans une situation d'infériorité par rapport à une élite francophone qui voulait perpétuer les attributs du pouvoir exercé par les colons sur les esclaves. « En s'appropriant la langue des anciens maîtres, la nouvelle élite haïtienne n'était pas dans une posture d'aliénation, mais parachevait par un acte solennel la totale maîtrise du pouvoir et de ses attributs les plus prestigieux » (Théodat, 2004, p. 310). Dans l'imaginaire collectif haïtien, celui qui s'exprime bien en français détient un certain pouvoir, une intelligence supérieure par rapport à ceux et celles qui ne peuvent s'exprimer qu'en créole. Cette perception a traversé les siècles et continue à exister aujourd'hui encore dans le pays. « L'originalité du français haïtien tient en cela que ce n'est pas une langue étrangère ni une langue vernaculaire. C'est la langue de l'administration et de l'élite, le sésame pour faire carrière dans la politique et les fonctions de décision. Ce statut date de la colonisation et n'a pas été modifié au lendemain de la proclamation de l'indépendance » (Théodat, 2013, p. 309). S'exprimer en français est aussi une manière de se distinguer de la masse populaire créolophone, de se faire remarquer au sein du corps social, de s'affirmer

⁴⁹ À noter qu'Haïti a été la plus riche colonie française. Elle a pris son indépendance le 1^{er} janvier 1804 et devint la première république noire du monde.

comme faisant partie de la fine fleur francophone du pays. « La ferveur de l'élite haïtienne pour la culture française est le résultat d'un héritage librement assumé, dans la mesure où les œuvres les plus significatives de la production intellectuelle nationale ont été écrites en français » (Théodat 2013, p. 312). Le français va au-delà de sa fonction communicative. C'est aussi un marqueur social, un signe distinctif des lettrés par rapport aux analphabètes. Dans les institutions publiques et privées, les personnes qui s'expriment en français sont souvent mieux traitées, mieux accueillies par rapport aux créolophones. Le rapport entre le créole et le français est avant tout une lutte de classe qui a existé durant la colonie, qui a traversé toute l'histoire d'Haïti depuis son indépendance et qui se perpétue encore aujourd'hui. Le maintien du français comme langue dominante a aussi une dimension géopolitique. Car certains chercheurs montrent que les diplomates français étaient toujours défavorables au développement du créole dans le pays. « En fait la France a toujours contesté toute tentative de valorisation de la langue créole en Haïti » (Benoit, Arthus, et Arthus, 2014, p. 112). Haïti reste encore le seul pays qui perpétue certaines cultures, dont la langue française dans la région.

6.2. Le créole dans le système éducatif haïtien et dans d'autres secteurs de la vie nationale

Comme nous allons le voir, l'introduction du créole à la radio était la manifestation d'une tendance plus large de valorisation du créole dans les institutions haïtiennes. Le créole a fait son entrée progressivement dans les églises, les tribunaux, l'administration publique et privée, les productions littéraires et artistiques, les écoles, etc. C'est une façon de donner la voix à la grande majorité de la population créolophone pour laquelle le français constituait une barrière sociale. Pour mieux comprendre le contexte de l'évolution du créole dans le pays, il est

important de rappeler comment toutes les portes ont été fermées pour le créole depuis l'indépendance d'Haïti en dépit du fait qu'elle a toujours été la langue parlée et comprise par la population haïtienne. Pendant très longtemps, il était interdit aux élèves de s'exprimer en créole à l'intérieur des salles de classe comme sur la cour de récréation. Il a fallu attendre jusqu'à la fin des années 70 pour introduire officiellement le créole dans les établissements scolaires du pays avec la loi du 28 septembre 1979. L'article 1^{er} de cette loi stipule que : « L'usage du créole, en tant que langue commune parlée par les 90 % de la population haïtienne, est permis dans les écoles comme instrument et objet d'enseignement ». Cette loi a permis de franchir un pas important vers la valorisation du créole. L'introduction de cette langue vernaculaire dans les écoles haïtiennes n'a pas toujours été facile et sans accros. Si certains militants se sont prononcés en faveur du créole dans les écoles, d'autres conservateurs récalcitrants et de nombreux acteurs du système éducatif ont affiché leur résistance. « L'introduction du créole à l'école peut être considérée comme l'aboutissement d'une série de prises de positions ou de revendications plus ou moins formelles et souvent identitaires ou parfois militantes et engagée en vue d'une meilleure reconnaissance de la langue dans la société haïtienne en général » (Govain, 2014, p. 1). Comme le rappelle Govain (2014), c'est au cours de l'occupation américaine que le français a été reconnu par la constitution haïtienne de 1918 pour la première fois comme la seule langue officielle du pays. L'existence du créole a été reconnue par la constitution publiée sous le règne de François Duvalier en 1957. Il a fallu attendre plus de vingt ans plus tard pour que la constitution de 1983 reconnaisse le créole comme langue nationale en son article 62 qui dispose : « Les langues nationales sont le français et le créole. Le français est la langue officielle de la République ». C'était déjà un pas très important vers la reconnaissance du créole comme une langue officielle du pays. Après la chute de la

dictature le 7 février 1986, la constitution de 1987, en son article 5, a placé le créole sous le même pied d'égalité que le français. « Tous les Haïtiens sont unis par une langue commune, le créole. Le créole et le français sont les langues officielles de la République ». L'article 213 de cette même constitution prévoit la création d'une Académie haïtienne qui aura pour mission de « de fixer la langue créole et de permettre son développement scientifique et harmonieux ». Cette Académie a été créée par la loi du 7 avril 2014 (art 1) et son siège principal se trouve à Port-au-Prince (art 2).

D'autres linguistes comme Jeannot (1993) font remarquer que le créole n'a pas attendu un cadre juridique pour investir toutes les sphères de la vie nationale. Il a tout d'abord fait son entrée dans la liturgie de l'Église catholique qui a toujours été une institution très puissante, avant de trouver sa place comme langue d'expression dans les stations de radio. Nous allons y revenir plus loin. « Malgré le privilège du statut de seule langue officielle d'Haïti jusqu'à la Constitution de 1987, le français n'a pas empêché la montée en puissance de la langue créole. Avant de gravir les marches du pouvoir constitutionnel, la langue créole a été tenue dans un dédain qui n'avait d'égal que le mépris affiché par le maître en s'adressant à l'esclave » (Théodat, 2004, p. 311). À partir des années 70, le créole a commencé progressivement à trouver une place de choix dans les productions littéraires. De nombreuses personnalités de la littérature contemporaine haïtienne ont réalisé des œuvres en créole qui ont eu de grands succès. « De langue paria, le créole est devenu une langue de culture savante au même titre que le français. En publiant en créole son ouvrage intitulé : *Dezafi*, Frankétienne donne à la langue ses premiers titres de noblesse » (Théodat, 2004, p. 110). Les productions littéraires en créole ont l'avantage de toucher un public plus large que l'élite francophone. C'est en grande partie ce qui fait le succès des œuvres

réalisées en créole. Le sociolinguiste Jean-Marie Théodat considère la rédaction en créole de la lettre de démission⁵⁰ de l'ancien président Jean-Bertrand Aristide en 2004 comme un chambardement dans le statut et la relation du français et du créole en Haïti. «La véritable originalité du créole par rapport au français se trouve dans l'esprit de la langue, son sens du raccourci sonore et de l'apposition abrupte, pas dans sa matrice. Le créole, en tant que langue de la majorité des esclaves, a acquis le statut de langue nationale, mais c'est au français qu'allaient traditionnellement les honneurs, en français que s'exprimaient les chefs de l'État» Théodat, 2004, p. 112). Il est certain que le français reste encore une langue très élitiste dans le pays. Mais il constitue de moins en moins une barrière pour la majorité de la population. Les intellectuels comme les illettrés n'ont aucune gêne de s'exprimer en créole. D'ailleurs, certains chercheurs montrent que le français n'est plus une langue hégémonique dans le pays depuis la chute de la dictature à cause notamment de l'enseignement de l'anglais qui prend de plus en plus de l'ampleur. « Depuis les années 1980, l'irruption de l'anglais dans l'arène linguistique et sociale a obligé à un réajustement des positions respectives du créole et du français sur l'échiquier national : le français a perdu son statut hégémonique avec la promotion du créole comme langue officielle en 1987, à égalité avec le français ; le développement de l'enseignement

⁵⁰ Voici le contenu en créole de la lettre de démission de l'ancien président Jean-Bertrand Aristide le 28 février 2004 :

28 février 2004,

M te sèmante pou respekte e fè respekte Konstitisyon an. Aswè a, 28 fevriye 2004, mwen toujou deside Respekte e fè respekte Konstitisyon an, Konstitisyon an se garanti lavi ak lapè. Kontitasyon an pa dwe nwaye nan san pèp Ayisyen. Se pou sa, si aswè a se demisyon m ki pou evite yon beny san. M aksepte ale ak espwa va gen lavi e non lanmò. Lavi pou tout moun. Lanmò pou pèsonn. Nan respekte Konstitisyon an. E nan fè respekte Konstitisyon an. Ayiti va gen lavi ak lapè. Mèsi.

Source : <http://www.potomitan.info/vedrine/demisyon.php>

en créole et en anglais lui a enlevé son monopole de seule langue de culture » (Théodat, 1993, p. 314). Quel est l'avenir du français dans le pays? Pourquoi est-il en chute libre? L'anglais et l'Espagnol sont deux langues qui sont en pleine expansion dans le pays depuis les années 1990. Comme l'a si bien souligné le linguiste haïtien, « la proximité et l'accroissement des échanges avec les États-Unis, la République dominicaine et d'autres pays de la Caraïbe, l'apprentissage de ces langues motivé par un désir de migration sont, parmi les facteurs qui conditionnent cette nouvelle réalité, les plus déterminants » (Berrouët-Oriol, 2018, 2^e paragraphe).

Le français a toujours été considéré comme un instrument de domination placé entre la main d'une élite qui voulait perpétuer les rapports entre maîtres et esclaves du temps de l'esclavage. La valorisation de plus en plus importante du créole dans le pays, l'engouement des jeunes pour l'apprentissage de l'anglais et de l'espagnol sont des mauvais présages pour l'avenir du français dans le pays. D'ailleurs, même pour le créole, l'hégémonie de l'anglais en Haïti peut aussi représenter une menace pour le créole. Mais il est moins menacé que le français.

6.3. L'attitude des Duvalier à l'égard du créole : une volonté politique d'exclure la masse populaire de l'espace public ?

Le mépris des élites haïtiennes, dont les chefs d'État pour le créole, particulièrement de François Duvalier, n'est pas anodin. C'est le résultat d'un calcul politique qui s'est avéré judicieux pour la dictature. Le maintien de la langue de la minorité est en effet étroitement associé à un enjeu politique, une volonté de maintenir la masse populaire dans l'inaptitude⁵¹. En faisant du français la langue officielle de communication publique, François Duvalier voulait se concentrer sur l'élite qui pourrait représenter un danger pour son pouvoir, car la masse populaire n'était pas informée et analphabète. Comme l'explique le patron de Radio Ibo, toutes les communications de François Duvalier et de l'ensemble de son gouvernement, tous les messages, les annonces, les communiqués ont été rédigés et diffusés en français. « La communication officielle se faisait par ailleurs en français alors qu'à la chute du régime, l'on estimait le taux d'analphabétisme à 80 %, un score peu honorable pour des dirigeants qui ont maintenu le pays sous leur férule pendant près de trente années (Jean-François, 2013, p. 27). En s'adressant uniquement à la minorité lettrée ou francophone, il y avait une volonté manifeste du régime dictatorial d'écarter une grande majorité de la population de l'espace médiatique tant sur le plan de la réception que de la participation. Jeannot (1993) rappelle que Papa Doc arrivait jusqu'à nier l'existence du créole dans un discours prononcé à la radio. La dictature pouvait se maintenir en concentrant ses contrôles et sa répression uniquement sur l'élite ; les

⁵¹ Il faut souligner que les élites qui parlaient français n'étaient pas forcément perçues par le pouvoir comme des alliés. Car les intellectuels ou les journalistes qui ne se conformaient pas à la volonté du pouvoir étaient très persécutés. Ceux qui osaient critiquer le régime étaient très souvent tués, emprisonnés ou exilés.

masses populaires, parce qu'elles étaient ignorantes, étaient des quantités négligeables.

L'arrivée de Jean-Claude Duvalier au pouvoir après la mort de François Duvalier en 1971 a favorisé l'émergence du créole à travers le pays. En 1977, Jean-Claude Duvalier a créé la radio nationale d'Haïti qui diffusait en français et en créole sous la terminologie 4VRD (Voix de la Révolution duvaliériste) avec pour slogan : « le réseau éducatif, culturel et récréatif d'Haïti » (RNH) avait une couverture nationale. En dépit du fait que la RNH représentait dès son origine un organe de propagande de l'idéologie et des réalisations du gouvernement dictatorial, elle avait aussi une vocation éducative et culturelle. Donc, il y a un ensemble de conditions qui ont conduit Jean-Claude Duvalier à être plus permissif, à se montrer plus ouvert à l'introduction du créole dans l'espace radiophonique. Avec la création de la radio nationale d'Haïti, il s'est engagé dans des campagnes d'éducation populaire, de planification familiale et d'hygiène ou de la santé publique en créole. En agissant ainsi, Jean-Claude Duvalier n'avait pas anticipé les implications politiques de telles campagnes.

6.4. La valorisation du créole comme expression du nationalisme haïtien ou instrument de lutte contre la dictature

Le mouvement de valorisation du créole dans toutes les sphères de la vie nationale y compris dans les médias peut être analysé comme l'expression d'une forme de nationalisme⁵² haïtien face à une élite. Une forme d'opposition à la dictature des Duvalier en particulier et de l'élite francophone en général qui exprimaient un grand mépris à l'égard du créole. Or, pour la majorité des Haïtiens, le français est plutôt une langue étrangère. La valorisation du créole s'inscrit dans un mouvement social et politique plus large qui, à terme, va mener à la chute de la dictature. Il y a tout un mouvement sociopolitique, tout un élan de nationalisme qui s'est associé avec le créole comme langue d'expression pour transformer le système radiophonique. La radio diffusait uniquement en français parce qu'elle était toujours contrôlée par une élite dominante qui avait intérêt à écarter la masse populaire du système radiophonique. La contribution de l'Église catholique dans cette démarche est considérable.

Avec la visite du Pape⁵³, l'Église Catholique nationale, avec sa station de radio, Radio Soleil, ses communautés ecclésiales de base et ses centres d'éducation populaire, entreprend un travail de conscientisation et de mobilisation qui culminera, au cours de l'année internationale de la jeunesse (mai 1985), avec une insurrection générale contre laquelle le dictateur ne pourra rien. Elle devient, après le démantèlement du mouvement démocratique provoqué par la répression du 28 novembre 1980 le principal acteur politique qui organise et oriente la lutte nationale et populaire qui

⁵² Selon l'encyclopédie canadienne(2013) « le nationalisme s'entend de la doctrine ou de la pratique qui placent les intérêts collectifs de la communauté nationale ou de l'État au-dessus de ceux des individus, des régions ou d'autres nations » (Smith, 2013).

⁵³ À noter que le Pape Jean-Paul II a visité Haïti en mars 1983. Dès son arrivée à l'aéroport international de Port-au-Prince, il a déclaré « Il faut que les choses changent en Haïti, que toutes les catégories de pauvres retrouvent l'espérance ». Avec une telle déclaration, le mouvement de l'Église catholique en Haïti contre le régime dictatorial a pris une autre dimension. Il s'agissait d'un appui très important pour le mouvement.

mettra fin à la dictature, le 7 février 1986, quand Jean-Claude Duvalier partira pour la France (Étienne, 1999, p. 86).

Les visées prosélytiques de l'Église l'incitaient à s'adresser aux masses populaires dans leur langue. Et sa volonté d'aider les plus démunis, ce qui correspond à la mission sociale de l'Église, avait une dimension politique qui la plaçait en opposition avec la dictature. L'usage du créole par l'Église catholique et son engagement dans les mouvements sociaux visant à renverser la dictature participent à la transformation de l'espace radiophonique haïtien. Radio Soleil qui avait une vocation purement religieuse, avait aussi été utilisé comme outils de lutte contre le régime dictatorial.

La valorisation du créole s'inscrit dans un élan de nationalisme et socioculturel qui a profondément transformé le dynamisme de débat public dans le pays. C'est d'ailleurs ce que montrent plusieurs auteurs. « L'épanouissement progressif du discours créole dans le milieu naturel tourne dès lors en ridicule certaines attitudes tendant à présenter une langue étrangère, sans véritable territoire dans le pays comme la panacée universelle et incontournable » (Hilaire, 1993, p. 96). Les participants à notre étude qui ont vécu la fin du pouvoir de Jean-Claude Duvalier considèrent le créole comme un instrument de lutte très puissant contre ce dernier, un outil de communication qui a permis aux militants qui combattaient le régime autoritaire d'alimenter l'opinion publique sur ses exactions.

En effet, l'introduction du créole dans la radio a contribué à une prise de conscience collective qui a précipité la chute du régime dictatorial le 7 février 1986. « Les coups les plus percutants portés au régime étaient sans doute ceux assénés par les radios qui mettaient alors en place des

journaux en langue créole, parlée par la majorité de la population. Les langues commençaient à se délier» (Renois, 2016, p. 32). À un certain moment, c'est tout le pays qui s'est mobilisé contre le régime avec notamment le mouvement des étudiants. « Les paysans des campagnes mêmes les plus reculées ont pu se rendre compte que tout un peuple veut le changement et la fin de la dictature. Cela donne toujours du courage que d'entendre par d'autres ce que l'on pense soi-même » (Caroit, 68).

L'exclusion du créole de l'espace médiatique était un moyen efficace de se maintenir au pouvoir. Il suffisait ensuite de garder l'élite sous le joug du pouvoir. Car, « en tant que symbole de pouvoir, la puissance du français dépasse la sphère de ceux qui le comprennent. Dans l'exercice autoritaire du pouvoir qui a prévalu dans le pays, le recours au français a été un moyen de tenir le peuple à distance, de le diriger sans le guider réellement, de l'instruire sans l'éduquer » (Théodat, 2004, p. 310). L'un des journalistes seniors participant à notre étude soulignait qu'à l'approche de la fin de la dictature, le créole a été utilisé afin qu'un grand nombre de personnes puissent comprendre. Les journalistes traitaient beaucoup plus des sujets dans l'actualité internationale qui pouvaient avoir une certaine répercussion sur le plan national, par analogie, par comparaison, pour porter les gens à prendre conscience des réalités auxquelles ils faisaient face. « C'est d'abord à une presse nouvelle et audacieuse qui a pris au mot et au fait la politique annoncée de libération⁵⁴ et les comportements affirmés de description, propre à la première décennie Jean-Claudienne, que nous devons les répercussions des protestations contre les violences d'un régime sociopolitique inique et la

⁵⁴En raison de l'intensité des mouvements de protestation contre son régime, Jean-Claude Duvalier a fait la promesse d'une démocratisation en annonçant en 1985 l'organisation d'élections dans le pays en 1987. Néanmoins, cette annonce ne suffisait pas pour calmer la tension des opposants politique qui criaient plutôt à la « *farce* ».

diffusion des idées de justice sociale, de respect des droits de la personne, de la démocratie, etc. » (Moïse et Ollivier, 1992, p. 65). Contrairement à son père, Jean-Claude Duvalier était moins rigide. Il avait une politique beaucoup plus « libérale » qui a conduit à une intensification des mouvements de protestation contre le régime et à une demande de plus en plus accrue de la liberté de parole. « À partir de 1975, alors que Jean-Claude Duvalier a succédé à son père depuis quatre ans, la presse va timidement profiter du nouveau discours "Libéral" tenu par Bébé Doc. Mais cette ouverture ne va pas durer très longtemps » (Caroit, 467). Certains auteurs, comme Sauveur Pierre-Étienne, montrent qu'à la fin des années 70 il y avait un affaiblissement du régime qui a conduit à une intensification des mouvements de protestation.

Les journalistes militants en ont profité pour donner un écho à certains sujets qui étaient interdits. Comme l'a signalé Jean-Michel Caroit, plusieurs facteurs ont contribué à cet affaiblissement de la dictature à partir de la fin des années 70. « L'affaiblissement du régime de Jean-Claude Duvalier commence timidement avec l'arrivée au pouvoir du président américain Jimmy Carter en 1976. En effet, la politique de promotion et de défense des droits humains de l'administration Carter a un impact sur le régime Jean-Claudiste [...] » (Étienne, 1999, p. 76). Sous la pression du gouvernement américain, indique-t-il, le régime dictatorial a procédé à l'affranchissement de dizaines de prisonniers politiques. Une telle décision a été interprétée comme une capitulation ou un affaiblissement du régime qui a donné une lueur d'espoir à la population. « La politique active de défense des droits humains du gouvernement américain et le discours de libération du gouvernement haïtien conduisent les acteurs sociopolitiques à se mouvoir plus ouvertement et publiquement » (Étienne, 1999, p. 77). Cet affaiblissement du régime jetait déjà les bases des changements considérables dans le système

radiophonique haïtien. Les gens ont commencé à faire entendre leur voix à travers des manifestations de rue, dans les stations de radio indépendantes. Comme l'a fait remarquer Hilaire (1993), « l'habitude d'user du créole dans la radio sur les ondes a créé les conditions préliminaires à une libération de la parole alors emprisonnée par la dictature. Ceux qui avaient des choses à dire, trouvant le moyen de les dire et des oreilles attentives à l'écoute, se sont permis quelques risques qui produisirent l'effet que l'on sait » (p. 96). Ici, il fait allusion à la chute de Duvalier. En résumé, l'affirmation du créole comme langue de communication publique a été favorisée par un relâchement du contrôle par le régime Duvalier, et en même temps la montée du créole a favorisé la chute du régime par la mobilisation des masses populaires. La montée du créole a été à la fois un effet et une cause de l'affaiblissement de la dictature, jusqu'à sa chute.

6.4.1. Émergence du créole dans les radios haïtiennes

L'utilisation exclusive du français comme langue de communication à la radio constituait une exclusion des créolophones qui représentent plus de 80 % de la population d'alors. Selon Jacklin Jean-Paul, en 1953, Radio Port-au-Prince diffusait déjà certaines émissions en créole tous les jours 12 -12 h 30 et 17 et 17 h 30. Si le créole a été utilisé dans certaines émissions culturelles et éducatives⁵⁵ dans certaines radios confessionnelles, particulièrement Radio Soleil, ce n'est que dans les années 70 qu'on a commencé à diffuser des informations et à animer des émissions de débat politique en créole dans les radios commerciales ou privées. C'est Jean Léopold Dominique qui a commencé à diffuser des

⁵⁵ Il s'agissait particulièrement de nombreux programmes éducatifs en créole visant à sensibiliser la population sur certains sujets comme la planification familiale.

nouvelles en créole sur les ondes de Radio Haïti Inter vers 1975. Alors que, quelques années plus tôt, le patron de Radio Haïti Inter avait renvoyé certains de ses journalistes qui s'exprimaient en créole au micro. Radio Haïti inter_en 1975 et Radio nationale en 1977 ont commencé à donner une plus grande visibilité au créole.

Depuis, les autres stations de radio ont commencé à réaliser des émissions et des éditions de nouvelles en créole. Ici, ce qu'il faut comprendre, c'est que Radio nationale est un média d'État. Si cette radio a participé à la promotion du créole, c'est que Jean-Claude Duvalier l'avait bien voulu, contrairement à son père. Mais il ne semble pas avoir réalisé que la valorisation du créole pouvait se tourner contre lui. Même s'il s'en était rendu compte, il était déjà trop tard pour arrêter le train de la mobilisation contre son régime. Le créole a d'abord été utilisé à des fins religieuses et de santé publique, c'est-à-dire pour des contenus qui s'adressaient aux masses populaires et dont on pouvait penser qu'ils étaient inoffensifs sur le plan politique. Car, les masses n'étaient pas informées et incultes. C'est pourquoi même la radio nationale a pu jouer le jeu. Avant son utilisation dans la réalisation des éditions de nouvelles et des émissions de débat public, le créole a d'abord été utilisé par les radios religieuses dans la réalisation des émissions de vulgarisation d'hygiène publique et des émissions de planification familiale. Nous introduisons ci-dessous un extrait du témoignage d'un de nos participants relatifs à l'introduction du créole dans la radio. Il a plus de 40 ans d'expérience en journalisme.

Je me rappelle que le créole a été introduit depuis belle lurette dans la radio. Si je prends par exemple un certain animateur à Radio Caraïbe qu'on appelait Zoe Salenave et il y avait aussi un certain « Gros Djo » à Radio Caraïbes qui s'exprimaient en créole. Mais dans les Éditions de nouvelles, je peux dire que cela remontait un peu avant 1976 avec, d'une part, Radio Lumière qui a commencé à diffuser des nouvelles en créole et surtout des informations religieuses et par la suite avec Radio nationale. Je me souviens de « Tonton Pepe » qui commençait à fournir des informations en créole. Il y a eu aussi

Radio Haïti inter avec Jean Dominique qui a fait l'expérience de l'Haïtianité. Jean Dominique a commencé cette expérience avec la traduction de *Gouverneurs de la Rosée*⁵⁶. Avec également une adaptation en créole du *Cid* de Corneille. Il y avait eu ces expériences à la fin des années 70, après l'accession de Jean-Claude Duvalier au pouvoir. C'est dans le contexte de la libéralisation et de la démocratisation qu'il y a eu une certaine prise de parole de la part des gens dans les médias pour éduquer, pour former davantage le pays (Extrait d'un journaliste sénior).

Certains animateurs ont commencé à lire des textes poétiques en créole dans des émissions culturelles. Certains répondants à cette étude évoquent le nom de Zoe Salenave comme étant l'une des premières personnes ayant commencé à utiliser le créole à la radio avec notamment la réalisation des spots publicitaires en créole. Comme pour la religion, l'hygiène et la planification familiale, quand il s'agissait de s'adresser aux masses, on utilisait le créole, même si la langue de la radio était le français. Au fil du temps, les gens ont fini par prendre conscience qu'il fallait introduire le créole dans la radio, dans les nouvelles, dans le débat public afin de donner accès aux contenus radiophoniques à un plus grand nombre de personnes. L'exclusion du créole à la radio posait énormément de problèmes. « Si l'émission était en français, même les gens de Port-au-Prince auraient du mal à nous suivre et à y participer. C'est une réalité, les gens qui peuvent s'exprimer en français dans le pays sont très minimes, alors que tout le monde comprend et parle en créole », a indiqué un autre répondant.

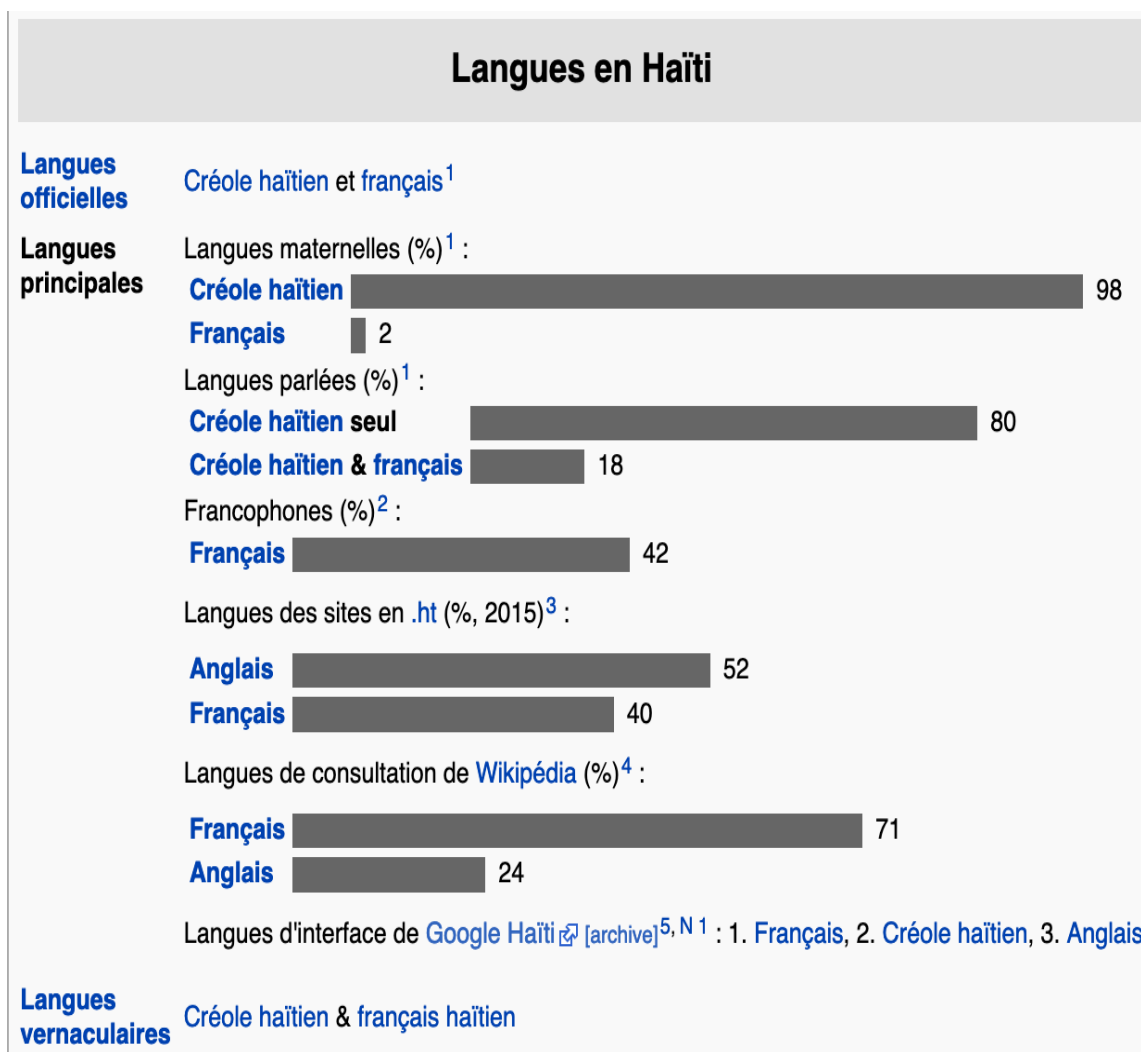
En conséquence, avec l'introduction du créole dans la radio, de nombreux journalistes se sont libérés de la contrainte du français. Car ce dernier est une langue seconde pour les journalistes haïtiens. Donc, travailler en français était une difficulté ou une exigence professionnelle,

⁵⁶ À noter que *Gouverneurs de la rosée* est un roman posthume de l'écrivain haïtien Jacques Roumain publié en 1944. Cette œuvre est considérée comme un classique de la littérature haïtienne.

mais ce n'est pas pour autant la langue qu'ils maîtrisaient le mieux. Comme l'a si bien souligné Jean-François (2013), « le français qui constituait jusque-là un élément de blocage est mis à l'écart. Tenant compte de cette réalité nouvelle, les constituants, en élaborant la constitution de 1987 a donné à notre vernaculaire le statut de langue officielle, à parité avec le français » (p. 30). Avec la valorisation du créole, ils ne sont plus tenus de travailler uniquement en français et peuvent parler plus librement dans leur langue maternelle en se libérant de la contrainte du français. C'est pour cette raison que Hérold Jean-François (2013) estime que si le créole a permis à la masse populaire tenue à l'écart de l'espace médiatique de se libérer, c'est aussi le cas pour les journalistes pour lesquels le français constituait également un frein. Selon lui, « les autres affranchis de la langue, dans la nouvelle réalité en Haïti, ce sont les journalistes que la barrière linguistique gênait aussi, presque autant que la masse » (Jean-François, 2013, p. 33). Tout cela suggère que les journalistes ou certains d'entre eux n'étaient pas tout à fait confortables avec le français comme langue exclusive de communication. Il est difficile de trouver des données statistiques relatives à l'évolution de la situation linguistique en Haïti au fil du temps. Selon l'encyclopédie en ligne Wikipédia⁵⁷, le créole représente la langue maternelle de 98 % des Haïtiens alors que le français est considéré comme la langue maternelle de seulement 2 % de la population. Néanmoins, 80 % de la population ne s'exprime qu'en créole et 18 % des Haïtiens parlent à la fois le créole et le français.

⁵⁷En ligne : https://fr.wikipedia.org/wiki/Langues_en_Haïti, consulté le 12 novembre 2021.

Figure 7— Portrait de la situation linguistique en Haïti (Wikipédia, 2020)



En Haïti, les gens qui peuvent s'exprimer correctement en français sont ceux qui ont un bon niveau de scolarité. Néanmoins, cela ne signifie pas que les gens qui peuvent s'exprimer en créole n'ont pas la compétence pour faire du journalisme comme l'ont expliqué certains participants.

6.5. Impacts du créole sur le système radiophonique haïtien : rupture et continuité

Dans cette section, nous faisons ressortir quelques éléments de changement apporté par le créole dans les relations entre les journalistes et le public et les sources d'information au cours de la période de la dictature des Duvalier. Avant tout, l'introduction du créole dans la radio comme langue de communication a particulièrement permis de mettre fin à la domination du français comme langue exclusive de communication à la radio. Quel a été l'impact de ce passage d'une langue à l'autre ? Les différents témoignages des participants à cette étude et d'autres sources secondaires nous permettent de constater que certains changements se sont effectivement produits, mais que des obstacles politiques et techniques en ont limité la portée.

6.5.1. D'un accès indirect à un accès direct du public aux contenus radiophoniques

Nous pourrions supposer que, jusque dans les années 70, une grande partie de la population haïtienne était exclue de l'espace radiophonique haïtien en raison du fait que tout était en français. C'est d'ailleurs ce que laissent entendre certains participants à cette étude. C'est un point de vue qu'il faut cependant nuancer. Certes, la langue de l'élite était la langue exclusive de communication à la radio, de sorte que les créolophones ne pouvaient pas intervenir ni comprendre ce qui se disait à la radio. Cependant les gens qui ne parlaient pas français n'étaient pas pour autant totalement exclus de l'espace public radiophonique, car ils avaient un accès indirect à l'information. En effet, ceux qui parlaient français agissaient comme « leader d'opinion » et pouvaient exercer une grande influence, même s'ils n'en avaient pas nécessairement conscience. Chaque francophone qui était capable de comprendre les messages médiatiques diffusés en français était susceptible de les interpréter, de

les filtrer et de les partager à son entourage qui ne comprenait pas le français. Nous pouvons considérer ces gens-là comme des « leaders d'opinion » au sens de la théorie de la communication à doubles étages (« two-step flow of communication ») élaborée par 1955 par Katz et Lazarsfeld (1957) que nous avons évoquée dans notre cadre théorique. Si nous transposons ce modèle dans le contexte haïtien, nous pouvons considérer l'élite francophone haïtienne comme des « leaders d'opinion » par rapport au grand public qui ne s'exprimait qu'en créole. Donc, les gens qui comprenaient ce qui se disait à la radio et qui pouvaient s'y exprimer également transmettaient les messages médiatiques à leurs proches ou à leur entourage. Cela veut dire que même si le français était la seule langue de communication dans la radio, la population était au courant des informations par personne interposée, par le biais des francophones vus comme des « leaders d'opinion ». Jusqu'à présent, la circulation des informations de la bouche à l'oreille est encore très répandue en Haïti. Nous évoquons ce modèle théorique de Katz et Lazarsfeld pour expliquer comment le public créolophone haïtien avait quand même été touché par les messages médiatiques, même si c'était d'une manière indirecte et soumise au filtre de l'élite francophone.

6.5.2. Les limites politiques à la participation du public aux débats radiophoniques pendant la dictature

L'introduction du créole à la radio a suscité un espoir, celui d'un changement dans la dynamique du débat public dans le pays et d'une plus grande mobilisation de la population contre la dictature des Duvalier qui a été largement supportée par les États-Unis d'Amérique. Cependant, cet espoir d'ouverture de l'espace public s'est heurté à une limite de taille. La montée du créole n'a pas empêché le régime de bafouer la liberté d'expression et de contrôler par la répression la diffusion des informations et des idées. Autrement dit, les possibilités d'accès à l'espace

radiophonique ont connu des limites politiques en fonction des restrictions de la liberté de parole imposée par la dictature. Les journalistes ne pouvaient traiter en toute liberté des thématiques qui pouvaient nuire au régime dictatorial. C'est pourquoi les contraintes politiques ou l'absence de la liberté d'expression ne favorisaient guère un élargissement effectif de l'espace radiophonique haïtien en dépit de la brèche créée par l'introduction du créole dans la radio.

Dès le début de la dictature des Duvalier, la liberté d'expression populaire a été totalement bannie. De nombreux historiens et journalistes (Caroit 1993 ; Étienne 1999 ; Jean-François 2013 ; Moïse et Ollivier 1992 ; Rhodes 1999)⁵⁸ qui écrivent sur la période des Duvalier soulignent cette négation de la liberté d'expression pendant cette période. Après son accession au pouvoir, François Duvalier n'a pas attendu pour éliminer la liberté d'expression dans le pays en commençant par celle de la presse indépendante. Déjà, en août 1957, Papa Doc a émis un décret-loi interdisant toute forme de dessins, de représentation, des peintures, des écrits et tout autre mode de communication des idées qui avaient pour objectifs de saper l'autorité d'un ou de plusieurs membres des autorités étatiques (Caroit, 1993, p. 466). Selon Jean-Michel Caroit, le président Duvalier a fait usage de tous les moyens comme la violence, l'emprisonnement, l'assassinat, l'exil pour faire taire tous les journalistes indépendants qui pouvaient oser critiquer le pouvoir. Dans un court laps de temps, la dictature a pris le contrôle total du système d'information. Il y avait des espions qui contrôlaient tout ce qui se disait à la radio et même dans les communications privées entre deux ou plusieurs personnes dans les lieux publics, même dans une résidence privée. « La presse sera

⁵⁸ Il ne s'agit pas des études spécifiques relatives aux médias, mais des manuels d'histoire d'Haïti dont certains passages parlent du fonctionnement des médias sous le règne de la dictature des Duvalier.

définitivement réduite au silence à la fin de 1960, lors de la grève des étudiants. Très vite, on se rend compte que le concept même de presse indépendante est incompatible avec le régime duvaliérien » (Caroit, 1993, p. 466). Ce silence allait être perpétué pendant tout le règne de François Duvalier et se poursuivit sous le règne de Bébé Doc, mais avec moins de rigueur. L'historien Claude Moïse a très bien résumé le mode de fonctionnement de la presse à l'époque de la dictature.

En Haïti la pratique de la dictature a des effets particulièrement néfastes sur la pratique du journalisme. Le gouvernement n'a de compte à rendre à personne. Le président gère la chose publique comme sa propriété privée. Le pouvoir bâillonne. L'information politique est alimentée par la rumeur. À cause de la pratique du secret, de la nécessité de protéger les sources, aucun contrôle véritable ne peut être exercé sur l'origine de la circulation des nouvelles. Il n'en reste pas moins que, souvent celles-ci trouvent largement écho dans la presse en diaspora, sinon directement comme matériaux d'information, du moins indirectement comme support d'analyse. Le journaliste se trouve là en présence d'un dilemme : Il ne peut refuser ce genre d'information, mais il lui est souvent impossible d'en vérifier le bien-fondé. Si par hasard il parvient à établir la véracité de l'information et la crédibilité de la source, il ne peut en faire état publiquement. D'où la suspicion qui entoure la diffusion de l'information, de l'information politique surtout (Claude Moïse, 2013, p. 16).

Cette lecture de l'historien Claude Moïse montre comment le travail des journalistes sous le régime des Duvalier était très pénible. En fonction de ce passé troublant, la programmation des radios haïtiennes est restée dominée par l'actualité politique⁵⁹ depuis la fin de la dictature. Il s'agit des éditions de nouvelles, des bulletins d'information et des émissions de

⁵⁹ Étant un témoin direct du bâillonnement de la presse par la dictature des Duvalier, la journaliste Liliane Pierre-Paul a divisé l'histoire récente de la presse haïtienne en quatre périodes. Elle considère les années de 1970-1980 comme une période de « tentative démocratique et de frustrations », de 1980-1986 comme un intervalle de renaissance et de l'espoir, 1986-1991 comme une période d'affirmation et la période de 1991-1994 comme une période de tâtonnement et de confusion. Selon Pierre-Paul (1996), le point commun entre les quatre périodes, c'est « la lutte pour le changement de l'État, pour l'instauration d'institutions alternatives au niveau de la société, pour la liberté d'expression. Mais chacune de ces périodes présente ses spécificités, ses leçons et expériences, ses acquis et ses déboires (Pierre-Paul, 1996, p. 25).

débats publics qui pullulent dans les stations de radio. Sous le régime des Duvalier, la communication publique était un exercice très difficile à travers tout le pays comme en témoigne Hérold Jean-François. « Avant le début de l'ère démocratique, l'on communiquait très peu. Le régime avait pratiquement l'exclusivité de la parole ; le reste de la société, par stratégie de survie, avait préféré donner sa langue au chat » (Jean-François, p. 29). À cause de la rigueur du régime des Duvalier, le peu de stations de radio existantes ne pouvait pas diffuser des nouvelles locales si ce n'était pas pour faire l'éloge du pouvoir. Sinon, les radios étaient obligées de diffuser uniquement des informations internationales et de la musique. Là encore, les radios devaient faire preuve de beaucoup de prudence dans le choix des chansons. Car, la sélection de certains refrains pouvait être mal interprétée par le régime et mettre en péril la station ou le journaliste qui faisait la diffusion. Comme alternative, certains opposants au régime ont mis en place des radios pirates pour inciter la population à la révolte sous des voix masquées. « Tout journal ayant un lien avec un groupe ou une personnalité politique avait été éliminé. Les bulletins clandestins représentaient un tel risque d'être fusillé pour celui qui serait surpris en train de les lire qu'ils ne circulaient qu'à l'extérieur et pseudonyme » (Diederich, 2013, p. 7). Les gens qui avaient un récepteur radio étaient obligés de se cacher pour écouter ce type de radios illégales qui exprimaient la voix dissidente.

6.5.2.1. *Braver le danger au nom de la liberté d'expression.*

À la fin des années 70, certains journalistes ont commencé par braver le danger pour traiter de nouvelles thématiques qui étaient jusque-là interdites par la dictature, selon certains journalistes seniors. C'est aussi ce dont témoignent les écrits de certains historiens. « Certains journalistes prennent l'habitude de voyager à travers le pays pour faire des reportages sur des conditions inhumaines dans lesquelles vivent les habitants des villes de province et des zones rurales. Certains d'entre eux doivent payer pour cette hardiesse » (Étienne, 1999, p. 77). Le prix à payer n'était autre que la mort, la prison ou l'exil pour les plus chanceux. Les journalistes ont peu à peu commencé à se préoccuper des exclus de l'espace radiophonique en donnant la parole notamment aux gens les plus reculés géographiquement du pays. Rappelons que la Radio Haïti est fondée en 1935 par Ricardo Widmaier avant de devenir Haïti Inter en 1970. Elle était la première et la plus importante radio haïtienne indépendante du début des années 1970 jusqu'en 2003. « Sous la direction de Jean Léopold Dominique et de sa femme Michèle Montas, Radio Haïti était une voix de la transformation sociale et de la démocratie, dénonçant l'oppression et l'impunité tout en défendant les droits de l'homme et célébrer la culture et le patrimoine haïtiens » (Duke University 2015). C'était un très grand risque à prendre à cette époque. La liberté d'expression était encore très contrôlée. Il y avait une incitation à la prise de parole dans l'espace public dans un contexte de répression. À partir des années 80, la masse populaire, les principaux exclus de l'espace public haïtien ont fini par gagner les rues, briser les interdits pour organiser des mouvements spontanés contre le régime dictatorial et ces manifestations ont trouvé écho dans certaines radios. Des journalistes engagés, des militants de la société civile avec notamment le support de la hiérarchie de l'Église catholique qui devenait un allié incontournable du « mouvement populaire » se sont servis des stations de radio pour

amplifier le mouvement de protestation. L'Église catholique se positionnait contre la dictature et en faveur du respect des droits fondamentaux du peuple haïtien.

Plusieurs historiens et journalistes séniors se sont mis d'accord sur le fait que Radio Haïti Inter soit la première station qui a mis en danger la vie de ses journalistes pour couvrir certains sujets interdits par la dictature. « Radio Haïti a accordé autant de considération et de temps d'antenne aux voix et aux préoccupations des paysans des zones rurales d'Haïti, des membres d'organisations de base, des brasseurs⁶⁰ haïtiens vivants sur des bateys⁶¹ dominicains et des habitants des quartiers urbains pauvres que des politiciens et intellectuels de premier plan » (Duke University, 2018, 2e paragraphe). Il était avant très difficile de savoir ce qui se passait dans les villes de province voire la paysannerie. Il s'agit là d'un changement important dans les relations entre les journalistes avec le public et les sources d'information. Selon un journaliste sénior qui a travaillé pour cette station, elle était très connue pour son engagement dans la lutte contre le régime des Duvalier, ce qui est confirmé par certains écrivains. « En 1979, le régime a frappé Radio Haïti Inter qui n'a pas hésité à dénoncer la corruption et la répression du régime. La station est condamnée à payer une amende de cinquante mille (50 000) dollars » (Caroit, 1997, p. 67). C'est toujours dans cette optique que Jean-Léopold Dominique⁶², PDG de la radio Haïti inter et ses journalistes ont subi des persécutions pour des motifs politiques. En 1980,

⁶⁰ Il s'agit des ouvriers haïtiens qui travaillent dans les plantations de canne à sucre en République dominicaine.

⁶¹ Un batey est un campement dans lequel vivent des coupeurs de cannes qu'on retrouve particulièrement en République dominicaine.

⁶² Malheureusement, le PDG de *Radio Haïti inter* Jean Léopold Dominique ainsi que le gardien de la station Jean Claude Louissaint sont assassinés le 3 avril 2000. Depuis, la station ne fonctionne plus, c'est une autre station de radio dénommée *Alter Radio* qui utilise sa fréquence.

le régime dictatorial a fermé les portes de la radio et a procédé à l'arrestation de certains de ses journalistes et d'autres ont été exilés. Selon Caroit, ce journaliste sénior, la radio a repris ses activités après la chute de Jean Claude Duvalier le 7 février 1986. Toujours pour des motifs de persécution politique, cette station de radio allait une nouvelle fois cesser ses activités pendant le coup d'État militaire de 1991 contre l'ancien président Jean-Bertrand Aristide jusqu'au retour de ce dernier en 1994. C'est au péril de leur vie que des journalistes militants, des opposants au régime, avaient utilisé la radio comme instrument de lutte contre la dictature au début des années 80. « Les mouvements démocratiques au départ, c'est Le petit samedi soir (PSS), Radio Haïti Inter, pour ne citer que les pionniers. Le travail méthodique des journalistes comme Michelle Montas, Jean Dominique, Liliane Pierre-Paul, Anthony Pascal mieux connus sous le nom de Konpè Filo va permettre aux sans voix d'exposer leurs doléances » (Moïse et Ollivier, 1992, p. 65). Selon un journaliste sénior, en dépit de toutes les précautions prises par les journalistes, plusieurs d'entre eux ont été portés disparus, assassinés ou exilés. Il y en a d'autres qui ont tout simplement abandonné le métier pour sauver leur peau. Le journaliste en question était l'un parmi les journalistes qui ont bravé les interdits des Duvalier et qui exercent encore le journalisme dans le pays.

En résumé, les participants à cette étude sont convaincus que l'introduction du créole à la radio constitue un facteur majeur dans la transformation du système radiophonique haïtien. Il a permis d'amplifier le mouvement contre la dictature en sensibilisant l'opinion publique. Comme l'explique Michel Bonaparte (1995), les personnes qui exerçaient le journalisme du temps de la dictature devaient faire preuve d'une extrême prudence afin de préserver leur vie. « Dans les années 1967-1968, j'animais à la radiodiffusion haïtienne, une station privée de Port-

au-Prince, une émission que j'avais intitulée nouvelles culturelles. Je parlais musique livre, spectacles en faisant bien attention de ne pas me mettre les pieds dans les plats» (Bonaparte, 1995, p 115). En dépit de sa grande prudence, il a été arrêté pour avoir parlé juste d'un ouvrage dans son émission qui n'a pas plu au régime. « Au cours de l'émission, j'avais parlé de Roger Garodi, un homme qui parle de matérialisme dialectique, de la répartition équitable des richesses. Alors je me suis dit : "ça y est, je suis fait". Pendant que je pensais, les gars me tenaient en joue à la mitraillette [...] » (Idem). À en croire Diederich (2013), Bébé Doc était un peu plus flexible que son père. Il considère par exemple la décision du ministre de l'information, Fritz (Toto) Cinéas d'établir une conférence de presse hebdomadaire au Palais national en mai 1971 comme « signe de l'ouverture du gouvernement ». Car, selon lui, « ce n'était pas grand-chose si l'on considère les sujets qu'il abordait, mais au moins, au niveau symbolique, le palais n'apparaîtrait plus seulement comme le centre de répression sanglante de papa Doc (Diederich, 2013, p. 8). Avec la répression du régime, des milliers de militants politiques, de journalistes et de simples citoyens se sont réfugiés aux États-Unis, en France, au Canada et ailleurs.

Certains historiens comme Claude Moïse montrent que les Haïtiens de la diaspora ont joué un rôle fondamental dans la lutte pour le renversement du régime des Duvalier, pour la liberté d'expression dans le pays. « La deuxième moitié des années 60 et les années 70 ont vu, avec l'intensification de la répression et la détérioration des conditions de vie économique, les flux migratoires s'accroître emportant d'abord des professionnels, des techniciens puis des ouvriers et des paysans » (Moïse et Ollivier, 1992, p. 39). Les auteurs montrent comment la situation allait déboucher sur un affrontement entre les acteurs des mouvements de contestation et le pouvoir au début des années 80. Moïse et Ollivier

(1992) montrent qu'il y avait déjà en 1979, une multiplication des arrestations, des brimades et des brutalités à l'encontre de certains journalistes, des animateurs de la ligue de défense des droits de la personne. Ce qui corrobore les propos collectés auprès des journalistes seniors qui ont vécu cette période dont certains d'entre eux ont été victimes. « Une soudaine et puissante vague de répression s'abat sur le pays le 28 novembre 1980 en faisant des ravages dans le mouvement démocratique. De nombreux journalistes, dirigeants politiques, membres d'associations professionnelles vont être arrêtés, quelques-uns torturés et la plupart expédiés en exil » (Moïse et Ollivier, 1992, p. 71). Selon les auteurs, le dictateur croyait qu'en se débarrassant des journalistes les plus combattifs de la presse indépendante et des organisations de la société civile, il parviendrait à supprimer à jamais la liberté d'expression. Mais c'était un mauvais calcul, ils étaient plus que jamais déterminés à prendre le risque jusqu'à la victoire finale. « Certains dirigeants de partis de l'opposition, des militants politiques et des journalistes, avaient été arrêtés et torturés ; d'autres, emprisonnés ou exilés. Il semblait que le régime tentait de regagner le terrain perdu » (Renois, 2016, p. 31). Tout compte fait, les pratiques de répression de la presse indépendante de François Duvalier allaient continuer tout au long du règne de Bébé Doc, mais avec un assouplissement dans les années 70 qui a permis à certains journalistes indépendants de prendre des risques dont les conséquences étaient effectivement très néfastes comme nous venons de le voir.

6.5.3. Le créole et la mutation des pratiques journalistiques

La valorisation du créole se conjugue avec le mouvement de libération, lequel va aboutir à la chute de la dictature des Duvalier que nous allons aborder dans le prochain chapitre. Ce mouvement de libération a amené à de nouvelles préoccupations, de nouveaux acteurs à se prononcer dans l'espace public en raison du fait que les débats se tiennent particulièrement en créole. Ce qui fait que le facteur sociolinguistique est indissociable du facteur politique comme deux éléments de transformation du système radiophonique haïtien. Le public créolophone devient un nouveau partenaire d'échange, ce qui entraîne des changements dans le contrat de communication publique qui liait les radios ou les journalistes avec l'élite francophone. Le public créolophone devient un nouvel acteur dans le système, ce qui a également amené les journalistes à exploiter de nouvelles sources d'information. Aussi, le fait de vouloir capter l'attention de la masse populaire créolophone a entraîné des changements dans le discours médiatique, dans les modes de traitement des informations.

Le fait que les débats se tenaient en créole marquait déjà un début de l'élargissement de l'espace radiophonique haïtien vers un public plus étendu. La nécessité de satisfaire les deux types de publics (créolophone et francophone) amène les journalistes à changer de pratiques de travail. À la fin des années 70, les radios ont commencé à avoir des éditions de nouvelles en créole et en français ou dans les deux langues en même temps. Les journalistes sont obligés d'utiliser de nouveaux vocabulaires, de nouvelles tonalités et de nouveaux styles dans le traitement des informations et de nouvelles thématiques comme la corruption et la répression du régime, les conditions de vie des masses, jusque-là négligées, soit parce qu'elles n'étaient pas des sujets de préoccupation pour l'élite francophone auquel ils s'adressaient, soit parce qu'elles étaient

interdites par la dictature. Les propos des historiens Moïse et Olivier résument bien les nouvelles thématiques traitées dans les radios. « Paysans spoliés, victimes des exactions des chefs de section, de tontons macoutes à la solde de grands propriétaires, ouvriers des usines sans protections, habitants des bidonvilles pris dans les rets de l’oppression macoutique, c’est au pays profond qu’on tend le micro » (Moïse et Ollivier, 1992, p. 65). Au fur et à mesure les journalistes se sont ajustés en trouvant de nouvelles formules, de nouvelles expressions pour s’adresser à la masse populaire.

6.5.4. Un élargissement de l’espace radiophonique ?

Dans quelle mesure la nouvelle forme de journalisme plus populaire favorisée par le créole contribue-t-elle à une plus grande participation des membres du public au débat ? Les participants à cette étude sont unanimes à reconnaître que la diffusion de la radio en créole a provoqué un réel élargissement de l’auditoire. De très nombreux auditeurs ont graduellement laissé les radios musicales au profit des radios d’information⁶³, qui ont commencé à prendre de l’importance avant même la chute de la dictature. Le créole a permis une certaine proximité, une plus grande compréhension des contenus radiophoniques avec l’effondrement de la barrière linguistique. Sur ce point-là, la contribution du créole à la transformation de l’espace public radiophonique nous paraît évidente. Avec le créole, on peut aller vers tout le monde, parce qu’en Haïti, celui qui parle français parle créole également et celui qui parle créole ne parle pas français forcément. Cela dit, quand on diffuse une information en créole, il y a aussi une sorte de démocratisation de l’information qui se fait au même moment. Le créole peut être considéré

⁶³ Il n’y a malheureusement pas de données disponibles permettant de faire la démonstration de l’évolution des pratiques de consommation radiophonique en Haïti sur une période donnée. Nous nous sommes basés uniquement sur les propos des participants à cette étude.

comme étant le dénominateur commun ou la langue qui unit tous les Haïtiens.

Du point de vue des participants, l'introduction du créole dans la radio impliquerait à la fois une augmentation continue de l'audience, de la participation au débat public et de la variété des sujets traités dans les radios. « En rendant compte en grande partie en créole haïtien, la langue parlée et comprise par tous les Haïtiens, Radio Haïti inter a rendu les médias et la communication véritablement démocratiques et a montré que le créole pouvait être un langage d'investigation politique et intellectuelle sérieuse » (Duke University⁶⁴, 2018, 2^e paragraphe). Nos informateurs voient dans l'utilisation du créole dans la radio un facteur d'élargissement de l'espace public. Sur ce point, il y a une concordance entre les travaux de certains historiens sur la période de la dictature avec les points de vue des répondants. « Les journalistes de la radio, surtout, qui utilisent avec un rare bonheur la langue créole, sont suivis, écoutés et choyés comme des vedettes parce qu'ils sont efficaces, qu'ils répercutent sans délai les revendications, à leurs risques et périls » (Moïse et Ollivier, 1992, p. 70). Avec le créole, la radio est devenue plus accessible et plus démocratique. Avant même la chute de la dictature, même les radios les plus conservatrices ont fait un effort pour introduire le créole dans leur programmation afin de se conformer aux exigences du temps. C'est la massification, tout le monde pouvait prétendre s'exprimer dans la radio. « Nous avons des éditions de nouvelles en français, mais notre rubrique "invité" est toujours en créole afin de ne pas créer une barrière linguistique. Un invité ne doit pas se sentir obligé de s'exprimer en français. Il y a des gens qui ont beaucoup de capacité, qui ont des

⁶⁴ À noter qu'après la fermeture de la Radio Inter à la suite de l'assassinat de son propriétaire Jean Léopold Dominique, toutes les archives de la radio ont été confiées à cette Duke University qui les ont numérisées et les rendent disponibles en ligne.

choses importantes à dire, mais qui ont du mal à s'exprimer en français », a indiqué un journaliste. Le fait de donner la parole à des gens qui étaient totalement exclus du débat public constitue un changement important dans les rapports des radios et des journalistes avec le public et avec les sources d'information. « Je pense à Radio Haïti Inter et à quelques autres qui ouvrent leurs micros à la population et, petit à petit, un nouveau discours, une nouvelle parole est transmise sur les ondes des radios. Les doléances du peuple commencent à s'exprimer en créole (Caroit, 1993, p. 67)⁶⁵. C'est un facteur important dans le processus de l'élargissement de l'espace radiophonique haïtien qui a donné lieu à l'émergence d'un nouveau discours plus populaire. L'un des journalistes séniors nous explique qu'autrefois les journalistes ne voulaient pas réaliser des interviews avec des personnes qui ne pouvaient pas s'exprimer en français pour éviter d'avoir à traduire en français l'entretien réalisé. Le créole a donc apporté un apport considérable en ce qui concerne l'accès de la majorité de la population à l'espace médiatique. Le point de vue des gens qui ne s'expriment pas en français est désormais pris en considération à travers les différents genres journalistiques comme les reportages, les micros-trottoirs et les interviews. Le créole a pris sa place dans la programmation de toutes les stations de radio de manière accélérée. « À partir de 1982, un nouveau discours, celui des paysans pauvres, surgit sur les ondes de la radio Soleil, la station de l'Église Catholique. Mais le pouvoir finit par expulser le Père Hugo Triest, directeur de cette radio, en 1985 » (Caroit, 1993, p. 68). L'introduction du créole dans la radio facilite la compréhension de tout ce qui se dit, du contenu des débats publics, même pour le journaliste, cela favorise une facilité de langage, une facilité de compréhension, une plus grande implication de

⁶⁵ À noter que Jean-Michel Caroit est le correspondant de *Le Monde* à Saint-Domingue et en Haïti.

certaines membres du public, une plus grande participation et l'accès à un plus grand nombre de personnes au contenu radiophonique. « C'était vraiment une bonne chose le fait de parler à la radio dans une langue que tout le monde peut comprendre. Pour moi, cela ne posait pas de problème parce que je n'avais pas de difficulté à comprendre le français, mais c'était différent pour la majorité de la population », dit une auditrice de Port-au-Prince âgée de 76 ans.

6.5.5. L'inertie des caractéristiques fondamentales du système radiophonique

Cependant, le créole n'a pas tout changé dans le système radiophonique haïtien. Comme nous l'avons expliqué, le système radiophonique haïtien est tributaire de l'environnement global dans lequel il évolue. Le créole associé avec d'autres facteurs a favorisé un certain changement dans les relations entre les acteurs du système radiophonique haïtien, mais les caractéristiques fondamentales de l'environnement dans lequel évoluaient les radios pendant toute la période des Duvalier n'ont pas été changées. Ce qui traduit une certaine inertie du système radiophonique. Car la répression de la population, la chasse aux opposants politiques, aux journalistes et à tous celles et ceux qui osaient critiquer le fonctionnement du régime continuaient jusqu'à la chute de la dictature. La majorité de la population était toujours analphabète. Le système radiophonique haïtien a toujours été fortement politisé pendant toute la période de la dictature. Car la radio a été instrumentalisée par une élite politique et économique qui avait le plein contrôle du système de l'information du pays. Cette instrumentalisation de la radio n'est pas changée avec le créole. Les richesses du pays étaient toujours concentrées entre les mains d'une élite alors que la grande majorité de la population sombrait dans la pauvreté.

Avant même la dictature des Duvalier, l'espace radiophonique haïtien a toujours été dominé par une élite et cela n'a pas changé aussi avec la montée du créole. La participation des éléments de la masse populaire est restée encore très marginale. Effectivement, il n'est plus question de donner l'exclusivité de la parole à une élite francophone, mais le créole n'a pas pu établir l'équilibre entre la participation de la masse populaire et celle de l'élite dans les débats publics. Avec le français comme langue d'expression, c'étaient toujours des éléments de l'élite qui débattaient entre eux. Donc, la démocratisation des débats publics reste encore très relative. Tenant compte de notre typologie de participation dans les débats radiophoniques, nous verrons plus loin que la domination de l'élite reste une constante même avec la fin de la dictature et le développement des outils numériques qui favorisent de nouvelles formes de participation, en apparence plus démocratique et plus inclusive. D'une manière ou d'une autre, les plus pauvres, les moins éduqués ont toujours moins de chances de s'imposer et de participer dans les espaces de débats radiophoniques.

Certaines limites techniques à la participation de la masse populaire aux débats radiophoniques ont aussi contribué au maintien de la domination d'une élite de l'espace radiophonique. Les personnes invitées à participer aux émissions radiophoniques viennent le plus souvent directement en studio. À l'époque, le téléphone fixe constituait aussi un moyen efficace et en apparence démocratique permettant à des membres du public de participer à certaines émissions de libre tribune, par exemple. Or, cet outil de communication n'était à la portée que d'une élite au pays. Bien évidemment, il y a plusieurs façons de participer aux émissions de débats publics radiophoniques. Néanmoins, ce sont des personnes invitées en qualité d'experts de domaines différents ou des acteurs de

l'actualité qui sont généralement invités à commenter des sujets d'actualité en studio ou par téléphone. Ce sont souvent des hommes politiques, des professionnels, des universitaires, etc. Dans certaines circonstances, particulièrement dans les émissions interactives et de libre tribune, les auditeurs ou le grand public sont invités à donner leur point de vue sur des sujets d'actualité. Nonobstant, la grande majorité de la population était exclue de cette possibilité de participation en raison du fait que le téléphone fixe avait aussi un caractère élitiste. Ce qui contribuait à maintenir la domination d'une élite sur l'espace radiophonique haïtien. Seule une minorité de la population possédait un téléphone fixe jusqu'à l'arrivée du téléphone portable dans le pays qui a révolutionné les pratiques d'écoute et de participation à des émissions radiophoniques comme nous le verrons plus loin. Nous ne disposons pas de données sur l'utilisation du téléphone fixe pendant la dictature. Néanmoins, selon les dernières données statistiques publiées par l'Union internationale des télécommunications en 2018 (UIT⁶⁶), il y a moins d'un abonné à la téléphonie fixe par 100 habitants. Il a fallu attendre les années 2000 pour démocratiser l'utilisation du téléphone en Haïti avec l'arrivée des compagnies de téléphonie mobile comme nous le verrons dans le chapitre sur le numérique.

Même si la voix de l'élite reste dominante dans la délibération politique nationale, c'est en créole qu'elle s'exprime pour se faire entendre et comprendre par la grande majorité de la population. À cet effet, l'ouverture de l'espace radiophonique à la participation d'une plus grande partie de la population a aussi donné lieu peu à peu à l'émergence de

⁶⁶ C'est une agence des Nations Unies qui s'est spécialisée dans les technologies de l'information et de la communication (TIC). Cette institution est reconnue comme étant le principal fournisseur de données statistiques et de tendances en matière de télécommunications. Les données sont actualisées chaque année.

nouvelles idées politiques et idéologiques. Les différentes tendances politiques (Gauche/Droite...) arrivent à s'exprimer et la formation de plusieurs partis politiques a eu lieu. De tout ce qui précède, nous pouvons conclure que la configuration globale du système radiophonique haïtien est restée inchangée en dépit des changements importants apportés par le créole dans les relations entre les acteurs du système notamment dans les relations entre les radios, les journalistes avec le public et les sources d'informations.

6.5.6. Une querelle des anciens et nouveaux journalistes ?

L'introduction du créole dans la radio va mettre en opposition deux générations de journalistes. Il s'agit d'une tension entre un journalisme élitiste, francophone, supposément de qualité et un journalisme populaire, créolophone, plus accessible au grand public. Les anciens journalistes constituent une élite qui s'était considérée comme de « vrais journalistes » professionnels. Ce sont des gens plus ou moins instruits qui s'identifiaient à l'élite francophone et contribuaient au mépris du créole, qui est aussi un mépris des classes populaires et de leur culture. L'arrivée du créole favorise donc l'émergence d'une nouvelle génération de journalistes considérés par les anciens comme des « médiocres », des gens qui prennent d'assaut la profession sans avoir les compétences nécessaires.

Certains journalistes seniors participant à notre étude expliquent que la profession de journaliste a ouvert ses portes à un ensemble de personnes qui n'étaient pas vraiment préparées à l'exercer avant même la chute de la dictature. L'un des journalistes seniors et patrons de médias va jusqu'à affirmer que « les médias traditionnels qui étaient déjà sur place sont aux prises avec une concurrence déloyale et qui est en quelque sorte noyée dans le concert tumultueux des voix dissonantes qui disent

n'importe quoi, qui font n'importe quoi aussi. Actuellement, l'espace médiatique est envahi par un ensemble de personnes qui se disent journalistes, mais sans aucune formation de base ». Cette attitude des anciens journalistes peut être interprétée comme une lutte de pouvoir, une lutte de classe entre deux générations de journalistes. Les anciens se voient en train de perdre leurs privilèges par rapport aux nouveaux venus de la profession. Entre autres arguments avancés par les journalistes séniors, c'est que les nouveaux propriétaires des médias avaient juste une motivation économique et politique et ne se souciaient guère de la qualité de l'information. Du point de vue de certains participants, pendant longtemps, l'usage du créole dans la radio était considéré par des journalistes eux-mêmes comme une dérive, un péché capital, une atteinte à l'honneur de la profession.

La revanche du créole sur le français dans l'espace médiatique est venue faciliter la tâche à toute une génération de journalistes, de véritables affranchis du créole. Il en résulte des dégâts multiples qui ont affecté l'image de la corporation. La radio en créole, une véritable savane où se pavent toutes sortes d'interventions sans aucun respect des normes régissant la profession de journaliste, les contraintes du droit d'expression, le devoir de retenue (Jean-François, 2013, p. 35).

Même s'il ne le démontre pas, ce lien de causalité établi par Jean-François montre que le créole vient faciliter le travail de certains journalistes pour qui l'usage exclusif du français constituait un fardeau. Donc, l'arrivée du créole dans la radio amène un effritement de la position de domination de l'élite journalistique haïtienne. Ce sont des figures connues et reconnues de la presse haïtienne qui ont contribué à la démocratisation du système en raison de leur engagement dans la lutte contre la dictature. Ils perçoivent le changement comme une dégradation ou une régression de la profession. Ce jugement normatif tenu par les anciens journalistes n'est pas forcément le point de vue des jeunes journalistes. Ces derniers sont d'avis que la qualité de l'information n'est

pas forcément liée à une question de la bonne maîtrise du français. « Heureusement pour moi, depuis que je suis en contact avec la radio, c'est le créole qui est la langue dominante, mais je sais que ce n'a pas toujours été le cas. Je ne peux pas opiner trop sur cette question, mais je sais que le créole est la langue de tous les Haïtiens et qu'elle devait être priorisée dans la radio », a déclaré un jeune journaliste. Pour d'autres répondants, la compétence d'un journaliste ne devait pas se mesurer à l'aune de sa capacité d'expression française. Dans tous les secteurs d'activités comme la médecine, l'ingénierie et l'agronomie, dit un autre jeune journaliste, il y a des professionnels très qualifiés qui n'arrivent pas à bien s'exprimer en français, mais qui maîtrisent toutes les ficelles de leur profession.

Un des répondants estime que la nouvelle génération de journalistes qui a vu le jour au lendemain du 7 février 1986 n'est pas légitime. Ils ne seraient pas dignes d'être des leurs. Ce que nous pouvons interpréter comme étant une contestation de l'identité même de cette nouvelle génération de journalistes. Apparemment, ils donnent l'impression d'être des journalistes nostalgiques du passé qui revendiquent un monopole perdu. C'est aussi une rupture avec le modèle dominant qui définissait un idéal type de journaliste caractérisé principalement par une bonne maîtrise du français. Cette nouvelle tension entre les journalistes seniors et la nouvelle génération de journalistes n'existait pas réellement avant l'introduction du créole dans la radio en raison du fait que les anciens journalistes étaient en situation de monopole. Cette tension s'est encore intensifiée avec la transition démocratique qui donne lieu à une libération de la parole publique et à la libération des fréquences radiophoniques comme nous le verrons dans le prochain chapitre.

Selon Jean-François (2013), les professionnels de la presse n'étaient pas préparés à gérer cette mutation du français au créole tout comme le reste de la société ne l'était pas. « Si le créole a servi de langue de libération pour garantir la participation du grand public dans le débat social, l'utilisation du créole comme langue de travail des journalistes n'a pas eu que des effets positifs quant à l'évolution du monde médiatique. Le "tout en créole" a eu des effets nocifs sur la qualité du travail dans l'environnement médiatique » (Jean-François 2013, p. 32). Comme certains participants à cette étude, Hérold Jean-François considère l'introduction du créole dans la radio à la fois comme un facteur d'inclusion et comme un élément de régression. Il dit constater une baisse générale du niveau des journalistes et de la qualité de l'information. C'est aussi le point de vue exprimé par de nombreux participants à cette étude, les journalistes seniors en particulier qui évoquent la thèse de la régression du journalisme dans le pays à cause de l'introduction du créole dans la radio. Ils ont pour la plupart exercé la profession dans le contexte de la répression de la dictature. Ce qui donne à ces journalistes une certaine légitimité ou autorité morale. Pour avoir participé au mouvement de libération face à la dictature, ils sont considérés comme des héros de la presse haïtienne.

Le directeur de la radio IBO n'a cessé de vanter les mérites de l'usage quasi exclusif du français comme langue de travail dans les stations de radio avant les années 1980. Il soutient le fait que l'usage du français provoquait un double filtrage dans le recrutement des journalistes. « D'une part, il fallait aux postulants journalistes une certaine maîtrise de la langue pour accéder aux médias, les critères de sélection étaient vraiment rigoureux ; d'autre part, l'utilisation du français comme langue de communication bloquait de fait le plus grand nombre, qui n'avait aucune maîtrise de ce véhicule communicationnel » (Jean-François, 2013,

p. 32). Nous pouvons admettre qu'effectivement, si la presse écrite est beaucoup plus exigeante, c'est parce que cela demande un minimum de capacité de rédaction en français et une maîtrise du style journalistique. Or, à la radio comme à la télévision, les gens peuvent parler et dire n'importe quoi sans aucun respect pour les règles, a indiqué un répondant. C'est justement pour cette raison que Jean-François (2013) pense que les émissions de débats de grande écoute et les journalistes vedettes qui mènent le jeu dans le monde radiophonique n'auraient, dit-il, « aucune chance de tenir l'affiche dans les mêmes positions si le français était encore la langue d'intervention » (p. 33). Néanmoins, il nous semble que le point de vue de la journaliste sénior Liliane Pierre-Paul est en porte à faux par rapport à celui de son confrère Jean-François. Car les deux journalistes seniors pointent des causes différentes de la baisse de qualité dans la production journalistique dans le pays. Selon cette journaliste sénior qui exerce le journalisme depuis le règne de Bébé Doc, « si nous comparons la situation actuelle à celle des cinquante premières années du 20^e siècle, nous constatons une courbe descendante au niveau de la production journalistique. Ceci, à cause de la dictature, de l'instabilité de ces 20 dernières années, et du faible renouvellement de cadres » (Pierre-Paul, 1997, p. 25). Ses propos laissent entendre que la dictature serait la principale cause de la baisse du niveau de production journalistique dans le pays. Aussi, elle inscrit cette baisse du niveau dans un contexte de dégradation systématique de toutes les institutions du pays, particulièrement la baisse du niveau de l'éducation. Cela voudrait dire que l'introduction du créole dans la radio n'est pas la seule cause de la supposée régression du journalisme et de la baisse de qualité dans la radio comme le font croire Jean François et d'autres participants. La radio est tributaire des conditions sociopolitiques et économiques du pays. « On ne saurait avoir une presse surdéveloppée dans un pays totalement arriéré et sous-développé », précise Pierre-Paul. Elle ne fait pas référence

à une période bien précise de la baisse du niveau de l'éducation. Néanmoins, il y a d'autres sources comme une étude commandée en 2018 par l'Office national de partenariat en éducation (ONAPE), sur les « déterminants du rendement scolaire en Haïti » qui confirme cette baisse considérable du niveau de l'éducation en Haïti pendant les 10 dernières années qui n'affecte donc que les très jeunes journalistes et auditeurs. Cette étude s'est basée particulièrement sur le « taux d'échec successif au niveau des examens officiels ». Selon un résumé de cette étude publié dans les colonnes du journal Le Nouvelliste (2018) « les conditions d'enseignement et d'apprentissage dans les établissements scolaires ainsi que les conditions socio-économiques des parents d'élèves ont des incidences sur le rendement scolaire en Haïti » (Lambert, 2018, dans Le Nouvelliste, 2^e Paragraphe). Dans un article publié au journal Le Nouvelliste, l'ancien ministre haïtien de l'Éducation nationale et de la Formation professionnelle, Nesmy Manigat a affirmé que « le système éducatif en Haïti fonctionne à l'image du système éducatif des pays à l'état de guerre. Je pense qu'il n'y a pas beaucoup de différence quand on analyse les indicateurs scolaires et l'état des infrastructures des établissements » (Moussignac, 2017, dans Le Nouvelliste 2^e paragraphe).

Faut-il souligner qu'il n'existait pas d'école de journalisme dans le pays pendant le règne de la dictature ? Les journalistes ont appris les rudiments de la profession au fur et à mesure. La professionnalisation du journalisme constitue l'une des 4 dimensions définies par Hallin et Mancini (2004) pour comparer les systèmes médiatiques. La professionnalisation du journalisme en Haïti est aussi un élément important dans le processus de la transformation du système radiophonique. La majeure partie des répondants font état d'un manque de professionnels du journalisme dans le pays. Néanmoins, même en absence de chiffres disponibles, nous constatons dans le pays l'existence d'un très grand nombre d'« écoles de

journalisme ». Elles pullulent un peu partout dans le pays. Mais la qualité de la formation offerte dans ces écoles peut laisser encore à désirer. Il y a de plus en plus de jeunes qui s'intéressent à l'exercice du journalisme. Ce dernier n'est cependant pas encore enseigné au niveau supérieur dans le pays. Au lendemain de la chute de la dictature, la profession de journalisme a attiré un très grand nombre de travailleurs de la presse qui n'étaient pas encore préparés effectivement pour exercer le journalisme. Néanmoins, la volonté de se former était bien présente chez les jeunes aspirants journalistes. « L'après 1986 a également vu une génération de journalistes, animée, pour certains, d'une vraie passion du métier, du désir de se former (constamment), du souci de se distinguer d'autres confrères par le travail bien fait, et manifestant de l'intérêt pour la réflexion sur la profession » (AlterPresse, 2008, 25^e paragraphe). Actuellement, il y a de plus en plus de jeunes universitaires de disciplines différentes qui exercent le journalisme dans le pays. Ces jeunes plus ou moins bien formés apportent un nouveau dynamisme dans l'exercice de la profession. Certaines institutions nationales et internationales organisent régulièrement des séminaires de formation au profit des journalistes déjà en fonction sur des thématiques très diversifiées. Dans les salles des nouvelles, on va trouver au moins un journaliste qui a une formation universitaire dans un domaine quelconque. Ces nouveaux visages peuvent être appréhendés comme un changement dans le système médiatique haïtien.

6.5.7. Le créole et la notion de « popular journalism »

Comme nous venons de le voir, les journalistes seniors éprouvent un certain regret pour la forme traditionnelle du journalisme qu'ils exerçaient dans le pays. Au-delà de leurs arguments relatifs à la thèse de la régression ou de la « baisse de qualité » dans les médias, nous voyons une part de nostalgie dans les propos des journalistes seniors qui ont été formés à l'ancienne école élitiste du « tout en français ». En fait, cette discussion sur l'impact du créole sur la qualité du journalisme pourrait être mise en parallèle avec un débat à propos des vertus et des misères du popular journalism. En effet, il existe dans certaines sociétés occidentales comme les États-Unis et l'Angleterre, des discussions sur les vertus démocratiques du journalisme populaire. Il est observé ailleurs dans d'autres cultures, dans d'autres pays. « Historical perspective also demonstrates that journalism has always been part of a general process of making information accessible to people outside the narrow confines of power elites and gossip mongers » (Conboy, 2007, p. 2)⁶⁷. On a souvent attribué aux journalistes une fonction d'éducation, de divertissement et d'information des gens, mais en les tirant vers le haut. Ce qui a entraîné un certain mépris pour le journalisme populaire et le sensationnalisme. À partir des années 80, il y a eu des journalistes et des intellectuels qui ont commencé à montrer le bien fondé du caractère populaire du journalisme qui peut aussi amener les gens à s'intéresser à la vie politique et à ce qui se passe dans leur environnement. Il y a une sorte de réhabilitation du journalisme populaire comme des pratiques journalistiques considérées comme étant plus proches de la population.

⁶⁷ Traduction libre : « La perspective historique montre également que le journalisme a toujours fait partie d'un processus général visant à rendre l'information accessible aux personnes se trouvant en dehors des limites étroites des élites au pouvoir et des marchands de ragots » (Conboy, 2007, p. 2).

Nous inscrivons le débat à propos de l'introduction du créole dans la radio comme langue de communication publique dans cette même dynamique du journalisme populaire, dégradé et moins professionnel. Dans le cas d'Haïti, la masse populaire a été tenue à l'écart du système radiophonique pendant très longtemps. Selon Hérold Jean-François, le passage du français au créole comme langue de communication à la radio se faisait sans aucune forme de transition en raison du fait que le créole a été imposé dans la radio par la force des choses du jour au lendemain. C'est donc cette transition linguistique qui a donné lieu à une forme de journalisme populaire. « Popular journalism has never been one particular product. It has always been part of a wider negotiation of the credibility of certain news media to claim to speak on behalf of and in the interests of the ordinary people »⁶⁸ (Conboy, 2007, p. 12). Le journalisme populaire a un très grand potentiel démocratique par rapport au journalisme dit « de qualité » qui a plutôt un caractère élitiste. Certains chercheurs, comme Meijer (2001) proposent la notion de « journalisme de qualité publique ou civique » qui est à leur avis beaucoup plus inclusif comme alternative au journalisme « de qualité » tout court.

Dans le cas d'Haïti, le journalisme populaire est particulièrement lié à l'introduction du créole dans la radio, qui marque une rupture avec le journalisme traditionnel qui se pratiquait exclusivement en français. Cette forme de journalisme permet aux professionnels des médias d'aborder une plus grande diversité de sujets, avec beaucoup plus de facilité, avec un ton beaucoup plus proche de la population, notamment des sujets relatifs au style de vie des hommes politiques qui n'était pas possible sous le règne de la dictature. La forme traditionnelle de journalisme élitiste est

⁶⁸ Traduction libre. « Le journalisme populaire n'a jamais été un produit en particulier. Il a toujours fait partie d'une négociation plus large sur la crédibilité de certains médias pour prétendre parler au nom et pour les intérêts du peuple ».

perçue par les anciens journalistes comme un journalisme dit de qualité par rapport à celui pratiqué depuis le départ de Jean-Claude Duvalier le 7 février 1986 et même avant. Avec le créole, les journalistes s'expriment dans un registre moins soutenu, plus proche de la masse populaire. Au lieu d'être au service d'une élite, les journalistes sont désormais à l'écoute d'une population plus vaste, incluant bien sûr les créolophones et les francophones. Les attentes de cette masse populaire, autrefois exclue de l'espace radiophonique, sont devenues au centre des préoccupations des journalistes. Il s'agit là d'un élément important de la transformation du système radiophonique haïtien. Car cela amène les journalistes à redéfinir leur relation avec des sources d'information et avec un public créolophone qui était négligé.

6.5.8. L'impact du créole sur le marché publicitaire : un changement dans les relations entre les radios et les annonceurs

En Haïti, les relations entre les radios et les annonceurs sont fondées évidemment sur des considérations économiques, mais aussi sur des affinités ou des accointances politiques ou idéologiques. Quelle incidence a eue l'introduction du créole sur les relations entre les radios et les sources de financement ? Autrefois, la publicité s'adressait à une élite, un public très restreint. Car c'est Radio Haïti, la plus grande et la plus écoutée des stations de radio à l'époque qui avait le monopole de la publicité. Radio Caraïbes, la plus écoutée actuellement n'était qu'une radio de seconde zone qui a pris son envol à partir des élections de 1957 en créant une plate-forme permettant à tous les candidats politiques de prendre la parole. Avec le créole à la radio, une plus grande partie de la population est touchée par les messages publicitaires. Si le créole a été exclu de l'espace public radiophonique haïtien pour des raisons particulièrement politiques, était-ce un choix rationnel de diffuser les spots publicitaires exclusivement en français alors que plus de 80 % de

la population ne s'exprimait qu'en créole ? Les annonceurs s'adressent aux consommateurs susceptibles d'acheter leurs produits. Les francophones sont en général plus fortunés et consomment davantage que les créolophones. Une fois en créole, la radio s'adresse toujours à une élite, mais aussi à l'ensemble de la population créolophone. Qu'est-ce que cela change du point de vue publicitaire ? Il est difficile de faire cette démonstration avec certitude par manque de données statistiques sur le modèle économique des radios à cette époque. Mais du point de vue des participants, le créole n'a pas vraiment contribué à un accroissement des revenus publicitaires des stations radio en dépit du fait qu'un plus grand nombre de personnes pouvaient être touchées par les messages publicitaires. Il est très probable que cette même logique s'appliquait à la publicité. C'est-à-dire, la masse populaire n'était pas réellement ou directement touchée par les messages publicitaires. Selon certains répondants, cet élargissement du public n'a pas été pris en considération par les annonceurs et n'a pas réellement eu de grandes retombées économiques pour les radios. Nous verrons se produire le même phénomène avec l'arrivée du numérique qui participe à un élargissement du public.

Conclusion partielle

Le mouvement de valorisation du créole notamment son introduction comme langue de communication dans la radio a facilité une amplification du mouvement de protestation ayant conduit à la chute de la dictature. Le créole a entraîné un changement important dans la composition du public et dans les contenus proposés avec des thèmes et un registre plus populaire, moins élitiste, moins « sérieux », ce que certains participants considèrent comme une régression au niveau de la production des contenus journalistiques ou la manifestation d'un journalisme plus populaire. Il y a eu des impacts réels sur les relations entre les différents acteurs du système, malgré l'absence de la liberté d'expression pendant la dictature. L'introduction du créole à la radio a donné un accès direct à l'ensemble de la population haïtienne en éliminant la barrière linguistique. Les radios et les journalistes ont aussi modifié leurs relations avec les sources d'information, car ils ont dû rechercher de nouvelles sources d'information pour répondre au besoin d'information du public créolophone, composé majoritairement d'analphabètes des classes populaires qui ont des attentes autres que celles de l'élite. Les radios sont entrées dans une nouvelle forme de concurrence pour l'attention du public créolophone avec de nouvelles formes d'émission, de nouvelles manières de présenter les nouvelles et de nouvelles thématiques intéressantes pour la masse populaire. Cependant, en dépit de tous ces changements constatés dans le système radiophonique, ses caractéristiques fondamentales et l'environnement global dans lequel il évoluait, restent inchangées pendant toute la période de la dictature des Duvalier caractérisées par la répression des opposants et de la presse indépendante, la corruption, l'analphabétisme, la pauvreté, etc.

Chapitre 7. Économie politique de la radio en Haïti

Dans ce chapitre, nous mettons un accent particulier sur l'économie politique de la radio en Haïti, c'est-à-dire sur les conditions matérielles (économiques et techniques) de fonctionnement des radios et du travail des journalistes en rapport avec les structures de pouvoir dans le pays. Le passage de la dictature à la démocratie en Haïti au lendemain du 7 février 1986 a provoqué des changements importants dans les relations entre les acteurs du système radiophonique haïtien. Dans ce chapitre, nous analysons les logiques politique et économique qui sont à la base du fonctionnement de la radio en Haïti depuis la chute de la dictature. En effet, « l'économie politique des médias (...) touche à des aspects aussi divers et variés tels que les transactions, les formes d'organisation, les moyens de subsistance ou de survie, le management de professionnels de médias, les styles et formes de rémunération, les logiques parallèles de financement, la reconfiguration des formes de contenus médiatiques, etc. » (Mosco, 1996, p. 24). Cette citation résume bien les différents aspects traités dans ce présent chapitre. D'une manière générale, l'économie politique se définit comme étant « l'étude des relations sociales, particulièrement des relations de pouvoir, qui constituent conjointement la production, la distribution et la consommation des ressources » (Mosco, 1996, p. 25). Dans ce chapitre, nous examinons à la fois des éléments de transformation et de continuité dans le système radiophonique haïtien sous l'influence des structures politiques et économiques depuis la chute de la dictature. Notre analyse prend en considération, d'une part, des éléments de changement dans les relations entre les acteurs du système radiophonique relatifs à la libération de la parole publique et la multiplication du nombre de radios dans le pays après le 7 février 1986 et d'autre part nous essayons de faire ressortir les inerties structurelles du système radiophonique particulièrement ses

différentes formes de politisation et la continuité de la prédominance d'une élite dans l'espace radiophonique. Il y est question de déterminer finalement dans quelle mesure le système radiophonique s'est transformé sous l'influence de ces deux séries de facteurs en question. Nous analysons les relations entre le modèle économique et la politisation de la radio, ce qui nous amènera à considérer les conditions de précarité économique des journalistes et les différentes stratégies mises en place par ces derniers pour tenter de sortir de la pauvreté.

7.1. La libération de la parole publique : une tentative de démocratisation du système radiophonique haïtien

La fin du règne des Duvalier a amené à une libération de la parole publique, une multiplication du nombre de radios, la création d'une multitude d'organisations populaires et de partis politiques. Autant de facteurs qui impliquent des changements dans la dynamique du débat public dans le pays. Il y avait à la fois des forces de changement comme la chute de Duvalier et l'introduction du créole dans la radio, mais aussi des forces d'inertie comme la politisation de la radio, la précarité, la corruption et la domination d'une élite dans les espaces de débats publics.

La conjugaison de la chute de la dictature avec la montée du créole a favorisé la création de certains espaces démocratiques dans le système par rapport à la situation antérieure. Car, pour la première fois depuis l'indépendance du pays, la langue des dominés a pris le dessus sur la langue de l'élite, dans l'espace public. Les dernières années de la dictature ont été marquées par une période de tension entre une accentuation de la répression par le régime et un début de la libération de la parole où les gens ont commencé à prendre des risques jusqu'à l'éclatement du système. Comme nous l'avons mentionné dans le chapitre précédent, à partir des années 80, les opposants au régime ainsi que des journalistes

engagés ont bravé le danger pour alimenter la mobilisation jusqu'à la chute de la dictature. Certains de ces journalistes comme Liliane Pierre-Paul, Anthony Pascal dit « Conpè Filo »⁶⁹, Marvel Dandin, Michel Sukar, Evans Paul, Marcus Garcia qui exercent encore la profession sont perçus comme des héros qui ont risqué leur vie en faveur de la liberté d'expression. Ils jouissent d'une certaine légitimité morale au sein de la société.

Le départ de Duvalier a provoqué un affranchissement de l'expression populaire. Cette libération « héroïque » de la parole par des figures militantes a aussi coïncidé avec un processus de popularisation de la radio lié au fait que les débats radiophoniques et les éditions de nouvelles ont de plus en plus opté pour la langue créole, rendant les informations directement accessibles à la population très largement créolophone. Les gens qui ne s'exprimaient pas en français ont pu désormais intervenir dans les débats radiophoniques dans la langue de la majorité. L'un des plus grands effets de l'affaiblissement du régime, puis du départ de Jean-Claude Duvalier est sans aucun doute un affranchissement de l'expression populaire. À la suite de la chute de la dictature, la nouvelle Constitution de 1987 garantit la liberté d'expression à toutes les Haïtiennes et tous les Haïtiens. L'article 16 de cette loi mère stipule que : « Chacun a le droit d'exprimer ses opinions en toutes matières, d'écrire, d'imprimer et de publier ses pensées. Les écrits ne peuvent être soumis à aucune censure préalable. Les abus de ce droit sont définis et réprimés par la loi, sans qu'il puisse être porté atteinte à la liberté de la presse » (Constitution haïtienne, 1987).

Avec cette garantie constitutionnelle, le peuple devient libre, en principe, de discuter des sujets de son choix et par le moyen voulu.

⁶⁹ Il est décédé le 31 juillet 2020 à l'âge de 67 ans à la suite d'une crise cardiaque.

Néanmoins, nous verrons que les débats radiophoniques sont encore largement dominés par une élite et que la politisation de la radio reste encore un frein à cette démocratisation. Faut-il comprendre que cet affranchissement de la parole publique a été inscrit dans la Constitution, qu'il a sans doute eu des effets sensibles, mais pas suffisants pour contrer la domination des débats publics par une élite? Certes, les citoyens peuvent désormais discuter de tout à la radio comme dans les autres espaces publics sans trop s'inquiéter, mais cet espace de parole est toujours largement monopolisé par une élite, comme nous le verrons plus loin. Le slogan qui prédominait après la chute de la dictature était « Baboukèt la tonbe », en créole haïtien, ce qui veut dire en français, « la parole est libérée ». « Depuis, on n'a jamais autant parlé. Parler de tout et de rien, parler pour parler, parler pour revendiquer, mais aussi trop souvent, parler pour ne rien dire, au nom de la reconquête du droit d'expression. Et toute cette boulimie de la parole au cours de laquelle se donnait rendez-vous au creuset de la radio, le moyen de communication le plus puissant en Haïti » (Jean-François 2013, p. 31).

Comme le rappelle Diederich (2013), en 1979 Jean-Claude Duvalier avait fait voter une loi qui envisageait un emprisonnement de trois ans pour les journalistes qui auraient insulté un membre du gouvernement ou n'importe quel fonctionnaire de l'État et les forces de l'ordre du pays. De plus, le régime s'est réservé le droit de déterminer ce qui lui paraît être une injure ou pas. Les médias devaient ainsi se taire sur tous les sujets sensibles comme la décrépitude de la société haïtienne, la répression du régime, le vol et le gaspillage des fonds publics par le pouvoir.

Après la chute de Duvalier, la libération de la parole publique s'est traduite par des mises en accusation publique et par une conviction qu'on peut tout dire, tout traiter à la radio. Le procès qu'on ne peut pas faire

auprès de la justice peut se faire à la radio. La délivrance de la parole publique a eu comme conséquence que la radio a été utilisée pour pallier les insuffisances des institutions, notamment politiques et judiciaires. Tout ce qui ne peut pas être résolu par les institutions établies peut l'être à la radio. À la radio, le public essaie de dénoncer des abus ou des problèmes et de proposer des solutions. Si les résultats n'arrivent pas, on aura quand même pu en parler à la radio, être entendu et provoquer un débat. C'est déjà un objet de satisfaction. Depuis les années 1986, la radio est devenue un grand tribunal populaire où l'opinion publique est appelée à témoin pour donner son verdict qui est souvent sans effet sur celui qui est mis à l'index, mais les auditeurs ont le sentiment de participer au débat public, à la gestion de la chose publique grâce à l'utilisation du créole, grâce à l'utilisation de la radio pour les mises en accusation, pour les plaintes, pour parler de tout et de rien et tous les jours.

7.2. Une multiplication du nombre de radios dans le pays

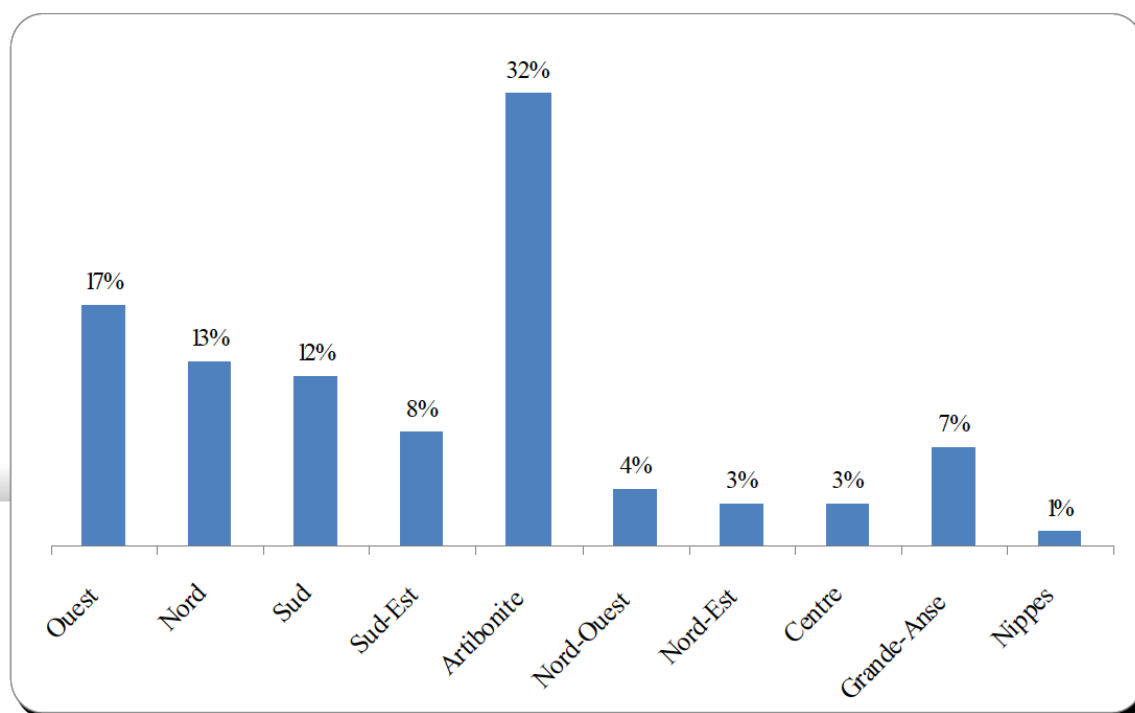
Hormis la libération de la parole publique, l'augmentation substantielle du nombre de stations de radio dans le pays est un autre phénomène majeur qui a provoqué une accélération de la transformation du système radiophonique haïtien. Nous verrons cependant que cette augmentation du nombre des radios participe aussi d'une nouvelle forme de politisation du système radiophonique. Cet aspect constitue une des principales clés d'explication de l'immobilisme du système radiophonique haïtien en dépit des changements observés dans les relations entre les acteurs du système. La prolifération des radios en Haïti a débuté avant même la chute de la dictature. Il y avait déjà neuf stations de radio qui fonctionnaient légalement à Port-au-Prince en 1975 malgré la politique de censure mise en œuvre par la dictature. « La période de 1977-1985 a vu l'émergence de nouvelles stations » (Sérant 2007). En 1986, au moment de la chute de Duvalier, il n'y avait qu'une dizaine de stations de radio et

seulement deux chaînes de télévision à Port-au-Prince.

La chute de la dictature a donné lieu à une restructuration du marché radiophonique haïtien. Elle constitue le point de départ du pullulement des stations de radio dans le pays qui s'est intensifié, comme nous allons le voir, avec les crises politiques et des changements de gouvernement à répétition dans le pays. Selon les conclusions d'une enquête réalisée en 2008 et publiée en 2009 par l'IHSI sur les services des télécommunications, « les stations de radio et de télévision ont connu une croissance sans précédent durant la décennie (1997-2007) qui a précédé l'année de l'enquête. La quantité de stations de radio a plus que doublé durant cette période avec un total de 278 stations contre 132 antérieurement » (IHSI, 2009, p. 36)⁷⁰. Cette augmentation du nombre de radios est observée d'année en année. Ce qui représente un élément très significatif de la transformation du système radiophonique haïtien. Cette grande augmentation du nombre de radios influe en elle-même sur les relations des radios qui sont plus nombreuses à se battre pour les mêmes ressources financières, pour le même public et pour les mêmes sources d'information.

⁷⁰ Il faut souligner que cette enquête ne prend en compte que les stations de radio qui ont une reconnaissance légale. On estime que le nombre de radios illégales dans le pays est encore plus important comme l'a signalé Jean-Marie Alténa, un ancien directeur général du CONATEL.

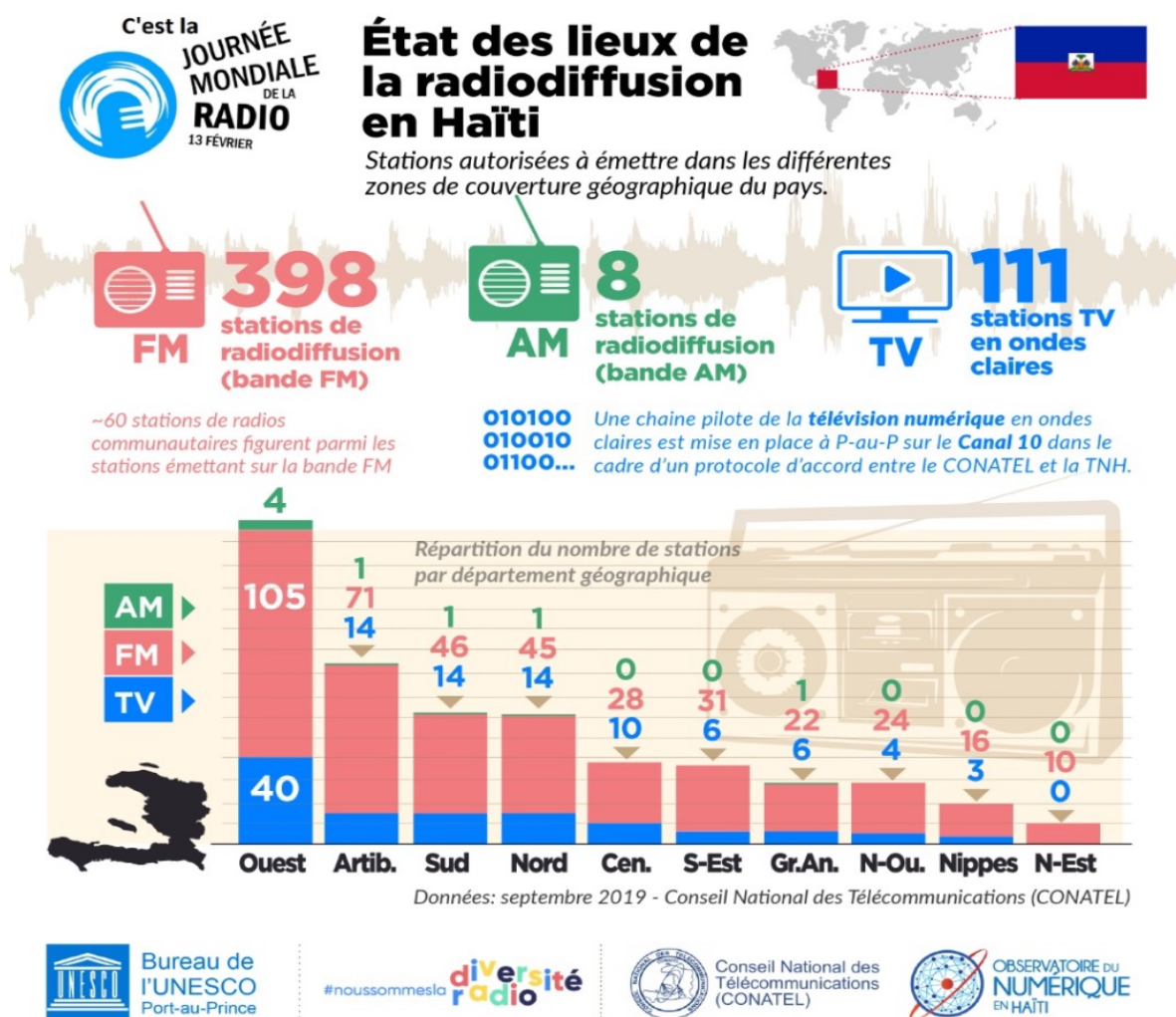
Figure 8-Répartition en pourcentage des radios par département



Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

Ce tableau montre qu'en 2009 il y avait un très grand nombre de stations de radio dans le département de l'Artibonite, beaucoup plus que le département de l'Ouest. Dix ans plus tard, cette tendance est complètement renversée. Les nouvelles données présentées en 2019 montrent que le département de l'Ouest dans lequel se trouve Port-au-Prince la capitale haïtienne contient un nombre de stations de radio plus élevé que les autres départements.

Figure 9-États des lieux de la radiodiffusion en Haïti (CONATEL, 2019).



Selon le tableau présenté par le régulateur, il existe dans le pays 398 stations de radios sonores sur la bande FM jusqu'à septembre 2019 et seulement 8 sur la bande AM qui fonctionnent de manière légale. Mais le nombre total de stations est plus important. Déjà, en 2016, le directeur général du CONATEL d'alors avait indiqué au journal Le Nouvelliste qu'il existait à cette époque plus de 350 stations de radio qui sont légalement autorisées à fonctionner dans le pays et 347 autres qui fonctionnaient de manière illégale sur le territoire haïtien (Altéma 2016). Or, rien ne permet de croire que le nombre de stations illégales aurait diminué. En revanche

nous pouvons penser que les stations illégales sont plus modestes que les stations légales. Cette multiplication des médias a fait qu'on est passé d'une parole qui était contrôlée par une poignée de médias à Port-au-Prince à une explosion du nombre de stations de radio dans le pays en très peu de temps.

Figure 10-Récapitulatif de l'augmentation du nombre de radios légales dans le pays.

Année	Nombre de stations de radio
1975	18
1997	139
2007	278
2016	350
2019	406

Comme il est démontré dans le tableau, de 1975 à 2019 le nombre de stations de radios légalement reconnues dans le pays a augmenté très considérablement.

En dépit de ce grand nombre de stations de radio, le directeur général du CONATEL, Jean-Marie Altéma, dit avoir reçu un nombre considérable de demandes de fréquence de radio ou de licence de fonctionnement alors que la bande FM est quasiment saturée dans plusieurs régions du pays. Dans une note de presse publiée en date du 30 juin 2017, la direction générale du CONATEL a annoncé la fermeture de six (6) stations de radio pirate qui fonctionnaient illégalement dans le pays en vertu de l'application du point 3 du Communiqué numéro « CNT-DG-381-17 », alors que les autres radios illégales continuent de fonctionner. Nous nous demandons néanmoins, pour quelles raisons le CONATEL ne procède-t-il pas à la fermeture de toutes les autres stations de radio non autorisées à fonctionner dans le pays? Pourquoi fermer

certaines d'entre elles lorsque les autres continuent à fonctionner en toute illégalité? Qu'est-ce qui explique cette multiplication du nombre de stations radio dans le pays? Pourquoi a-t-on voulu en créer autant? Pourquoi tolère-t-on autant de stations illégales? Toutes ces stations sont-elles rentables dans une économie si faible? Quels ont les objectifs des détenteurs des licences de fonctionnement des radios?

En nous basant sur les résultats de l'enquête de l'IHSI, la majorité des radios haïtiennes sont plutôt jeunes. Car, « environ 4 stations de radio sur 5 (85 %) ont débuté leur fonctionnement entre les années 1993 et 2007 et 11 % entre 1977 et 1992. Il est aussi important de noter que 2 % d'entre elles ont plus de 40 ans d'existence et qu'un pourcentage similaire qui a commencé à émettre entre les années 1945 et 1960 dépasse cet âge » (idem, p. 19).

7.3. Les causes de la multiplication des radios

L'augmentation du nombre de stations de radio dans le pays a eu lieu avant même et indépendamment du développement du numérique. Les causes de la prolifération des radios sont multiples. Elles sont à la fois d'ordres politique, économique, technique et règlementaire comme nous allons le voir dans les sections suivantes. Faut-il souligner qu'en dépit de cette prolifération des radios, le paysage radiophonique est resté largement dominé par un tout petit nombre de grandes stations de Port-au-Prince, comme Caraïbe FM, Radio Métropole, Vision 2000, Radio Ginen. Les petites stations de radio des villes de province et de la diaspora en général relaient les éditions de nouvelles et les émissions des radios dominantes de Port-au-Prince. La domination du système radiophonique par un petit groupe de radios de Port-au-Prince reste inchangée, comme nous le verrons dans le prochain chapitre.

7.3.1. Une conséquence des crises politiques du pays

Toute l'histoire d'Haïti depuis son indépendance jusqu'à aujourd'hui, est marquée par une instabilité politique, émaillée de coups d'État, de mouvements de contestation des pouvoirs et de changements de gouvernement à répétition. De telles pratiques se sont intensifiées depuis la chute de la dictature qui avait pourtant apporté un brin d'espoir à la population haïtienne qui venait de vivre une longue période de répression. La prolifération des radios dans le pays résulte en grande partie des crises politiques récurrentes post-Duvalier. En effet, la chute de la dictature a ouvert la voie à une démocratisation des propriétés de la radio, mais ce phénomène s'est intensifié avec l'instabilité qui caractérise le paysage politique haïtien depuis la fin du régime dictatorial jusqu'à aujourd'hui. À partir des années 90, particulièrement avec le coup d'État de 1991, il y a eu un très grand nombre de nouvelles stations de radio sur la bande FM et le même scénario s'est répété avec le retour de l'exil du président Jean-Bertrand Aristide en 1994 et cela a continué ainsi à chaque fois qu'il y a un changement de gouvernement. C'est ce que relèvent les propos des participants à cette étude, confirmés par les résultats de l'enquête réalisée par l'IHSI.

La saturation de la bande FM ne concerne pas seulement Port-au-Prince, mais d'autres départements du pays comme l'Artibonite comme nous venons de le voir. Et selon l'un des participants, c'est problématique dans la mesure où, si on a besoin aujourd'hui d'une fréquence pour faire une radio universitaire, parlementaire ou une station de radio de la police par exemple, on n'en trouvera plus de disponible. Alors il suffirait au CONATEL de fermer les stations de radios illégales pour libérer des fréquences. S'il ne le fait pas, y a-t-il des motivations politiques ou un manque de moyens pour repérer et sanctionner les illégaux? Si le directeur du CONATEL a mentionné le nombre de radios qui fonctionnent

sans autorisation dans le pays, c'est qu'il est bien conscient du phénomène et qu'il les a plus ou moins repérées. En effet, le CONATEL s'est intéressé récemment aux radios pirates en raison du fait que leur présence constituerait un risque pour les communications des avions. En somme, il semble y avoir une philosophie du laisser-faire dans le pays, sauf si des dangers apparaissent. Cela s'inscrit dans le cadre global du fonctionnement du pays. Car, la majeure partie des institutions du pays comme les écoles, les pharmacies, fonctionnent sans aucune autorisation légale des autorités compétentes.

7.3.2. Une motivation économique et politique

La multiplication du nombre de stations de radios dans le pays peut aussi s'expliquer par une motivation à la fois économique et politique des propriétaires. De nombreux acteurs économiques qui en avaient les moyens financiers ont profité de cette libération de la parole publique et des fréquences radiophoniques pour accaparer le marché radiophonique. Le public créolophone qui représentait plus de 80 % de la population haïtienne devenait alors un très grand marché à conquérir par les nouveaux concurrents ou les nouveaux propriétaires de médias privés qui voulaient vendre des espaces publicitaires, et par les personnalités politiques qui voulaient vendre leur programme politique à une plus vaste partie de la population. Cette majorité de la population qui, auparavant, a été écartée de l'espace public radiophonique au profit d'une élite est devenue un public cible très convoité à la fois par les acteurs économiques et politiques.

Il y a des gens, dit un répondant, qui font main basse sur les fréquences jusqu'à la saturation de la bande FM dans certaines régions du pays. La quasi-totalité des journalistes seniors interrogés dans cette étude est de cet avis. Les stations de radio deviennent un outil permettant

aux hommes politiques de prendre ou de conserver le pouvoir. Depuis toujours, la radio fait et défait les pouvoirs politiques dans le pays. « Ce n'est pas par hasard si la majeure partie des hommes politiques dont des parlementaires et des ministres ont une fréquence de radio ou de télévision dans leur région », a précisé un journaliste sénior et patron de média. Les hommes politiques ont compris l'importance de la radio pour conquérir et conserver le pouvoir et se sont arrangés pour distribuer des fréquences à leurs proches. Hormis les hommes politiques, certains informateurs ont laissé entendre que les gens qui ont de bonnes connexions avec le pouvoir ne rencontrent aucune difficulté à obtenir une licence de fonctionnement pour une radio. « La licence de fonctionnement se vendait⁷¹ comme des petits pains qu'on vendait à la boulangerie », dit un participant.

Certaines stations de radio qui diffusaient exclusivement en français du temps de la dictature se sont peu à peu retirées de la scène radiophonique. Il devenait très difficile pour les stations de radio de l'élite, particulièrement celles qui soutenaient la dictature, de résister face au nouveau modèle économique. Avec une production bilingue et majoritairement en créole, il était plus facile pour les nouvelles stations de radio d'attirer un public plus large. Certains répondants à cette étude expliquent que la qualité de l'information n'était pas pour autant une préoccupation pour de nombreux nouveaux propriétaires de médias. Si certains utilisaient la radio pour faire de la propagande politique d'autres étaient motivés par la rentabilité économique. Avec la multiplication du nombre de médias, explique un répondant, le champ médiatique n'est pas occupé uniquement par des professionnels des médias, mais aussi, par ceux qu'il appelle des entrepreneurs, des « maisoniers », des « maîtres

⁷¹ À noter que les détenteurs de licence de fonctionnement des radios doivent payer une taxe annuelle pour pouvoir l'utiliser.

chanteurs», c'est-à-dire, des gens qui viennent exploiter la liberté d'expression à leur profit, pour gagner de l'argent sans se soucier de la qualité de l'information. Selon lui, c'est ce qui est arrivé avec la multiplication du nombre de médias, la distribution tous azimuts des fréquences et cela, dit-il, a causé des préjudices énormes aux anciennes stations de radio dont le but était d'apporter au public une information de qualité.

Certains participants à cette étude font ressortir un autre élément comme facteur explicatif de la multiplication du nombre de stations de radio dans le pays. C'est la gouvernance des propriétés de médias. Dans le passé, il n'y avait que quelques familles qui avaient la propriété des médias, de la radio en particulier. Au lendemain de la chute du régime, il était beaucoup plus facile pour les gens qui en avaient les moyens économiques ou de bons rapports avec le pouvoir d'avoir une radio. En résumé, la radio s'est démocratisée à plusieurs points de vue. Elle s'est élargie du point de vue de l'écoute, de la participation et de la gouvernance des propriétés de médias. Tout cela concourt à une certaine diversification du système radiophonique haïtien. En effet, tous les médias ne visent pas les mêmes objectifs. Un des répondants pense qu'il y en a qui n'avaient avant tout qu'une visée politique, alors que d'autres radios n'ont été créées que pour maximiser des profits. Mais dans une certaine mesure, les deux peuvent se rejoindre en ce sens que les hommes politiques, une fois qu'ils ont accédé au pouvoir, ont la possibilité de gagner beaucoup d'argent par des moyens détournés. Ce changement dans la gouvernance des radios dans le pays a amené également une plus grande concurrence entre les acteurs du système.

Chacun cherche à avoir sa propre station de radio ou de télévision même s'il n'a pas de moyens de la faire fonctionner. Ça peut aussi être

considéré comme étant un facteur explicatif de la multiplication du nombre de radios dans le pays. La mise en commun des ressources pour mettre en place de grandes stations de radio mieux structurées pourrait contribuer à réduire le nombre de radios dans le pays.

7.3.3. Facteurs techniques de la multiplication des radios

La multiplication du nombre de stations de radio dans le pays peut aussi être expliquée par des considérations techniques. Le passage de la bande AM (amplitude modulée) à la bande FM (fréquence modulée) a largement favorisé la multiplication des radios dans le pays. La majeure partie d'entre celles qui émettaient sur la bande AM avait la possibilité d'avoir une couverture nationale. Avec le passage de la bande AM à la bande FM, les installations sont devenues moins onéreuses et les besoins en énergie électrique ont diminué considérablement. Ce qui a facilité une augmentation du nombre des radios émettant sur la bande FM et une diminution de celles qui émettaient sur la bande AM. « On peut compter sur les doigts de la main les stations de radio qui émettent encore en AM. En revanche, le cadran FM est presque saturé » (Sérant, 2007, p. 43). La dernière mise à jour du CONAEL montre qu'il n'y a que 8 stations de radio qui émettent encore en AM jusqu'en septembre 2019. Cependant, ce changement n'est pas sans conséquence ; en effet les radios FM n'ont plus une couverture nationale, comme c'était le cas avec les radios AM. Cela reste un rêve pour les radios et la couverture nationale présente un enjeu à la fois stratégique, politique et économique. Car, une couverture nationale permet de toucher une plus grande partie de la population. Ce qui peut attirer beaucoup plus d'annonceurs et le monde politique qui sont susceptibles de diffuser des messages publicitaires ou politiques.

Toujours sur le plan technique, cette multiplication du nombre de radios dans le pays peut aussi être expliquée par la décision du CONATEL

de réduire de moitié l'écart entre les fréquences des stations de radio sonore FM qui est de : 88 à 108 MHz. En règle générale, l'espacement de fréquence recommandé entre deux stations de radio contiguës est de 400 kHz. Dans le cas d'Haïti, cet intervalle entre les fréquences radiophoniques a été réduit à 200 kHz en ce qui concerne les stations de radiodiffusion situées à Port-au-Prince. Une telle décision a permis de doubler le nombre de stations de radiodiffusion émettant sur la bande FM entre 88-108 MHz. Cet espacement pose certains problèmes de distorsion ou d'interférence entre les radios et sur d'autres services des télécommunications.

Maintenant, avec les technologies du numérique, une station de radio n'a même plus besoin de la présence d'un opérateur en permanence en studio. Il suffit de dresser une liste de lecture (playlist) pour plusieurs jours et la programmation va suivre son cours sans aucune interruption s'il n'y a pas un problème technique particulier. Un seul ordinateur peut faire à peu près la même chose que ce qui nécessitait auparavant tout un ensemble d'appareils électroniques. C'est d'ailleurs ce qui permet à certains propriétaires, dont des personnalités politiques, d'opérer une radio à peu de frais et qui rend possible la prolifération du nombre de stations. L'accélération de la transformation du système radiophonique haïtien n'est pas encadrée par un dispositif législatif approprié. Certes, il y a une loi qui existe à cet effet, mais elle n'est pas respectée ou elle n'est tout simplement pas applicable. Ce qui laisse le champ libre à tous ceux qui ont les moyens de se doter de leur propre station de radio de manière légale ou illégale.

Il y a aussi une politique de deux poids et de mesure dans la distribution des fréquences des radios dans le pays. En principe, une seule personne ne peut pas avoir plus de deux fréquences de radios dans la

même région. Or, il y a dans le pays certains groupes médiatiques qui deviennent de plus en plus dominants. Par exemple, comme il est indiqué dans le rapport de DAGMAR, Patrick Moussignac est le plus grand entrepreneur médiatique du pays. Il est le PDG du Groupe Radio et Télé Caraïbes qui contrôle une part importante de l'auditoire haïtien. Selon l'enquête DAGMAR en novembre 2010, Caraïbes FM a attiré 23 % des auditeurs de Port-au-Prince. Cette station de radio dispose également d'émetteurs relais au Cap-Haïtien et à Port-de-Paix. Cette étude montre aussi que la chaîne de télévision Caraïbes est la plus populaire de Port-au-Prince, avec une part de marché de 21,1 %. Le PDG du Groupe Radio et Télé Caraïbes possède également trois autres stations dans la capitale. Il s'agit d'Horizon 2000, Univers FM, qui est classé comme la 5^e station de radio la plus populaire de la capitale, Sky FM, classée comme la 11^e station de radio la plus populaire de Port-au-Prince. Patrick Moussignac est aussi un copropriétaire de Scoop FM qui, selon DAGMAR, ambitionne de devenir la première station d'information haïtienne 24 heures sur 24 du pays. Il détient aussi une part importante dans trois autres stations de Radio de la capitale : Énergie FM, Puissance maximale et Nouvelle Génération.

7.3.4. L'impact de la multiplication des radios et de la libération de la parole sur les relations entre les acteurs du système

La libération de la parole publique et la multiplication des radios dans le pays amènent des changements très significatifs dans les relations entre les acteurs du système radiophonique haïtien. C'est précisément ce que nous analysons dans cette section. Avec la chute du régime, les journalistes peuvent en principe donner la parole à tout le monde pour critiquer ou pour apprécier ce que font les pouvoirs publics sans craindre les représailles. Ce qui n'était pas possible sous la dictature. Mais c'est surtout l'élite qui profite de la liberté de parole. Selon un journaliste

sénior, la société haïtienne n'a pas pris le temps de structurer cette liberté et de donner une certaine balise à l'expression publique à la radio. La transition démocratique a donné lieu à une double rupture radicale. Pendant le règne de la dictature, la presse haïtienne a connu la période la plus sombre de son histoire ; avec la transition démocratique, elle est passée d'un extrême à un autre, c'est-à-dire du bâillonnement de la presse et de la négation totale de la liberté d'expression, à une liberté de parole totalement incontrôlée qui tend même vers l'abus. Les gens se sentent autorisés à dire n'importe quoi, n'importe quand. Ils peuvent insulter publiquement n'importe quelle personnalité du pays y compris le président de la République en le traitant de voleur, de menteur, de criminel et de dealer de drogue sans s'inquiéter outre mesure. En démocratie, la liberté de parole exige une culture civique qui, dans le contexte d'Haïti et compte tenu de son histoire politique, prend du temps à s'implanter.

Cela dit, la liberté de la presse et d'expression reste et demeure à ce jour le plus grand acquis démocratique depuis la chute de la dictature. Avec la libération de la parole publique et l'augmentation du nombre de stations de radio, l'espace radiophonique haïtien devient de plus en plus ouvert et accessible à un plus grand nombre de participants. Les membres du public ont désormais une diversification de choix de radio. Peu importe la tendance politique d'une personne, elle est capable de trouver une radio qui répond à ses attentes, qui la conforte dans son idéologie politique ou confessionnelle. La chute de la dictature a permis de franchir certaines barrières qu'à elle seule l'introduction du créole à la radio comme langue de communication n'avait pas permis de déverrouiller.

La multiplication des radios amène également une certaine fragmentation de l'espace radiophonique haïtien, qui fait que la voix d'un

participant est susceptible d'être entendue par moins de personnes qu'auparavant, toutes choses étant égales par ailleurs. Mais cette fragmentation n'est pas aussi importante que les chiffres bruts présentés par l'IHSI peuvent le laisser croire. La concurrence pour les ressources disponibles se joue particulièrement entre ce petit nombre de radios commerciales d'information dominante de Port-au-Prince, regroupées au sein de l'Association nationale des médias haïtiens (ANMH). Selon l'IHSI, «le paysage radiophonique est dominé par les stations avec une programmation généraliste constituée de bulletins d'information, de spots publicitaires et d'émissions culturelles et de divertissement» (p. 20). Il faut souligner le fait qu'une grande partie des stations de radio diffusent uniquement des programmes musicaux ou religieux. En ce sens, nous pouvons dire qu'une grande partie de celles-là sont pratiquement exclues de l'espace public radiophonique que nous étudions, puisqu'il n'y a pas ou peu de place pour les débats publics.

Les radios se battent toutes pour à peu près le même public, les mêmes sources d'information et de financement, ce qui les amène à développer ce que Charron (2018) appelle un double mécanisme de mimétisme et de distinction pour s'approprier les ressources disponibles. La liberté d'expression a permis aux journalistes et aux radios de concevoir de nouvelles formes d'émission de débat public et de traiter de nouvelles thématiques pour se distinguer. D'autres, en revanche, ont cherché à imiter certains programmes à succès pour essayer de capter une partie de l'attention du public. Ce qui a entraîné un élargissement et une diversification de l'espace radiophonique tant sur le plan de la réception que de la participation au débat.

La radio haïtienne se développe et fonctionne à l'intérieur d'un cadre juridique minimal et partiel. Jusqu'à présent, le texte qui régit le

fonctionnement de la radiodiffusion en Haïti date de 1977, donc du temps de la dictature et bien avant l'implantation d'Internet. Il n'y a pas encore de loi sur Internet et sur la question du numérique. Le gouvernement n'impose aucune limite quant à l'utilisation de l'Internet dans le pays. Les radios et les journalistes agissent quasiment comme bon leur semble. Il n'y a pas de contrôle sur les contenus diffusés à la radio, car cela ne relève pas du ressort du CONATEL. Il n'y a pas non plus d'ordre professionnel pour faire respecter des règles éthiques et déontologiques par les journalistes ou par la radio. En 2012, les principales organisations de patrons et de journalistes en Haïti ont signé un code d'éthique sous l'égide du Bureau de l'UNESCO en Haïti, mais ce code est resté lettre morte, c'est-à-dire qu'il n'a encore jamais été appliqué effectivement par les acteurs concernés. En résumé, l'autorégulation des médias et des journalistes haïtiens reste encore dans le cadre d'un projet à réaliser.

La multiplication des stations de radio a entraîné une prolifération de salles des nouvelles et une augmentation du nombre d'éditions de nouvelles ou d'émissions d'opinion, autant de débouchés pour des jeunes qui cherchent du travail et qui aspirent à travailler dans le monde de la radio, y compris des personnes qui ne sont pas qualifiées. Ce qui affecte à la baisse la qualité de l'information diffusée à la radio, comme nous l'avons déjà vu au chapitre précédent. Autrement dit, la multiplication des radios a créé une grande demande de personnels qualifiés, de sorte qu'il a été de plus en plus difficile de trouver sur le marché des gens compétents au moment de l'explosion du nombre de radios.

Après la chute de Duvalier, la société civile, autrefois muselée, s'est structurée beaucoup plus, ce qui a contribué à faire émerger un espace public un peu plus démocratique dans le pays. En effet, le départ de Jean-Claude Duvalier a donné naissance à une multitude d'organismes

populaires, d'organisations syndicales et de partis politiques dans le pays dont les porte-parole peuvent être considérés comme des éléments de l'élite qui dominent les espaces radiophoniques de débat. Ce qui fait que les salles des nouvelles ont été constamment sollicitées, invitées à des conférences de presse et ont reçu en très grand nombre de notes et de communiqués de presse relatifs à des revendications populaires. Ce nouveau dynamisme populaire influe sur les pratiques journalistiques, notamment sur les relations des journalistes avec les sources d'information qui deviennent de plus en plus diversifiées. Ces voix porteuses de revendications populaires sont malgré tout restées minoritaires ou marginales dans l'espace radiophonique.

7.4. La domination de l'espace radiophonique par une élite

La force de la radio en Haïti est en principe de favoriser la diffusion de l'information, le débat public et la prise de parole de tous, peu importe que les personnes soient alphabétisées ou non, certes, mais la transition démocratique et la montée du créole n'ont pas transformé la structure ou les caractéristiques fondamentales du système radiophonique. Il y a effectivement une certaine démocratisation de l'espace public radiophonique, une libération de la parole publique, mais cette démocratie est encore restée très relative. L'espace radiophonique est toujours dominé par une élite ; une élite politique qui y exerce une certaine hégémonie et une élite économique qui contrôle l'industrie de la radio en raison de sa capacité de financement. Les radios appartiennent majoritairement à des acteurs politiques et économiques. Et puisque les débats publics tournent essentiellement autour des questions politiques, alors la parole publique est généralement monopolisée par des acteurs politiques. La participation à certaines formes de débat radiophonique est, à toutes fins utiles, réservée à cette élite invitée en qualité d'expert, dans

les rubriques « invité du jour » et dans les émissions de débats radiophoniques ou comme protagonistes de l'actualité. Les formes traditionnelles de participation laissent peu de place aux gens ordinaires. C'est dans quelques rares circonstances qu'on fait appel au grand public ou à une catégorie spécifique du public pour y participer, hormis certaines émissions à micro ouvert. Ce qui fait que la place occupée par cette élite n'est pas disparue avec la montée du créole ni avec le changement de régime politique. Comme nous l'avons expliqué dans le chapitre précédent, le téléphone a toujours été un outil important pour participer à certaines émissions de débat public. Or, depuis la chute de la dictature en 1986 jusqu'aux années 2000, le téléphone était encore très élitiste. Seule une minorité de privilégiés étaient détenteurs d'un téléphone fixe ou portable à la fin des années 90. Ce qui a favorisé encore une fois la participation d'une élite dans les émissions radiophoniques de débat.

Même dans les grandes manifestations ou les mouvements de mobilisation politique dans les rues, habituellement pour exiger le départ d'un chef d'État quelconque, les journalistes ont toujours tendance à identifier les personnalités les plus connues qui font partie de l'élite particulièrement politique, de la société civile ou les leaders du mouvement pour donner la parole avec les cris de la foule en toile de fond. Comme le souligne Clarens Renois, « le débat politique nourri dans la presse n'a pas fait progresser la démocratie. En Haïti, c'est celui qui crie le plus fort qui a toujours raison. C'est celui qui peut faire peur, qui menace et peut tuer qui a toujours le dernier mot » (Renois, 2016, p. 52). Cette observation de Clarens Renois a tout son sens dans le contexte haïtien. Les invités ou les participants aux émissions radiophoniques de débat qui sont généralement des éléments de l'élite cherchent à s'intimider, à s'insulter et même en venir aux mains. Même si la multiplication du nombre de radios dans le pays ouvre la voie à une

multiplicité de points de vue dans l'espace radiophonique et à une diversification du choix de contenus pour le public, il y a toujours une minorité plus ou moins instruite qui arrive à s'imposer dans l'espace public au détriment des membres de la population plutôt analphabète. Les changements enregistrés dans les relations entre les acteurs du système s'inscrivent dans une structure sociale sans pour autant la révolutionner. Il y a donc à la fois des éléments de rupture et de continuité.

7.5. Le modèle économique des radios haïtiennes

La publicité représente la principale source de financement des radios en Haïti et elle est aussi vieille que l'histoire de la radio dans le pays. La réclame a fait son entrée dans la radio quelques années après l'implantation de la première station de radio dans le pays. Dans son ouvrage encore inédit, Jacklin Jean Paul a indiqué que la publicité a été introduite à la radio HHK en Haïti en avril 1931 par l'animateur Clément Coicou pour la première fois. Cette année-là, dit-il, le personnel de la station était très insatisfait de son salaire qui était dérisoire. Ce qui a poussé Clément Coicou à demander une augmentation salariale auprès des dirigeants de la radio. Mais sa demande a été refusée catégoriquement. Ainsi, Clément Coicou n'a pas accepté de prendre son chèque et a démissionné de son poste pour revenir par la suite avec des annonceurs. C'était pour le comédien un moyen d'augmenter son entrée d'argent. Connue sous le nom de « Papa Youte », la vedette de la radio consacrait une rubrique de son émission à la promotion d'un produit ou d'une marque. Rhum Sarthe et la marque de voiture Chevrolet étaient les premiers annonceurs à la radio HHK⁷². L'intensification de la concurrence entre les radios pour les ressources publicitaires a réellement commencé

⁷² Faut-il souligner que bien avant 1931 le journal *Le Nouvelliste* avait déjà commencé à promouvoir des produits et certaines marques dans ses colonnes ?

avec le début de la multiplication du nombre des radios dans le pays au lendemain de la chute de la dictature des Duvalier.

En tant qu'élément du système, les radios haïtiennes peuvent être comprises comme des entreprises qui se spécialisent dans la collecte, le traitement et la diffusion des informations sous des supports diversifiés au sens large (édition de nouvelles, analyse politique, émission de débat public⁷³, etc.) et qui interagissent avec d'autres acteurs qui participent à la constitution d'un système. En effet, les radios haïtiennes comme les autres médias « sont des entreprises qui produisent et offrent des produits sur des marchés concurrentiels. En ce sens, ce sont des entreprises comme les autres. Cependant, leur activité, qui consiste à produire et à diffuser des contenus, est, sur le plan économique, tout à fait singulière » (Charron, 2017, p. 1). En effet, l'activité économique des radios haïtiennes, comme d'autres médias, contient une certaine spécificité par rapport aux autres activités économiques. Ces particularités, selon Toussaint Desmoulins (1996), découlent à la fois de la spécificité des produits et des particularités de la demande, ce qui conduit, selon elle, à un type de marché original. La multiplication du nombre de stations de radio dans le pays renforce la concurrence entre les radios pour les ressources indispensables à leur bon fonctionnement. « Dans cette concurrence quasi fratricide, les radios commerciales ont obtenu en 2008 la première position avec 187 678 314 gourdes. Plus de 40 % de ce chiffre d'affaires avait pour origine la production et la diffusion des publicités des stations elles-mêmes. Viens ensuite, le groupement des radios publiques – religieuses totalisant un chiffre d'affaires de 59 668 879 gourdes » (IHSI, 2009, p. 23). Cette enquête précise que la majeure partie de cette somme (56 %) a été tirée des revenus autres que la publicité, mais ne précise

⁷³ Ici, nous parlons particulièrement des radios commerciales.

pas la provenance du reste des revenus⁷⁴. En ce qui concerne les radios communautaires, elles ne gagnent que 11 757 962 gourdes.

Figure 11-Répartition du chiffre d'affaires des radios selon sa provenance (en gourdes)

Type de radios	Heures d'antennes vendues	Vente de droits de diffusion d'émissions produites par la station	Production et diffusion de publicités de la station	Diffusion de publicités produites ailleurs	Autres Revenus ⁴	Total
Commerciales	39 721 641	123 935	80 735 166	47 893 921	19 203 651	187 678 314
Communautaires	370 833	705 282	2 298 325	4 939 618	3 443 904	11 757 962
Publiques et Religieuses	65 994	116 462	2 850 533	23 180 313	33 455 577	59 668 879
Total	40 158 468	945 679	85 884 024	76 013 852	56 103 132	259 105 155

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

Ce tableau montre que la concurrence se joue particulièrement entre les grandes stations de radios commerciales qui dominent le marché publicitaire. En revanche, l'enquête de l'IHSI montre que, « les programmes des radios haïtiennes sont conçus principalement pour répondre aux besoins de formation, d'information et de distraction de la population. La réussite commerciale ne figure pas en première place dans la motivation d'un grand nombre de personnes de monter une radio dans le pays » (IHSI, 2009, p. 22), mais elles ont besoin de revenus pour fonctionner. L'IHSI considère l'exiguïté du marché des affaires dans le pays comme étant à la base d'une grande concurrence entre les stations de radio pour un « maigre gâteau publicitaire ». La concurrence entre les radios haïtiennes pour les ressources publicitaires est très problématique car le marché publicitaire en Haïti n'est pas régulé par l'État. Il n'y a qu'un seul article du décret de 1977 qui fait référence à la publicité. Il s'agit de l'article 54 du chapitre 4 du décret qui stipule « : La publicité ne doit pas, par sa forme et son intensité affecter la qualité des programmes. La

⁷⁴ Signalons que la radio nationale d'Haïti qui est un média public reçoit des fonds de soutien de l'État.

publicité effectuée suivant le procédé de la perception subliminale n'est pas autorisée » (Décret, 1977, p. 11).

Selon un rapport⁷⁵ encore inédit réalisé par le bureau de l'UNESCO en Haïti, « le ministère de la Culture et de la Communication confirme qu'il n'existe aucune politique à partir de laquelle les publicités étatiques sont placées dans les médias. Chaque institution étatique gère ses publicités en fonction de ses propres stratégies et ses propres règles. Dans tous les cas, ce sont les médias de Port-au-Prince qui bénéficient surtout des publicités gouvernementales » (UNESCO, 2018, p. 33) car leurs principaux programmes sont relayés par des stations de radio des autres villes du pays et de la diaspora. Ils sont les médias dominants du pays. En Haïti, la publicité commerciale est beaucoup plus orientée vers les médias privés les plus populaires et les plus écoutés. Comme il est indiqué dans le rapport du bureau de l'UNESCO à Port-au-Prince, « [l]a publicité commerciale se fait en règle générale dans les médias de Port-au-Prince et suit la structure socio-économique du pays caractérisé par la concentration des activités dans la capitale : même s'il faut prendre en compte le fait que certains médias de villes de province en sont bien pourvus. Une telle façon de procéder prive les médias des villes de province de revenus » (UNESCO, 2018, p. 33). Comme il est souligné dans le rapport, ce type de publicité est plutôt occasionnel. Ainsi, les médias de province doivent compter sur la publicité locale qui permet à peine de couvrir quelques dépenses de base. Cette concurrence entre les radios pour les ressources publicitaires est fondamentale. Selon un responsable d'une grande agence de communication en Haïti qui dispose d'un département de placement publicitaire, l'explosion du nombre de

⁷⁵ À noter que ce rapport, non encore publié au moment de la rédaction de cette thèse, nous a été transmis par le responsable de communication du bureau de l'UNESCO en Haïti, Jeffrey Clack.

stations de radio dans le pays pose un certain nombre de problèmes pour ses clients. Selon lui, il devient plus difficile de construire un plan de média qui prend en compte le plus grand nombre de stations de radio possible. Il y a un certain nombre de stations de radio à Port-au-Prince qui restent dominantes, qu'on pourrait considérer comme des incontournables, mais il y en a d'autres qui n'ont pas assez d'écoute. « La tâche devient plus difficile aussi pour nous autres professionnels de la communication pour chercher à comprendre la programmation de chacune de ses stations de radio afin de mieux proposer à nos clients », a indiqué le responsable du département de placement publicitaire d'une grande agence de communication en Haïti participant à notre étude.

Les principaux annonceurs dans les radios en Haïti sont particulièrement les banques, les compagnies de téléphones mobiles, les compagnies des boissons alcoolisées et de tabac, les maisons de transfert d'argent et le gouvernement. Selon l'administratrice d'une station de radio de Port-au-Prince, certaines périodes sont favorables aux médias sur le plan économique comme la période de la Coupe du monde de football ou pendant les trois jours gras, c'est-à-dire la période de carnaval. C'est dans ces moments que certaines entreprises donnent des publicités pour faire connaître leurs activités en raison du fait que l'auditoire est plus important à ces moments précis. Les sources publicitaires deviennent de plus en plus rares selon l'administratrice d'une station de radio à Port-au-Prince.

Je suis responsable de la gestion du personnel, de l'administration et tout ce qui a rapport avec la publicité qui m'est apportée par le responsable de marketing. La principale source de financement de la radio est la publicité. À 70 % c'est la station qui va vers les annonceurs pour demander des publicités et à 30 % les annonceurs viennent vers nous pour nous apporter leurs spots publicitaires, il s'agit dans certains des agences de publicité qui viennent vers nous pour demander des espaces publicitaires pour leurs clients.

Ce cas de figure est similaire dans beaucoup d'autres stations de radios qui font la course aux ressources publicitaires. Selon le directeur d'une jeune station de radio à Port-au-Prince, il y a certains médias qui restent encore dominants sur le marché publicitaire. Ils ont une clientèle fixe et stable. Il estime qu'il n'y a pas de publicité pour plus d'une cinquantaine de radios à Port-au-Prince. « Le plus difficile pour une nouvelle station de radio comme la nôtre est d'avoir une notoriété dans le monde médiatique, auprès du public avec de nouvelles formules, de nouveaux programmes capables de capter l'attention de l'auditoire. Pour nous, c'est à la fois une aventure et un défi », dit-il. Les stations de radio qui s'en sortent mieux sont celles qui jouissaient déjà d'une bonne réputation ou qui arrivent à innover, à se distinguer avec de nouvelles émissions qui marchent bien ou celles qui acceptent de faire des propagandes pour le gouvernement à travers les informations diffusées. Certains patrons de médias haïtiens s'inquiètent déjà pour la survie économique de leurs médias. La question de financement était au cœur d'une rencontre entre les membres de l'Association nationale des médias haïtiens (ANMH) le 24 janvier 2019. Cette préoccupation est vivement exprimée par les différents journalistes seniors devenus patrons de médias qui participent à cette étude.

7.5.1. Le financement des radios confessionnelles et communautaires

Selon le rapport d'enquête de l'IHSI (2009), les radios confessionnelles et communautaires représentent 34 % de stations de radio qui fonctionnent dans le pays. Financièrement, l'essentiel de leurs ressources provient des dons privés et fonctionne sur la base du bénévolat des membres de la communauté. En effet, les radios à caractère religieux et communautaire ne sont pas censées se battre pour des ressources publicitaires en fonction de leur statut juridique, car elles sont des institutions sans but lucratif, mais une partie de leurs ressources

proviennent des recettes publicitaires. Les radios confessionnelles sont financées particulièrement par des groupes religieux qui défendent un certain point de vue du clergé ou des membres de la communauté. Certaines stations de radio confessionnelle comme la 4VEH considérée comme « La Voix évangélique d’Haïti au service de Dieu et du peuple haïtien depuis 1950 » (Radio 4VEH 2020), donne à ses auditeurs ou supporteurs de nouvelles façons de contribuer. Selon les informations disponibles sur le site de la station, « toute contribution sera confirmée par un reçu de la direction de la 4VEH ». Les supporteurs peuvent donner une contribution par chèque, par virement bancaire en gourdes et en dollars. Mais aussi par des moyens modernes de paiement comme Mon Cash, Cash App et Zelle. C’est un nouveau modèle économique proposé aux auditeurs d’Haïti et de la diaspora pour apporter un support économique plus facilement à leur radio.

En Haïti, les radios confessionnelles ont des appartenances religieuses différentes. Radio Soleil ⁷⁶par exemple, appartient à l’Église catholique alors que d’autres comme Radio Lumière⁷⁷ ou Radio Shalom,

⁷⁶ Elle a pour slogan : « La voix de l’église catholique dans l’archidiocèse de Port-au-Prince ».

⁷⁷ À noter que « Radio Lumière est un réseau de neuf stations de radio et une station de télévision chrétiennes. Elle couvre 90 % du territoire apportant le message et l’amour de Christ aux Haïtiens. Radio Lumière est la propriété de la mission évangélique baptiste du sud d’Haïti qui la met volontiers au service de toutes les églises évangéliques. En réalité, Radio Lumière est connue comme la voix de l’église protestante en Haïti. La programmation, le personnel et le support économique nous viennent de toutes les dénominations évangéliques. Le réseau comprend des stations AM et FM reliées par des relais situés à des points stratégiques au sommet de montagnes. La plupart de la programmation est produite en créole haïtien et en français dans l’un des huit studios à travers le pays par un personnel dévoué et tout acquis à la cause de l’évangile. La plupart des stations émettent des segments de nouvelles régionales avec un intérêt particulier pour les événements locaux en plus de relayer le réseau » Source : <https://radiolumiere.org/fr/a-propos-de-nous/qui-somme-nous>.

appartiennent à l'Église protestante. Les radios communautaires⁷⁸ ont commencé à se multiplier dans le pays depuis 1986 après la chute de la dictature. Jusqu'à présent, Haïti ne dispose d'aucune législation spéciale pour protéger ou encourager leurs activités. Les radios communautaires n'existaient pas pendant la dictature, parce que la parole était très règlementée et contrôlée par l'État seulement, qui avait la radio nationale qui pouvait couvrir une plus large étendue du territoire national, a indiqué un répondant. Les activités des radios communautaires sont essentiellement financées par des membres de la communauté et des organisations non gouvernementales. La Radio nationale est privilégiée par rapport aux autres stations de radios privées du pays. Son fonctionnement est financé en grande partie par l'État haïtien. Elle est autorisée à vendre des espaces publicitaires afin accroître ses revenus financiers. Ce qui fait que la concurrence pour les ressources publicitaires se joue particulièrement entre les radios commerciales qui sont d'ailleurs les plus importantes dans le paysage radiophonique haïtien. Cette compétition se fait particulièrement entre un petit groupe de radios dominantes à Port-au-Prince.

7.5.2. La précarité économique des radios haïtiennes

Le système radiophonique haïtien évolue dans un environnement de grande précarité économique. Les ressources publicitaires sont insuffisantes pour faire vivre la multitude de stations de radio qui fonctionnent de manière légale ou illégale dans le pays. Une grande partie des revenus publicitaires des radios, déjà insuffisants, est absorbée par les grandes plates-formes numériques comme nous le verrons dans le prochain chapitre. Or il n'y a aucun mécanisme public de financement des

⁷⁸ Il s'agit d'un organe de radiodiffusion, sans but lucratif appartenant à une communauté donnée. Elle réalise des émissions qui répondent aux préoccupations de la communauté qui la soutient et assure sa gestion.

médias en Haïti hormis la radio nationale qui reçoit le financement de l'État. Sinon, la publicité gouvernementale reste la seule forme de soutien financier aux médias. Néanmoins, comme l'a fait remarquer Frantz Duval dans le cadre d'une émission sur La Voix de l'Amérique, « l'État haïtien est censé être considéré comme un annonceur important pour les médias. Il peut choisir de placer ses publicités dans les radios qui supportent sa politique » (Bélisaire 2020). C'est aussi un effet de politisation, un élément de continuité qui caractérise le système radiophonique haïtien.

En raison de cette précarité matérielle, ce système est sensible aux pressions politiques et tend à constituer un instrument des pouvoirs politiques et économiques qui les financent. C'était le cas sous les Duvalier et c'est toujours le cas depuis la chute du régime. Le nombre de radios a considérablement augmenté alors que la quantité de journalistes diminue selon ce que rapportent les participants à cette étude. Le résultat de l'enquête réalisée par l'IHSI (2013) donne une idée du nombre de personnes employées dans les radios sans préciser si le nombre est en hausse ou en baisse.

Les stations de radio ont employé en 2008 un effectif de 3 171 personnes, dont 2 994⁷⁹, à plein temps. Les femmes n'ont constitué que 15 % de ce personnel permanent. Elles ont été, quoique très inférieures en nombre aux hommes, employées dans les différents types d'emplois disponibles dans les stations de radio. Néanmoins, leur effectif a été beaucoup plus important respectivement dans les catégories « Journalistes, animateurs et assimilés », « Travailleurs non rémunérés » et « Employés administratifs » (IHSI, 2013, p. 27).

Certains journalistes de certaines stations de radios ne sont pas rémunérés. Nous pouvons nous demander de quoi vivent-ils ? Car il n'est pas précisé dans cette étude s'il s'agit des employés des radios

⁷⁹À noter qu'en 2008, il y avait 550 stations légales et illégales dans le pays. Ce qui donne une moyenne de 5 personnes à temps complet par station, et moins de 2 journalistes et animateurs par station. Ce qui paraît très peu, mais de très nombreuses stations de radio ne font que jouer de la musique. Elles n'engagent donc pas de journalistes.

communautaires et religieuses, ce qui nous laisse supposer qu'il s'agit de l'ensemble des stations de radio. Les femmes sont très minoritaires dans les radios haïtiennes et elles généralement moins bien rémunérées que les hommes.

Figure 12-Répartition du personnel des radios selon le sexe et catégorie socioprofessionnelle

Tableau 14 : Répartition du personnel des radios selon le sexe et la catégorie socio professionnelle

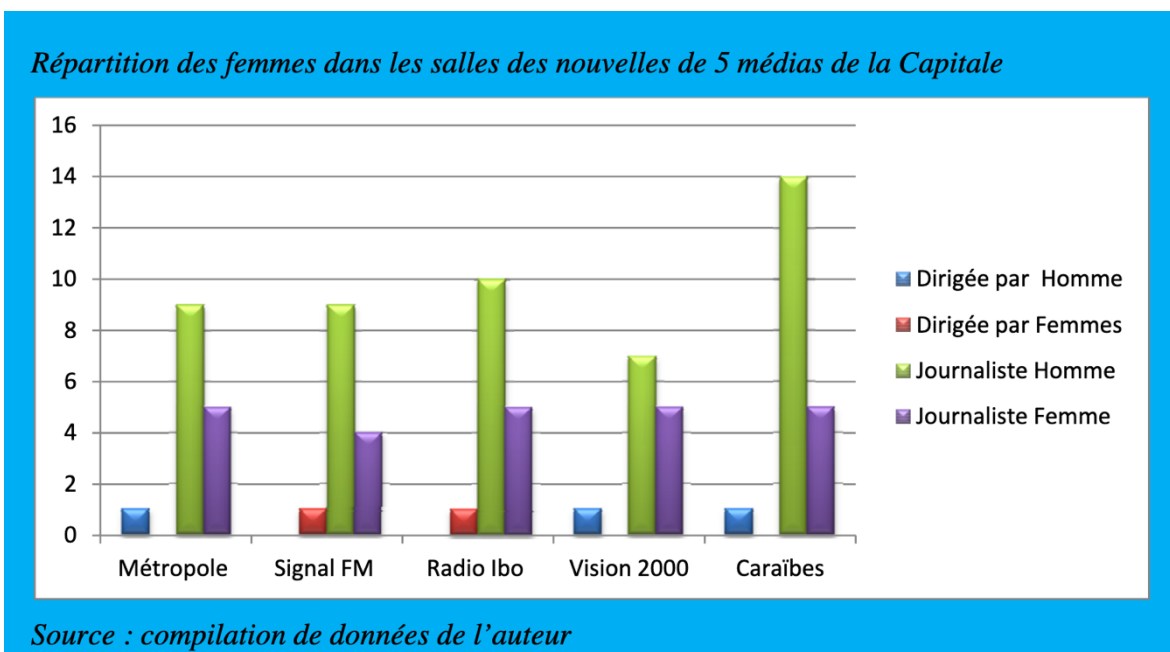
Catégorie socioprofessionnelle	Sexe		Total
	Homme	Femme	
Total	2 682	489	3 171
Directeurs et hauts cadres	311	45	356
Journalistes, animateurs et assimilés	870	170	1 040
Techniciens	320	14	334
Employés administratifs	169	52	221
Personnel de soutien	162	48	210
Travailleurs non rémunérés	703	130	833
Contractuels	147	30	177

Source : IHSI-DSE/Enquête Télécommunications de 2009

e

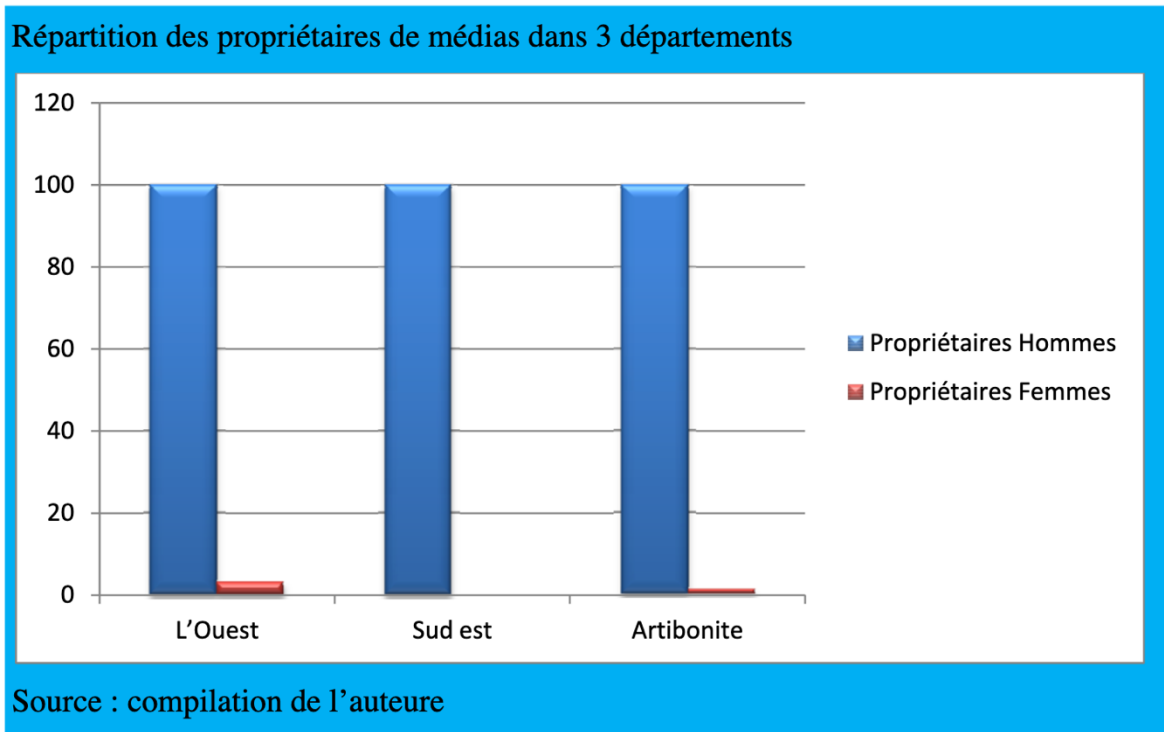
Tenant compte de ce tableau, la radio reste et demeure un univers très masculin. La présence des femmes dans la radio est très inférieure à celle des hommes à tous les niveaux. Cette sous-représentation des femmes haïtiennes dans les médias est d'ailleurs bien documentée dans un rapport réalisé par Panos Caribbean montrant aussi que la hiérarchie est considérablement dominée par les hommes (Hugot, Gêrôme, et Louis 2016). Le tableau suivant résume bien cette sous-représentation des femmes dans la radio en Haïti.

Figure 13-Répartition des femmes dans les salles des nouvelles (Source panos Caribbean 2016, p. 9.)



La sous-représentation des femmes n'est pas constatée uniquement au niveau des salles de nouvelles. Le tableau suivant montre aussi qu'il y a très peu de femmes propriétaires de médias dans le pays. La grande majorité des médias appartiennent à des hommes.

Figure 14— Panos Caribbean 2026, p.14



La sous-représentation des femmes est constatée dans tous les types de médias traditionnels dans le pays particulièrement dans les radios dont le nombre augmente très significativement depuis les deux dernières décennies y compris dans les médias en ligne qui sont favorisés par le numérique. Depuis plus de dix ans, de nombreuses salles de rédaction fonctionnent avec un effectif réduit en raison des problèmes économiques. Les responsables de nombreuses radios essaient de diminuer le nombre de leurs employés pour minimiser les coûts. Les crises socio-économiques que connaît le pays amènent les annonceurs à prendre des mesures visant à réduire leurs dépenses publicitaires, ce qui constitue un manque à gagner pour les radios commerciales qui vivent essentiellement de la publicité⁸⁰. Pour survivre, comme l'a souligné

⁸⁰La question de la rareté des dépenses publicitaires et celle de la migration des dépenses publicitaires vers les géants du web sont abordées dans le prochain chapitre.

Emanuel Celine dans un article publié sur le journal en ligne *Aibopost*, « radios et télés multiplient les mesures qui sacrifient leur personnel essentiel, les journalistes : mise en disponibilité, révocation, fermeture temporaire, fermeture définitive, réduction de salaire ou paiement en retard. Les médias essaient tout pour sauver leur peau » (Celine, 2019a). C'est le cas par exemple pour une station de radio comme Signal FM qui ont même cessé ses éditions de nouvelles jusqu'à date. Et les journalistes qui travaillent dans une grande partie des radios reçoivent un salaire de misère. Comme il y a de l'argent qui circule dans le système politique, certains patrons de radios ainsi que des journalistes essaient de tirer leur épingle du jeu. Ce qui fait que le système radiophonique est fortement impacté à la fois par le facteur économique et le facteur politique comme nous le verrons dans les sections suivantes.

Les radios s'engagent dans de nouvelles formes de « publicité » en s'associant à des opérations de relations publiques. Certaines stations radio s'engagent elles-mêmes dans des activités de communication. Selon un répondant, les responsables des médias sont obligés de développer d'autres stratégies par rapport à la mise en marché. Par exemple, dit un patron de média, « notre média existe depuis plus de 17 ans et je dois vous dire que si on devait vivre uniquement de la publicité on n'existerait plus actuellement ». En ce qui nous concerne, poursuit-il, « nous sommes obligés de réaliser des travaux de communication, des activités transversales, comme la participation à des concours de projet des consortiums qui n'ont rien à voir avec les médias, des ONG qui nous engagent dans des activités de communication ou de plaidoyer ». Cette remarque de ce patron de médias nous paraît très importante en ce sens que le manque de ressources publicitaires change la nature même de la radio en tant qu'industrie. Pas par rapport à la façon de fonctionner antérieure? Par rapport au modèle nord-américain habitue.

D'autres responsables de médias vont dans le même sens en disant qu'il faut faire beaucoup plus d'activités de communication pour pallier la baisse des recettes publicitaires. Ils se penchent un peu vers les relations publiques. Nous analysons cette nouvelle tendance comme étant un élément important de transformation du système radiophonique haïtien. Car la publicité prend de nouvelles formes en raison du fait que les responsables de médias parlent de « travaux de communication » et « d'activités de communication ou de plaidoyer »⁸¹ qui sont souvent des activités de vulgarisation de certains programmes des organisations non gouvernementales (ONG) en faveur de certaines communautés marginalisées du pays. Ces programmes des ONG sont souvent mis en œuvre pour combler les insuffisances ou la défaillance de la politique publique nationale de l'État en faveur des plus pauvres. Sur la base d'un contrat, certains médias peuvent être impliqués dans des actions de communication ou de plaidoyer entreprises par des ONG dans les milieux ruraux particulièrement sur de nouvelles pratiques agricoles ou sanitaires. Les activités de plaidoyer de l'ONG CARE international par exemple, cherchent aussi à influencer les décisions individuelles des ménages.

⁸¹ Selon l'ONG, CARE International, « le plaidoyer est le processus délibéré visant à influencer les décideurs sur le développement, le changement et la mise en œuvre de politiques dans le cas de CARE : réduire la pauvreté et parvenir à une justice sociale ».

7.6. Une amplification de la politisation du système radiophonique haïtien : un fort parallélisme politique

Il existe en Haïti un fort parallélisme entre un système politique partisan et le système radiophonique haïtien, qui est fortement politisé. De 1957 à 1986, les radios étaient sous le joug de la dictature des Duvalier par des mécanismes de contrôle et de répression très stricts. Après la chute de la dictature, cette instrumentalisation politique de la radio s'est poursuivie sous d'autres formes. On est passé d'un contrôle répressif exercé par la dictature à un contrôle qui se présente sous des formes diverses. Cette politisation s'explique à la fois par la propriété des radios, par le mécanisme d'attribution des fréquences et par les modes de financement qui incluent, le cas échéant, les subventions déguisées comme nous le verrons. La radio reste et demeure un outil très puissant aux mains des forces politiques et économiques du pays. Comme l'a souligné Liliane Pierre-Paul, l'expérience de démocratisation de la presse à la chute de la dictature le 7 février 1986 a débouché sur la période d'incertitude et de confusion. « Aujourd'hui, la presse a du mal à observer une distance critique vis-à-vis du pouvoir non dictatorial. Habitée à lutter dans l'opposition, la presse n'a pas pu se définir durant cette dernière période. Était-elle une composante ou un organe du pouvoir démocratique pour lequel elle a lutté ? » (Pierre-Paul 1997), s'est demandé la journaliste sénior qui exerce le journalisme depuis le règne de Jean-Claude Duvalier. Ce qui suggère que les changements observés dans le système radiophonique haïtien depuis la chute de la dictature s'inscrivent aussi dans une certaine continuité des structures de base du système. « Dans la culture politique haïtienne, les médias sont conceptuellement construits en tant que ressource politique. Construite principalement comme une ressource politique, la liberté de la presse a été difficile à régler » (Rhodes, 1999, p. 45). Les propos de cet auteur expliquent en somme pourquoi il y a une telle politisation de la radio en Haïti.

Nous utilisons l'expression parallélisme politique de Hallin et Mancini (2004) évoqué dans notre problématique pour analyser les rapports des acteurs ou des structures politiques avec le système radiophonique haïtien. Le parallélisme politique est l'un des paramètres utilisés par Hallin et Mancini pour caractériser les systèmes médiatiques d'une grande majorité des pays occidentaux en établissant des liens entre les systèmes médiatiques et les structures politiques. En nous basant sur les témoignages de nos informateurs, nous pouvons en déduire une constante : en Haïti, la radio constitue une ressource politique, une arme de combat politique. C'était vrai sous la dictature et c'est encore vrai jusqu'à aujourd'hui. Quoiqu'en disent les principaux intéressés, et malgré les apparences, la radio haïtienne ne fonctionne pas comme une institution autonome, indépendante des pouvoirs et des acteurs politiques. Même le journalisme semble imprégné de cette instrumentalisation de la radio.

7.6.1. La politisation par le mode de propriété de la radio

La politisation du système radiophonique haïtien tient d'abord au mode de propriété des stations de radio. De nombreux participants à cette étude ont évoqué le fait que de plus en plus de leaders politiques du pays cherchent à se procurer et détiennent leur propre station de radio depuis la chute de la dictature jusqu'à aujourd'hui. Ils disent constater que, dans presque chaque département, dans presque toutes les villes du pays, une grande partie des hommes politiques influents, des parlementaires en particulier, possèdent une station de radio et/ou télévision. En effet, une simple analyse de la liste des propriétaires de radios reconnues par le CONATEL nous permet de confirmer cette tendance. Pas moins d'une cinquantaine de stations de radio appartiennent effectivement à des hommes politiques, particulièrement des parlementaires, des anciens ministres, des anciens présidents ou candidats à la présidence bien

connus du pays, hormis ceux qui utilisent des prête-noms pour se procurer une station de radio. Ces médias sont en grande partie des radios généralistes qui ont une programmation très variée avec des émissions de débat politique, de variétés musicales, des émissions éducatives, sportives et religieuses. Faut-il rappeler également que près de la moitié des quelque 700 stations de radio du pays fonctionnent de manière illégale. Et une grande partie d'entre elles appartiennent aussi à des hommes politiques selon ce que rapportent nos répondants. Le processus pour obtenir une licence de fonctionnement d'une radio est parfois long et difficile. La plupart des gens qui ont des ambitions politiques n'ont pas toujours le goût d'attendre une autorisation pour faire fonctionner une radio. C'est un outil par excellence pour faire campagne et vendre ses idées politiques. Tout comme les autres stations de radio légales du pays, il est difficile de déterminer exactement leur modèle économique et la nature de leur financement.

Les hommes politiques cherchent à détenir un média dans une visée avant tout politique. « Je suis une personnalité politique, un sénateur ou un député, j'ai besoin d'assurer ma réélection, de faire la promotion de mon camp politique, j'ai une station de radio, j'ai un média pour le faire. Je m'assure que personne ne va me critiquer sur ce média parce que c'est mon bien. C'est ma propriété, donc à partir de ce moment, le public n'est pas bête. L'opinion suit les choses », a indiqué un journaliste sénior et homme politique. On retrouve dans tous les départements du pays des radios qui appartiennent à des personnalités politiques. À Port-au-Prince, département de l'Ouest, il y a beaucoup de radios appartenant à des acteurs politiques ou qui ont déjà occupé une fonction politique. Par exemple, la radio Mélodie FM appartient à Marcus Garcia, ancien ministre de la Communication. Radio Antilles internationales et Radio adventiste sont la propriété de Jacques Sampeur, ancien candidat à la présidence.

Radio Zénith FM appartient au Maire principal de la commune de Croix des Bouquets, Rony Colin. Signal FM est la propriété de l'ancien candidat au Sénat de la République, Mario Viau. Radio Timoun appartient à l'ancien président de la République Jean-Bertrand Aristide. Radio RCH200 est dirigée par Arnel Bélisaire⁸², chef de Partis politiques et ancien député de la commune de Tabarre. RFM appartient à Rotschild François Junior, ancien ministre de la Communication et à Magalie Comeau Denis qui a aussi occupé la fonction de ministre de la Culture et de la Communication sous la présidence provisoire de Boniface Alexandre. Réginald Boulos, l'un des hommes politiques et des riches hommes d'affaires les plus influents du Pays est l'actionnaire majoritaire de Radio Vision 2000 et son directeur général aussi actionnaire Léopold Bélanger Jr, est président du Conseil Électoral provisoire (CEP). Réginald Boulos est aussi le nouveau propriétaire de Radio Tans-inter, anciennement Radio-Maxima, à Port-au-Prince pour laquelle nous avons travaillé comme journaliste. D'autres personnalités politiques du pays comme l'ancien premier ministre et chef de partis politiques Evans Paul sont actionnaires à Radio Scoop FM et Marie Laurence Lasègue est l'un des propriétaires de Radio Ibo.

Dans le Sud, on retrouve Radio imagine FM qui appartient au député Ralph Papillon. Toujours dans le Sud, Radio Valparaiso à Port de paix appartient à l'ancien secrétaire général du conseil des ministres et ancien premier ministre Enex Jean-Charles et Radio Paradis appartient à l'homme politique Jacques Mathelier. Si on va dans le département du Sud-est, les deux radios les plus puissantes appartiennent aux sénateurs

⁸² À noter qu'il est une figure très remarquable de l'opposition politique. Il a été arrêté le 30 novembre 2019 dans le sud-est du pays et croupit encore en prison. Il a fait l'objet d'un mandat d'amener pour cause de « complot contre la sûreté intérieure de l'État ».

Joseph Lambert et Edo Zeny. Dans le Nord, on retrouve Radio Africa FM qui appartient à l'homme politique et ancien sénateur Nawoom Marcellus et Radio maxima qui est la propriété de l'homme politique Jean-Robert Lalane. Cette dernière est aussi présente dans d'autres départements du pays. Dans d'autres départements, comme Nippes on retrouve Nippes FM qui est la propriété de l'homme politique, Anthony Barbier. C'est le même cas de figure un peu partout dans le pays. Le phénomène est en fait plus répandu qu'il n'y paraît car plusieurs personnalités politiques ont recours à des prête-noms pour se procurer des stations de radio.

Selon certains participants à cette étude, certaines stations de radios appartenant à des politiciens sont le plus souvent politiquement orientées en ce sens qu'elles représentent des outils politiques pour leurs propriétaires notamment pendant la période électorale et lors de crises politiques. L'emprise du propriétaire se manifeste particulièrement sur le contenu des émissions politiques et des éditions de nouvelles. Les propriétaires peuvent se donner autant de temps de parole qu'ils le désirent et s'assurer qu'aucun concurrent ne vienne les contredire sur les ondes de leur média. C'est un avantage énorme par rapport à un adversaire politique qui ne dispose pas de sa propre station. Les hommes politiques connaissent le poids de la radio dans la formation de l'opinion publique, dans la prise de pouvoir et cherchent, coûte que coûte, à se procurer une station.

7.6.2. La politisation par le mécanisme d'attribution des licences

La forte présence d'acteurs politiques dans la propriété des radios suggère que l'attribution des licences n'est pas libre d'ingérences politiques. En tout cas, les participants à cette étude sont presque unanimes à affirmer que les licences de fonctionnement d'une grande quantité de stations de radio sont octroyées sous une base de

complaisance politique et que le processus se répète à chaque fois qu’il y a un changement de gouvernement dans le pays. Chaque gouvernement attribue, par le biais du CONATEL, des licences à de nouveaux groupes de personnes qui lui sont favorables. Il est difficile d’établir une preuve documentaire de favoritisme dans les modes d’attribution des licences de fonctionnement des radios. Cependant quelques informations pointent dans cette direction. D’abord cette idée est très largement répandue chez nos informateurs, pour qui cela relève de l’évidence. Aussi, en analysant la liste des anciens directeurs généraux du CONATEL depuis sa création en 1969 et la période de leur mandat, nous constatons que les directeurs changent avec les gouvernements et que certains gouvernements ont même nommé plusieurs directeurs généraux à la tête du CONATEL pendant la durée de leur mandat. À noter que c’est le ministre des Travaux publics, Transports et Communications (MTPTC) qui nomme le directeur du CONATEL en accord avec le président de la République et sans l’aval du Parlement. Généralement, quand le gouvernement change, la direction du CONATEL change aussi. Nous donnons ici à titre indicatif la liste de tous les directeurs généraux du CONATEL.

Figure 15— Les de tous les directeurs du CONATEL depuis sa création.

Directeurs ⁸³	Prise de fonction	Chef d’État	Mandat
Friz MICHEL	Octobre 1968 — novembre 1974	François Duvalier (à vie)	1957- 1971
Léon B. MIRAMBEAU	Novembre 1974 — septembre 1976	Jean-Claude Duvalier (à vie)	1971- 1986

⁸³ Nous faisons cette démonstration en fonction des informations disponibles uniquement sur Internet. En dépit des démarches effectuées, il nous était impossible de trouver une liste complète des anciens directeurs généraux de CONATEL auprès des responsables de l’Institution.

Antonio RIMPEL	Septembre 1976 — juin 1982	Jean-Claude Duvalier	1971-1986
Fritz MICHEL	Juin 1982 — juillet 1984	Jean-Claude Duvalier	1971-1986
Lucien ADAM	Juillet 1984 — juin 1989	Jean-Claude Duvalier Henry Namphy (CNG) Lesly François Manigat Henry Namphy (Militaire)	1971-1986 1986-1988 1988 1988
Alix LILAVOIX	Juin 1989 — décembre 1989	Prosper avril (Militaire) Hérard Abraham (militaire/provisoire)	1988-1990 1990
René DOMERCANT	Décembre 1989 — mars 1991	Ertha Pascal Trouillot (provisoire) ⁸⁴	1990-1991
Samuel DUBOIS	Mars 1991 — novembre 1991	Jean-Bertrand Aristide (Élu)	1991
Martel PIERRE-LOUIS	Novembre 1991 — juillet 1992	Raoul Cédras (de facto) Joseph Nerette	1991 1991-1992
Ralph ÉLIE	Juillet 1992 — octobre 1994	Marc Basin (provisoire)	1992-1993
Jean Jaunasse ÉLYSÉE	Octobre 1994 — février 1995	Jean-Bertrand Aristide ⁸⁵ Émile Jonassaint (provisoire) Jean-Bertrand Aristide	1993-1994 1994

⁸⁴ Elle est la première et la seule femme présidente d'Haïti.

⁸⁵ En exil, mais toujours reconnu comme président d'Haïti.

			1994- 1996
Jean David RODNEY	Février 1995 — septembre 1995	Jean-Bertrand Aristide	1994- 1996
Jean Ary CEANT	Septembre 1995 — avril 2004	Jean-Bertrand Aristide (Élu) René Préval (élu) Jean-Bertrand Aristide (élu)	1994- 1996 1996- 2001 2001- 2004
Jean Michel BOISROND	Avril 2004 — octobre 2005	Boniface Alexandre (provisoire)	2004- 2006
Montaigne MARCELIN	Octobre 2005 — février 2011	Boniface Alexandre (provisoire) René Préval (élu)	2004- 2006 2006- 2011
Jean Jaunasse ÉLYSÉE	Février 2011 — septembre 2011	René Préval (Élu) Michel Martelly (Élu)	2011 2011- 2016
Jean Marie GUILLAUME	Septembre 2011 — avril 2016	Michel Martelly (Élu) Jecelerme Privet (Provisoire)	2011- 2016 2016- 2017
Jean Marie ALTEMA	Avril 2016 — mai 2017	Jecelerme Privet (provisoire)	2016- 2017
Jean David RODNEY	02 Mai 2017 — octobre 2019	Jovenel Moise (Élu)	2017 en fonction
Jean Marie GUILLAUME	Octobre 2019	Jovenel Moise (élu)	2017 en fonction

Finalement, cette politisation des fonctions administratives est une pratique courante en Haïti, comme dans d'autres démocraties émergentes. À travers le tableau ci-dessus, nous pouvons remarquer une succession d'un très grand nombre de présidents haïtiens depuis le départ de Jean-Claude Duvalier en 1990. En général, le mandat d'un directeur général n'a pas une durée spécifique comme les parlementaires ou le président de la République. Depuis la création ou son officialisation par le décret-loi # 105 de 1969 pris par le président à vie François Duvalier, CONATEL a connu à ce jour vingt directeurs généraux sur une période de cinquante et un ans. Ce qui donne en moyenne une durée de deux ans pour un mandat d'un directeur du CONATEL. Tout comme le CONATEL, Haïti a également connu une vingtaine de chef d'État de 1957 à aujourd'hui en dépit d'une longue période de 29 ans du règne des Duvalier. Depuis l'adoption de la constitution de 1987, la durée d'un mandat présidentiel est de 5 ans. Or depuis 1986 dix-huit présidents se sont succédé au pouvoir pendant une période de 34 ans. Ce qui donne aussi en moyenne moins de deux ans par mandat présidentiel. Certains présidents passent moins d'une année au pouvoir. Cette instabilité des directeurs généraux à la tête du CONATEL est aussi liée à l'instabilité politique du pays. En effet, le CONATEL est une instance fragilisée par les crises politiques successives. Il a le mandat de délivrer des licences en vertu de la loi, mais il n'a pas les ressources pour faire en sorte que la loi soit respectée, ce qui explique la prolifération des radios illégales. Bref, le CONATEL ne peut qu'être sensible aux pressions politiques. Cette politisation du régulateur de la radiodiffusion peut être considérée comme une conséquence de la politisation de la radio elle-même. C'est-dire que les élus ont mis en place un dispositif administratif conforme à leur conception instrumentale de la radio. La distribution tous azimuts des fréquences des radios constituait pour les dirigeants haïtiens une manière d'assurer leurs arrières.

7.6.3. La politisation par le mode de financement des radios

Le système radiophonique haïtien est aussi politisé par son mode de financement. La précarité économique de la radio rend celle-ci vulnérable face aux pressions politiques. Si nous considérons l'ensemble des médias, nous pouvons nous demander pourquoi il y a autant de médias dans une économie haïtienne si faible ? De quoi vivent-ils ? Il n'y a aucune transparence dans les états financiers des radios haïtiennes qui permettrait d'identifier toutes leurs sources de financement. Il faut ici souligner que plus de deux tiers des stations de radio interrogées par l'IHSI en 2009 ne disposaient d'aucune comptabilité. Cette situation s'explique en partie par le grand nombre (34 %) de stations de radio de petite taille, à vocation communautaire et religieuse, qui opèrent sur la base du bénévolat et de dons privés (IHSI, 2009, p. 19). Quoi qu'il en soit, la question demeure : compte tenu de l'exiguïté du marché publicitaire haïtien, comment sont financées les si nombreuses stations de radio du pays ? En général, selon un participant, l'information en Haïti est financée par ceux qui ont intérêt à le faire et qui en ont les moyens, et ce sont d'abord les hommes politiques.

Les recettes publicitaires vont en majeure partie à une dizaine de médias dominants de Port-au-Prince, regroupés notamment au sein de l'Association nationale des médias haïtiens (ANMH) qui arrive à capter l'attention de la majeure partie du public haïtien. Il n'y a pas en Haïti de mécanismes permettant de mesurer le côté d'écoute des radios. Mais certaines radios comme Métropole qui reste encore une radio élitiste, Caraïbes FM, Radio Vision 2004, Radio Kiskeya, Radio Ginen, Radio Signal FM figurent parmi les radios privées dominantes sur le marché national. De plus, la succession des crises sociopolitiques du pays entraîne un ralentissement des activités économiques voire la fermeture de certaines entreprises du pays. C'est le cas par exemple pour l'hôtel Best Western

situé dans les hauteurs de Pétion-ville, une banlieue de Port-au-Prince, qui vient d'annoncer sa fermeture définitive le 21 octobre 2019 dernier. De nombreux patrons de médias participant à cette étude ont exprimé leur inquiétude par rapport aux problèmes de financement qui menacent l'existence de leurs médias comme l'exprime ce participant :

En réalité, le problème du financement des médias dans le pays se pose à présent. Il nous faut beaucoup plus d'ingéniosité pour trouver d'autres sources de financement, d'autres activités génératrices de revenus, parce que la publicité ne peut pas nous soutenir entièrement. On a déjà posé le problème du financement de l'État à plusieurs reprises, mais ici on confond toujours l'État et le gouvernement. C'est la raison pour laquelle qu'on n'arrive toujours pas à exploiter cette formule. Mais la subvention de l'État s'impose parce qu'il y a un travail de service public que font les médias. Nous avons les spots éducatifs, nous avons les spots de sensibilisation, à l'hygiène, à l'utilisation de l'énergie électrique tout cela. Ce sont des spots à vocation d'éducation populaire, et quand il y a des catastrophes on diffuse des informations qui ne sont pas payées, c'est de la sensibilisation aussi. En fonction de tout cela, on aurait dû bénéficier d'une subvention de l'État, mais ce n'est pas le cas (extrait d'un participant, journaliste sénior et patron de médias).

Il est un fait certain que la radio est loin d'être une entreprise rentable en Haïti malgré la velléité des Haïtiens pour s'en procurer et malgré les efforts consentis par les responsables de médias pour élargir leur public comme nous le verrons. Certains journalistes sénior et patrons de médias ont souligné le fait que les hommes politiques, les membres du gouvernement cherchent toujours à contrôler même les radios qui veulent garder une certaine indépendance en leur octroyant certaines subventions de manière détournée. Certains participants soulignent le fait que les radios d'information haïtiennes fonctionnent en grande partie sous une influence politique. Dans le contexte haïtien, il est très difficile de documenter cette influence, mais c'est une pratique qui est connue de tout le monde.

Dans un pays comme Haïti qui est en situation de crise sociopolitique en permanence, la radio devient un vecteur de communication de plus en plus important pour les acteurs politiques qui en ont besoin pour rallier la population à leurs causes. Ce qui fait que les émissions radiophoniques comme principaux espaces de communication publique du pays sont toujours très surchauffées. Les acteurs politiques qui n'ont pas leur propre station de radio peuvent se voir accorder beaucoup d'espace de parole dans certaines stations de radio. En Haïti, les pouvoirs dictatoriaux d'hier et les pouvoirs démocratiques d'aujourd'hui déploient de grands moyens pour tenter de monopoliser les espaces médiatiques à des occasions précises. Par exemple, Jacklin Jean Paul souligne que François Duvalier avait initié un programme baptisé « La voix de la république » que tous les médias du pays devaient diffuser au même moment. Au départ, les médias étaient payés pour diffuser ce programme ; par la suite Duvalier les avait obligés à diffuser ce programme gratuitement. En 2004, l'ancien président Jean-Bertrand Aristide avait fait la même expérience avec son programme gouvernemental hebdomadaire baptisé « Les mardis de la presse » d'une durée de deux heures environ. Tous les médias étaient payés très cher pour diffuser ce programme simultanément. Ce programme était présenté par l'ancien secrétaire d'État à la communication, le très influent Mario Dupuy. À l'époque, tous les grands médias du pays, membres de l'ANMH étaient pourtant clairement identifiés comme étant proches de l'opposition et du secteur des affaires. Leur participation à cette opération peut aussi être considérée comme résultant de la précarité économique des médias qui les amène à faire certaines choses qu'ils ne feraient pas s'ils avaient des ressources économiques suffisantes.

Dans la logique de fonctionnement de la radio, la diffusion d'un programme de ce genre est considérée comme un espace publicitaire

vendu au gouvernement ; mais l'émission est présentée au public comme une émission d'information. Cette pratique peut être interprétée comme une manœuvre du gouvernement visant à assujettir ou instrumentaliser les médias par l'argent, même si cet argent n'est pas forcément illicite. Ainsi, avec l'argent du gouvernement, les espaces médiatiques sont transformés en espace publicitaire pour le pouvoir, mais sous une forme informationnelle qui s'apparente à un grand publiereportage. Un journaliste sénior et patron de médias affirme qu'il « il y a des cas où le gouvernement accorde des aides, mais c'est conditionné à la propagande et nous autres nous n'acceptons pas. Il y a certains médias qui acceptent de s'aligner. Mais nous autres, ce n'est pas parce que nous avons une position politique, c'est parce que c'est contraire à l'éthique tout simplement ». Nous avons remarqué cette tendance du côté de certains patrons de médias qui consiste à dire que ce sont les autres qui acceptent de l'argent du gouvernement en échange de la propagande politique, mais pas eux-mêmes. Le fait pour certaines stations de radio ou des journalistes de recevoir des financements de la part des structures politiques peut traduire cette forme de politisation, d'instrumentalisation ou d'assujettissement de la radio sur une base économique. Nous constatons aussi une tension entre un système radiophonique très politisé, annexé aux champs politiques, et un groupe de patrons de médias et de journalistes qui réclament une autonomie du journalisme et du débat public par rapport aux forces politiques. Nous avons, d'une part, une forte politisation du système radiophonique et, d'autre part, un discours qui s'oppose à cette politisation. Ce qui atteste d'une certaine résistance à la politisation au sein même du système radiophonique. Il est difficile d'établir la sincérité ou la véracité d'un tel discours. Néanmoins, les témoignages de certains patrons de médias révèlent bien cette tension, une opposition par rapport à cet effet de politisation du système radiophonique haïtien par des autorités du pouvoir. Comme nous allons

le voir, nous pouvons considérer le fait que des journalistes et de patrons de médias exécutent des contrats de communication tout en agissant comme arbitres dans l'espace public comme une forme de politisation de la radio. Car, ils sont supposément neutres, mais ils participent à des jeux politiques.

7.6.4. La politisation par la corruption

La corruption⁸⁶ est une forme de politisation des acteurs du système radiophonique haïtien. Nos répondants estiment qu'il y a un très grand nombre de patrons de médias et de journalistes qui sont concernés par cette pratique. C'est connu de tout le monde, certes, mais il est difficile d'en faire la démonstration et de mesurer l'ampleur du phénomène, car l'argent de la corruption ne circule pas au grand jour et ne laisse pas de traces. Et, en Haïti, bien que ce soit une pratique courante dans bien des domaines, le sujet reste tabou. Sur le plan politique, on peut classer les radios en trois catégories. Des radios sont réputées proches du pouvoir ; d'autres sont réputées proches de l'opposition ou contre le pouvoir ; finalement il y a celles qui gardent une certaine neutralité par rapport aux deux camps politiques. Pendant la présidence de Jean Bertrand Aristide, les médias membres de l'ANMH s'étaient positionnés contre le pouvoir en place au point de choisir de ne plus couvrir les activités du gouvernement à un certain moment en guise de protestation contre les exactions des proches du pouvoir sur les radios membres de l'ANMH identifiées comme étant proche de l'opposition politique. D'une manière ou d'une autre, ils sont tiraillés, instrumentés par des structures politiques ou économiques.

⁸⁶ Le grand dictionnaire terminologique définit la corruption comme étant une « altération de la conscience professionnelle du titulaire d'une fonction qui résulte de l'offre ou de la promesse d'un avantage quelconque à cette personne, de telle sorte que celle-ci accepte de ne pas exécuter sa fonction comme elle l'aurait fait en l'absence d'une telle offre ou promesse » (Le grand dictionnaire terminologique 2020, http://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=26546999).

Le marché publicitaire haïtien est largement insuffisant pour faire fonctionner le nombre très élevé de radios du pays. Ce qui expliquerait une circulation de l'argent de la corruption, du financement occulte dans le système, selon les propos de la majeure partie des participants à cette étude, notamment des patrons de médias eux-mêmes. Certains d'entre eux indiquent que plusieurs concurrents acceptent de se transformer en organe de propagande du gouvernement en échange de l'argent qui est souvent versé sous forme de subvention ou de publicité déguisée. Les médias haïtiens fonctionnent à l'image du pays. Car les pratiques de corruption qui caractérisent le fonctionnement des institutions publiques et privées haïtiennes depuis son indépendance n'épargnent pas les médias. Pour l'une des rares fois, la question de la « corruption dans les médias » en Haïti a été débattue dans le cadre de l'émission « Forum » sur la Télévision et Radio Caraïbes le 17 février 2018⁸⁷. L'animateur et ses invités ont exposé ouvertement les problèmes de la corruption qui minent le fonctionnement des journalistes et des médias haïtiens. La corruption a toujours existé dans les médias en Haïti. Néanmoins, comme le rappelle Clarens Renois, la corruption a commencé à prendre chair dans les radios après la chute de la dictature. Avant 1986, il y avait très peu de radios et de journalistes dans le pays et les radios étaient très peu sollicitées. Avec la libération de la parole, dit-il, il y a eu une pression constante et intense qui est exercée sur les radios par des gens qui cherchaient tous à prendre la parole pour faire valoir leur point de vue politique. Selon Clarens Renois qui participait à l'émission Forum, c'est à partir de ce moment-là que la bataille de l'opinion a commencé. « Il y a gens qui veulent se vendre et ceux qui cherchent à détruire leurs adversaires politiques. Et c'est à partir

⁸⁷ Cette émission avait pour invités : Clarens Renois, directeur général de l'agence en ligne HPN, Marie Raphaëlle Pierre, directrice de l'information à Radio Ibo et Michel Joseph, journaliste, grand reporter et présentateur de journal à Radio Caraïbes.

de ce moment que le phénomène de la corruption dans les médias a commencé à prendre corps ». Depuis, la publicité commerciale et politique occupe une grande place dans les radios et ça devient le meilleur moyen de prendre le contrôle de ces dernières.

Dans ce contexte, les journalistes et les médias se font souvent reprocher d'être des corrompus, des « marchands de micro » ou d'être à la solde d'un secteur ou d'un autre. Ce qui mine la confiance du public envers les médias et les journalistes. C'est le sentiment exprimé par de nombreux membres du public participant à cette étude qui sont persuadés que les médias sont à la solde des puissants politiques et économiques. « Ils sont tous des vendus, des corrompus, des marchands de micros. C'est pourquoi ils n'invitent pas tout le monde dans leurs émissions. Il faut avoir de l'argent pour payer si on veut intervenir dans certaines émissions de débat politique », a expliqué un auditeur. La corruption du système radiophonique est critiquée et dénoncée à la fois par le public et par des journalistes ou certains patrons de médias eux-mêmes. Et effectivement, selon un journaliste sénior, les médias traditionnels sont à la solde des hommes ou des groupes politiques.

*7.6.4.1. Le cas des animateurs de *Matin Caraïbes**

Plusieurs scandales de corruption ont déjà éclaté dans le milieu médiatique haïtien au cours des dix dernières années impliquant souvent des patrons de médias eux-mêmes ou des journalistes. Le cas le plus récent, qui nous sert d'exemple, est celui des animateurs de l'Émission *Matin Caraïbes* diffusée du lundi au vendredi sur *Caraïbes FM* qui a provoqué un grand scandale dans le monde médiatique haïtien. Le dossier a enflammé les réseaux sociaux à la suite d'un message publié par l'un des animateurs de l'émission, Emmanuel Jean-François, sur son compte Facebook le 6 juillet 2020. Dans sa publication, il a dénoncé quatre de ses confrères soient : Joseph Guyler Cius Delva, Edmond Jean-Baptiste, Jean

Venel Remarais et le défunt Éric Laguerre dit « Tonm malè ⁸⁸» qui auraient reçu chacun la somme de 250,000 gourdes en décembre 2018 de la part de l'ancienne directrice du Service métropolitain de collecte de résidus solides (SMCRS), Magalie Habitant. Un fonds qui, selon lui, était alloué à des travaux d'assainissement⁸⁹. Cette information s'est propagée sur les réseaux sociaux comme une trainée de poudre. Ce qui a obligé le PDG de la station, Patrick Moussignac, à ordonner une interruption momentanée de l'émission à la suite du scandale de corruption qui a éclaté. Chacun des animateurs mis en cause a cherché une sortie honorable dans cette affaire. Edmond Jean Baptiste, un des animateurs de l'émission a remis sa démission publiquement au PDG de la radio, Patrick Moussignac, et dément avoir reçu cet argent. En revanche, l'ancien ministre de la Culture et de la Communication, Joseph Guyler C. Delva⁹⁰, a admis avoir reçu de Magalie Habitant la somme 250 000 gourdes⁹¹ et précise que cette dernière n'était plus directrice générale du SMCRS. « En décembre 2018, j'ai reçu un appel d'un ami, aujourd'hui décédé, m'informant qu'une amie de vieille date (une amie de plus de 30 ans) m'avait envoyé un cadeau pour les fêtes de fin d'année. Il m'a donné rendez-vous à Delmas où je me suis rendu pour recevoir un montant de 250 000 gourdes » (G. C. D. Joseph 2020). Les pratiques de corruption dans le milieu médiatique haïtien sont bien connues par les acteurs du système. Les participants à cette étude sont unanimes à le reconnaître. Il s'agit d'une forme de

⁸⁸ Il était déjà décédé avant l'éclatement du scandale de la corruption.

⁸⁹ À noter que ce dernier a lui-même été traité de voleur par un de ses anciens collaborateurs à Caraïbes-FM, Fanel Delva, dans une publication sur sa page Facebook. Aussi, c'est une déclaration du journaliste Salomon Sémé de Radio Méga qui est à la base de ces dénonciations. Il a déclaré que Jean-François Emmanuel avait sollicité du directeur du Service national de gestion des résidus solides (SNGRS), Eude Lajoie, un montant d'un million de gourdes pour finaliser la construction de sa maison.

⁹⁰ Guy Delva a déjà occupé les fonctions de Secrétaire d'État, Conseiller du Président de la République et ministre de la Culture et de la Communication.

⁹¹ Environ 3500 dollars canadiens.

politisation qui caractérise le système médiatique haïtien et qui résulte de la précarité économique des journalistes et des médias.

7.6.5. La politisation par association

Les médias haïtiens sont traditionnellement réputés proches, tantôt du pouvoir, tantôt de l'opposition politique, en fonction des circonstances. Au cours du deuxième mandat du président Jean-Bertrand Aristide dans les années 2000, la politisation du système médiatique haïtien se fait aussi par les associations dans le domaine de la radio. Le cas le plus marquant, c'est celui de l'Association nationale des médias haïtiens (ANMH) regroupant les patrons de médias les plus puissants du pays, qui a adhéré formellement au Groupe des 184 au début des années 2000. Initialement, ce groupe n'était qu'une initiative de la société civile visant à faciliter les discussions entre le pouvoir en place et l'opposition politique en vue d'une sortie de crise née des élections législatives contestées de 2000. Mais cette structure organisée n'allait pas tarder à rejoindre l'opposition politique dans la mobilisation anti-pouvoir. Le Groupe des 184 réunissait les principales associations de la société civile, les élites politiques, intellectuelles et économiques du pays. Les principales structures politiques et du secteur privé des affaires, hostiles au pouvoir du parti Fanmi Lavalas dirigé par Jean-Bertrand Aristide. Le rôle du Groupe des 184, coordonné par le riche homme d'affaires américano-haïtien, André Apaid, a joué un rôle de premier plan dans les mobilisations conduisant au départ anticipé du pouvoir de Jean-Bertrand le 29 février 2004. Ce groupe avait à sa disposition de grands moyens financiers pour mener ses actions de mobilisation et de lobbying auprès d'un certain nombre d'ambassades étrangères comme celles des États-Unis, du Canada et de la France qui ont aussi joué un rôle important dans le renversement du pouvoir. À côté de grands mouvements de mobilisation

de rue, cette structure a mis en place un programme baptisé « Caravane de l'Espoir » qui consistait à initier et à animer des débats publics à travers les villes du pays et dans les grandes communautés haïtiennes de la diaspora. L'ensemble de ces discussions devait aboutir à un document final considéré comme un « nouveau contrat social » qui visait à accompagner le peuple haïtien après le départ de Jean-Bertrand Aristide. L'ensemble des médias membres de l'ANMH étaient considérés comme des membres du Groupe des 184 et donc comme des médias de l'opposition politique. Après la chute du régime d'Aristide, l'ANMH devenait proche du gouvernement de transition dirigé par le Président Boniface Alexandre et le premier ministre Gérard Latortue. Un pouvoir qui est censé être considéré comme étant le fruit de leur mobilisation. Au départ de Jean-Bertrand Aristide, la structure s'est éclatée et certains de ses leaders se sont portés candidats à tous les niveaux. C'est le cas pour l'industriel Charles Henry Becker qui s'est porté candidat à la présidence du pays et Anthony Barbier au Sénat de la République. Ce qui nous amène à dire que le Groupe des 184 n'était qu'une structure politique latente. Les médias qui ne sont pas membres de l'ANMH sont regroupés au sein d'une autre association de patron de médias qui est l'Association des Médias indépendants d'Haïti (AMIH). Cette organisation patronale regroupe les médias qui sont réputés proches du pouvoir de Jean-Bertrand Aristide. Ce qui fait que si un média n'était pas du côté de l'opposition, il était forcément proche du pouvoir en place. À un certain moment, les médias membres de l'ANMH ont même cessé de couvrir les événements qui sont liés au pouvoir en signe de protestation contre les exactions du régime de Jean-Bertrand Aristide.

7.7. La réalité financière des journalistes haïtiens et leurs stratégies pour sortir de la précarité

Si la précarité des radios favorise leur politisation, il en va de même pour les journalistes, qui sont sous-payés. Ces derniers travaillent dans une situation de grande précarité qui les amène le plus souvent à adopter des comportements ou des actions qui créent des conflits de rôle. Selon une étude de la firme Dagmar (2012), dans les « grandes » stations de radio commerciales viables, les journalistes reçoivent en moyenne l'équivalent en gourde haïtienne de 100 et 250 dollars américains comme salaire mensuel, ce qui est proche du salaire minimum en Haïti. Le gouvernement haïtien a fixé le salaire minimum en 2019 à une fourchette de 250-500 gourdes (soit 4-8 dollars américains)⁹² pour une journée de 8 heures de travail en fonction du secteur d'activité considéré, ce qui donne un salaire mensuel d'environ 200 dollars américain. Selon le dernier ajustement salarial effectué par le Conseil Supérieur des Salaires (CSS), le salaire minimum d'un journaliste devrait être de 550 gourdes par jour. Ce qui est l'équivalent d'un salaire mensuel de 16 500 gourdes ou 225 dollars américains suivant le taux d'échange actuel. C'est le salaire de base des tous les employés du secteur « A » dans lequel se trouvent les médias et bien d'autres secteurs d'activités économiques du pays. Or, une enquête réalisée par un journaliste du journal en ligne Ayibopost montre qu'une grande partie de journalistes du pays reçoivent un salaire qui se trouve en deçà du seuil de salaire minimum fixé par le CSS. « Sur trente (30) entreprises de presse analysées, seulement huit offrent des salaires respectant le dernier ajustement du salaire minimum qui remonte au mois de novembre 2018. Pour les huit entreprises respectant le salaire

⁹² À noter que depuis le début du mois de septembre 2020 le prix du dollar par rapport à la gourde a chuté de plus de 40% ce qui fait que cette dernière a pris de la valeur. On est passé de 1 dollars pour 123 gourdes à 1 dollar pour 60 gourdes.

minimum, les salaires les plus bas varient entre 18 000 et 25 000 gourdes pour des professionnels ne réalisant qu'une seule tâche au sein du média » (Celine, 2019b).

Selon l'enquête, plus de deux tiers des médias n'accordent même pas la moitié du salaire minimum à leurs journalistes et deux médias parmi les 30 analysés ne donnent aucun salaire à leur journaliste. Nous allons revenir sur cet aspect particulier. « Les propriétaires de ces institutions distribuent de manière irrégulière un montant insignifiant et aléatoire aux employés » (Celine, 2019 b, 5^e paragraphe). L'étude montre aussi que les correspondants des médias de Port-au-Prince sont les plus mal payés en dépit du fait que ces médias soient les plus riches. La plupart des correspondants des radios de Port-au-Prince de la deuxième ville du pays, Cap-Haïtien, gagnent en moyenne un salaire mensuel de 2000 gourdes qui correspond à 22 dollars américains. Même les responsables des salles de rédaction et certains journalistes vedettes n'ont pas forcément un meilleur traitement salarial comme c'est le cas dans bien d'autres pays où certains journalistes vedettes peuvent réaliser des millions de dollars annuellement. Par exemple, un article publié au journal *Le Nouvelliste* par l'économiste Thomas Lalime montre que l'ancien directeur de la Télévision nationale d'Haïti et actuel ministre de la Culture et de la Communication, Pradel Henriquez, avait un salaire mensuel de 15 000 gourdes quand il était directeur de Télémax en 2004. « Son collaborateur superstar de l'époque, Paul Vilfranche, gagnait, lui, 19 000 gourdes » (dans *Le Nouvelliste*, Lalime 2017, 2^e Paragraphe). Ne parlons même pas du salaire des jeunes journalistes, stagiaires et pigistes. Pradel Henriquez souligne le fait que « les travailleurs de la presse ne disposent même pas de plan de retraite et de protection sociale » (idem).

Le journaliste expérimenté et actuel ministre haïtien de la Culture et de la Communication, Pradel Enriquez, a publié un article dans lequel il indique qu'aucun journaliste, même un directeur de rédaction, ne perçoit un salaire supérieur à cinquante mille gourdes, hormis les responsables des médias d'État. Selon lui, les médias d'État donnent un meilleur salaire à leurs journalistes, mais qui reste encore dérisoire. Par exemple, le salaire moyen d'un directeur de la salle de rédaction d'un média d'État n'est que de 60 000 Gourdes (environ 600 dollars US), plus des frais qui représentent le tiers de son salaire. Néanmoins, selon lui, un tel salaire lui est octroyé pour sa fonction d'administrateur et non pour sa mission de journaliste.

Effectivement, tenant compte de l'indice des prix à la consommation ci-dessous, publié par l'IHSI en août 2018, il serait très difficile pour un journaliste, tout comme n'importe quelle personne, de vivre avec un salaire aussi dérisoire et de se procurer une maison.

Figure 16— Indice de prix à la consommation (IHSI, 2018)

INDICE DES PRIX A LA CONSOMMATION
BASE 100 EN AOUT 2004
POUR L'ENSEMBLE DU PAYS
PAR FONCTION DE CONSOMMATION
Août 2018

FONCTION DE CONSOMMATION	AOUT 17	JUIN 18	JUIL 18	AOUT 18	Variation mensuelle (%)	Glissement annuel (%)
INDICE GENERAL	315.3	349.5	354.9	359.9	1.4	14.1
Alimentation, boissons et tabac	329.9	367.4	373.5	379.0	1.5	14.9
Habillement et tissus, chaussures	364.9	409.6	417.5	423.8	1.5	16.1
Loyer du logement, énergie et eau	391.1	434.8	442.3	448.2	1.3	14.6
Aménagement et entretien du logem.	311.9	348.0	353.5	358.4	1.4	14.9
Santé	314.4	369.9	375.9	381.1	1.4	21.2
Transport	182.6	187.6	188.3	190.4	1.1	4.3
Loisirs, spectacles, enseig. et culture	318.0	358.2	361.9	366.3	1.2	15.2
Autres biens et services	295.5	320.6	324.9	329.3	1.3	11.4

Source : Institut Haïtien de Statistique et d'Informatique (IHSI)

Selon les précisions apportées par l'IHSI, pendant tout le mois d'août 2018, « l'indice des prix à la consommation (100 en août 2004)

se chiffre à 359,9 contre 354,9 le mois précédent, affichant ainsi un taux de croissance mensuel de 1,4 %, ce qui représente une décélération par rapport à la variation mensuelle de 1,5 % du mois précédent» (IHSI 2018, 1). L'IHSI note toutefois une inflation annualisée qui poursuit sa croissance avec une évolution annuelle de 14,1 % contre 13,6 en juillet 2018. Le coût de la vie est donc de plus en plus élevé en Haïti et les salaires ne sont pas ajustés en conséquence.

En raison de leur salaire de misère, un très grand nombre de journalistes sont disposés à accepter des pots-de-vin et autres incitatifs de la part d'individus et d'organisations, en échange d'une couverture médiatique en leur faveur. C'est d'ailleurs ce que révèle l'enquête réalisée par la firme DAGMAR (2012). Il est aussi souligné dans cette étude que la majeure partie des stations de radio du pays facturent des frais de temps d'antenne pour la diffusion de programmes humanitaires. Cependant, souligne-t-il, ces paiements ne sont pas toujours destinés à renforcer les capacités financières des radios en ce sens que ces fonds sont parfois dirigés directement dans les poches du propriétaire (p. 27). Dans ce contexte, il est difficile pour une radio de garder un journaliste professionnel avec un salaire si dérisoire. «De nouvelles recrues mal payées entrent constamment dans la profession pour remplacer des journalistes plus expérimentés qui sont passés à des postes plus lucratifs au sein d'organisations internationales ou qui sont partis à l'étranger» (Dagmar, 2012, p. 27). La situation de précarité économique des journalistes les amène à développer différentes stratégies de survie. Selon nos observations, quatre grandes options s'offrent aux journalistes.

7.7.1. Fuir le pays vers l'étranger

Au cours des vingt dernières années, nous avons observé un départ massif de journalistes haïtiens vers d'autres pays particulièrement aux États-Unis d'Amérique et au Canada. Cette fuite des journalistes haïtiens vers l'étranger peut résulter de plusieurs facteurs que nous n'étudions pas dans cette étude, mais la précarité des journalistes reste un facteur fondamental de leur départ. En effet, peu importe le facteur considéré, l'émigration peut être l'un des meilleurs moyens pour de nombreux journalistes de se sortir de l'incertitude économique dans laquelle ils se trouvent. Une fois obtenu un visa de touriste ou de résidence permanente, de nombreux journalistes quittent le pays. Ils cherchent un moyen de rester à l'étranger de manière permanente, particulièrement sur la base d'une demande d'asile politique. Pour faire cette démonstration, nous prenons en considération l'exemple de radio Signal FM pour laquelle nous avons travaillé de 2003 à 2006. Nous considérons ce cas d'étude en raison du fait qu'il nous a été plus facile de vérifier et de confirmer certaines informations relatées ici et qui ont été collectées auprès de certains de nos anciens collaborateurs. Au cours des deux dernières décennies, pas moins de 30 employés de Signal FM ont quitté le pays pour aller vivre à l'étranger de manière permanente. À l'époque où nous travaillions à Signal FM, nous étions une vingtaine de journalistes et animateurs à la salle de rédaction et à la section culturelle. À partir des années 2015, il ne restait presque personne de cette génération de journalistes avec lesquels nous avons collaboré. Plus de 90 % d'entre eux résident de manière permanente aux É.-U. ou au Canada. Nous pouvons observer cette même tendance même dans les grandes stations de radio de Port-au-Prince comme Vision 2000 et Radio Métropole. Cette pratique est peut-être encore plus prononcée dans les petites stations de radio qui n'ont pas les moyens de donner même le salaire minimum à leurs journalistes. De très nombreux journalistes qui n'arrivent pas à trouver une porte de

sortie dans le pays ont les yeux rivés sur l'étranger comme dernier recours ou tout simplement comme solution alternative. Nous avons dénombré un ensemble de 31 journalistes de Signal FM, dont des reporters, des animateurs culturels ou sportifs et des producteurs, qui ont quitté le pays pour aller vivre à l'étranger. Dans l'ensemble, nous en avons répertorié huit qui vivent au Canada, vingt et un aux États-Unis, un en France et un autre en Colombie.

Certains journalistes de cette génération exercent encore la profession, mais ils travaillent pour d'autres médias. Comme il est souligné dans l'étude de DAGMAR, les journalistes expérimentés, une fois qu'ils ont quitté la radio, sont souvent remplacés par de jeunes journalistes, moins chevronnés et qui sont prêts à accepter un salaire de misère comme débutant. Cette rapide rotation au sein des salles de rédaction non seulement influe négativement sur la qualité de l'information, mais elle tend à perpétuer la précarité et certaines pratiques de corruption. Après quelques années d'expérience, ces jeunes journalistes suivent, en grande partie, les mêmes voies que leurs prédécesseurs.

Dans cette catégorie, nous pouvons aussi mentionner le cas de nombreux journalistes qui ont déjà un diplôme universitaire dans le domaine de la communication ou autres qui se préoccupent beaucoup plus de trouver une bourse d'études ou un moyen quelconque pour se perfectionner en réalisant des études de cycles supérieurs à l'étranger. Nous pouvons trouver des exemples multiples dans d'autres stations de radios comme Caraïbes FM, Vision 2000 ou Radio Kiskeya dont certains journalistes ont quitté leur poste pour réaliser des études avancées à l'étranger. Certains d'entre eux choisissent de rester définitivement dans leur pays d'accueil après leurs études ou reviennent au pays pour occuper

d'autres fonctions, mais rarement pour revenir travailler comme journaliste après avoir obtenu un diplôme de maîtrise ou de doctorat.

7.7.2. Des « journalistes » sans salaires et le phénomène « Champs de Mars FM »

Dans cette section nous associons deux catégories qui se ressemblent, mais se distinguent à quelques égards. Dans le premier cas de figure, nous retrouvons un très grand nombre de « journalistes » qui se font engager dans des stations de radio sans aucune forme de rémunération. Cette pratique est connue dans certaines stations de radio privées ou commerciales de Port-au-Prince qui ne sont pas en mesure de payer leurs journalistes ou qui décident tout simplement de ne pas les payer. Ces journalistes doivent eux-mêmes utiliser leur micro et leur carte de presse pour survivre. Autrement dit, ils doivent se faire payer par les sources d'information. Ce sont des propagandistes à la pige qui se font passer pour des journalistes. Plusieurs journalistes de carrière, directeurs et patrons de médias sont bien conscients de ce phénomène. Certains propriétaires de médias demandent à leur journaliste de faire usage de leur micro pour vivre et faire vivre la radio. C'est ce que confirme d'ailleurs l'ancien directeur de médias public et privé actuellement ministre de la Culture et de la Communication, Pradel Henriquez.

Exactement, comme nos mères dépassées par les événements financiers, demandent ouvertement à leurs filles de se prostituer pour nourrir la maison. Exactement aussi, comme la légende veut qu'un General-Président demandât apparemment aux Militaires qui avaient du mal à percevoir leur salaire d'utiliser leurs armes pour le faire. À toutes fins utiles. « Servez — vous de vos armes, si vous avez du mal à avoir votre salaire du mois » (dans tout Haïti, Henriquez 2017, 4e Paragraphe).

Comme l'a souligné Clarens Renois, chef de parti politique et patron de média, « Quand un patron crée une station de radio ou de télévision et engage des soi-disant "journalistes" sans aucun salaire et leur demande

de se débrouiller eux-mêmes avec leur micro, c'est qu'il les envoie directement à la corruption». Quand ils réalisent une entrevue avec une personnalité quelconque ou participent à des conférences de presse ou autres événements médiatiques, ils essaient de se faire payer pour diffuser l'information. Le principal critère de sélection et de diffusion d'une information par ces journalistes est l'argent qu'ils reçoivent de la part de leur source. Le plus souvent, une fois arrivé à la radio avec une information, le journaliste doit négocier avec le présentateur pour le faire diffuser. C'est une pratique courante dans certaines stations de radio de Port-au-Prince. Une fois que c'est fait, le journaliste appelle la source pour donner la preuve que l'information a bien été diffusée. Il s'agit le plus souvent de certaines personnes peu connues qui ont du mal à s'exprimer dans les stations de radios dominantes. Dans une perspective compréhensible, nous pouvons dire qu'un très grand nombre de « journalistes » n'ont pas d'autres choix que d'accepter des pots-de-vin de la part de ceux qui cherchent à se faire entendre dans l'espace radiophonique. C'est une question de survie. Si la plupart des journalistes reçoivent un salaire de misère, d'autres ne reçoivent rien. Des journalistes ainsi que des patrons de médias sont concernés par ce phénomène.

La deuxième catégorie est ce qu'on appelle les « Champs de Mars FM ». C'est un phénomène qui fait date dans le pays et qui est connu dans le milieu journalistique haïtien. De quoi s'agit-il ? Qui sont-ils les « Champs de Mars FM » ? C'est une pratique que le journaliste sénior Vario Sérant connaît bien et qu'il a pris le soin de décrire dans son article intitulé « Il faut sauver le journalisme en Haïti ».

Ce sont « des journalistes sans médias » qui rôdent à longueur de journée au Champ-de-Mars, dans l'aire du Palais présidentiel, et qui sont au courant des moindres activités de presse. Ils envahissent les hôtels et autres lieux de

conférence pour chercher à négocier des dessous de table⁹³. Connaissant les reporters en activité, certains d'entre eux se font passer pour des journalistes de médias existant quand ils réalisent que ces derniers n'ont pas de reporters sur le lieu d'activité (dans, AlterPresse, Sérant 2005, 13e Paragraphe).

Le champ de Mars est le plus grand parc public du pays et c'est aussi un lieu de rencontre pour des journalistes reporters de différents médias de la capitale couvrant des événements dans l'aire métropolitaine de Port-au-Prince. Donc, les faux journalistes qui se présentent le plus souvent comme des correspondants des médias étrangers, qui en réalité n'existent pas, sont constamment au courant des activités médiatiques. Les journalistes non payés, sous-payés ou les « Champs de Mars FM » essaient d'obtenir de l'argent auprès des acteurs qui ont des informations à publier. Les pratiques de corruption sont très variées dans le fonctionnement du journalisme haïtien. Les formes les plus courantes et les plus banalisées sont des petites enveloppes adressées à des journalistes, toutes catégories confondues, lors de la couverture de certains événements et des voyages des journalistes à l'intérieur ou à l'extérieur du pays, « tous frais payés ». Comme l'a fait remarquer la journaliste sénior et patronne de média, Liliane Pierre-Paule, « ces types de relation sont alimentés par des ONG, des ministères, des ambassades... postes, consultations, visas, tout est appât pour "acheter" des journalistes qui deviennent alors des "caisses de résonance" de ces organismes » (Manigat 2013, 71). C'est une conséquence des conditions de précarité économique des radios haïtiennes, qui ne sont pas en mesure de rémunérer adéquatement leurs journalistes et encore moins de couvrir leurs frais de déplacement. « Certains médias misent sur ces pratiques pour échapper à certaines de leurs obligations vis-à-vis de leurs employés » (Manigat, 2013, p. 71).

⁹³ C'est-à-dire qu'ils cherchent à soutirer de l'argent aux sources d'information.

Comme le fait remarquer le journaliste Valéry Numa, souvent, dans une conférence de presse, la salle est remplie de personnes munies d'une carte de presse. Or, il arrive que les organisateurs aient du mal à commencer la conférence en raison du fait qu'ils n'ont remarqué aucun représentant de médias connus du pays. En Haïti, n'importe qui peut s'attribuer une carte de presse. De très nombreux individus profitent des avantages du numérique pour s'octroyer un média en ligne sans aucune connaissance de base du journalisme. Ils s'intéressent en particulier à des activités organisées dans des lieux comme des hôtels ou un buffet est prévu ou des activités dans lesquelles un frais (per diem) est prévu pour les journalistes. De telles pratiques concernent à la fois les « Champs de Mars FM » et des journalistes de certains médias connus, légalement reconnus par le CONATEL. Ce qui traduit le degré de précarité des journalistes haïtiens et la nécessité de régulariser le fonctionnement de la presse haïtienne.

7.7.3. Le cumul de la fonction de journaliste et du mandat de communication

Dans cette section, nous présentons deux cas de figure. Il y a un certain nombre de journalistes qui exécutent des mandats de communication au sein des institutions publiques, privées ou d'organisations non gouvernementales (ONG) tout en exerçant la profession de journaliste. Une telle pratique peut paraître aberrante dans les systèmes démocratiques bien établis comme en Amérique du Nord ou en Europe occidentale. C'est pourtant une réalité dans le fonctionnement des médias haïtiens. Il s'agit ici des journalistes en fonction qui ont un contrat de travail dans une autre institution publique ou privée. C'est officiel, le journaliste devient un employé comme tous les autres employés de l'organisme. Certains d'entre eux animent des émissions de débat public et occupent en même temps des fonctions comme directeur de

communication au sein d'un ministère ou d'une autre institution publique ou privée. Les exemples sont nombreux et cela peut conduire dans bien des cas à un conflit de rôle. Peggy Jean travaille comme directeur de communication dans un ministère du pays et co-anime l'émission de débat politique, *Moment-vérité*, avec le directeur général de la station. Lors d'un échange sur le fonctionnement de la presse haïtienne, Peggy Jean se félicitait ainsi :

Je suis parmi les journalistes les plus indépendants. Parce que je suis un homme, après vingt ans de carrière, je suis resté ce que je suis. Ma plus grande fierté c'est que je reste ce que je suis. Je ne me laisse pas influencer par un camp à gauche ou à droite. Sauf une personne malhonnête peut se permettre de dire que je suis proche d'un secteur et contre un autre secteur. Je fais beaucoup d'efforts pour garder le juste milieu depuis mes vingt ans de carrière (Jean et Joseph, 2020).

En réaction le directeur général de la station qui co-animait l'émission avec lui a rebondi en disant : « Mais vous pouvez vous retrouver dans une situation complexe. Si le ministre de la Justice appelle au moment où je vous parle, il y a des questions que je peux lui poser et que vous n'arriverez pas à lui poser » (Jean et Joseph, 2020). Le journaliste communicant, qui est également avocat au Barreau de Port-au-Prince, voulait éviter d'en débattre, mais il a finalement admis que l'exercice du journalisme entre en conflit avec les autres fonctions qu'il exerce. À cet effet, il finit par annoncer pour bientôt la fin de sa carrière de journaliste pour se consacrer à sa profession d'avocat.

Certains journalistes en fonction réalisent des spots publicitaires pour certaines entreprises. C'est aussi une pratique courante dans le monde médiatique haïtien. « Une autre façon insidieuse d'influencer la presse prend la forme, par exemple, des contrats de publicité que certains journalistes consentent avec des entreprises. Journalisme et publicité ne font pas bon ménage en général » (Manigat, 2013, p. 71). Effectivement,

ça peut aussi entraîner un certain conflit de rôle. Pradel Enriquez qui a dirigé à la fois des médias publics et privés et actuel ministre de la Culture et de la Communication connaît bien cette pratique.

Le journaliste peut être rémunéré aussi, par ailleurs, dans le cadre d'un contrat sur publicités enregistrées par rapport aux émissions qu'il anime au sein de l'entreprise médiatique. Il perçoit alors un pourcentage qui peut aller de 10 pour cent, à 25 pour cent, normalement convenus entre lui et son patron. Ces publicités sont démarchées par lui-même journaliste qui se transforme (tristement) aussi par ailleurs, en démarcheur ou en agent marketing. Cette deuxième manière de salaire est juteuse parfois. Mais les patrons de presse ou leur administration complice, quand ils doivent signer le chèque final, ne l'entendent pas toujours de cette oreille, même avec un contrat dûment signé (dans Tout Haïti, Henriquez 2017, 5^e Paragraphe).

La deuxième situation que nous évoquons ici est le cas des journalistes qui reçoivent un salaire mensuel d'un ministère ou d'autres structures de l'État sans aucun mandat de communication précis tout en agissant comme arbitre dans l'espace public. Ce qui renforce l'arrimage entre le champ journalistique et le champ politique en Haïti. C'est une pratique peu ou pas documentée, pourtant très répandue dans le pays et qui renforce la politisation de la radio. Nous avons la confirmation que, sous la présidence provisoire de Boniface Alexandre, après le départ du pouvoir du président Jean-Bertrand Aristide en 2014. Le Palais National avait dans son registre de paie mensuel une vingtaine de journalistes qui recevaient aussi des cartes de recharge de téléphonie mobile sans aucun mandat de communication précis. Nous en avons connaissance en raison du fait que nous avons l'habitude de récupérer le chèque et les cartes téléphoniques pour un journaliste aîné de la radio dans laquelle nous avons fait notre première expérience. Cette même pratique existait et existe encore dans certaines institutions publiques du pays. En réalité, les journalistes qui reçoivent cet argent n'ont aucun mandat de communication précis. Néanmoins, ceux qui donnent l'argent savent bien qu'ils peuvent compter sur le soutien de ces journalistes qui peut consister

à se taire, ou au contraire à parler en leur faveur au moment opportun. Nous pouvons nous demander avec quel recul un journaliste qui agit comme arbitre de l'opinion publique, peut traiter un scandale de corruption qui éclate dans une institution pour laquelle il travaille ou qui lui donne un salaire mensuel avec ou sans aucun mandat de communication précis ? C'est une question d'ordre général qui concerne toute cette section. Les autorités politiques profitent souvent de certaines circonstances spéciales pour soudoyer certains journalistes. Par exemple, dans le cadre de l'enquête réalisée par Emanuel Celine de Ayibopost, le journaliste Luckson Saint-Vil a signalé un fait vécu au Palais national sous la présidence de Joseph Michel Martelly à la fin de l'année 2014. Il rapporte qu'« un groupe de journalistes accrédités au Palais national a été invité à une fête au palais et les responsables en avaient profité pour distribuer des enveloppes de 40 000 gourdes (environ 420 \$ US) aux travailleurs de la presse présents » (Celine 2019). Cela a été confirmé par l'ancien porte-parole d'alors du président de la République d'Haïti, Lucien Jura, dans le cadre d'une entrevue avec le Journaliste Valéry Numa le 27 novembre 2020. Cette entrevue était axée sur son livre intitulé : « Témoignage, confidence ou trahison ? » 24 heures avant la vente signature de son ouvrage le 28 novembre 2020. Ce que Valéry Numa considère comme un cas de corruption avéré et son invité n'en disconvenait pas. Cette pratique de petite enveloppe est aussi répandue du côté des acteurs politiques de l'opposition qui réservent souvent des petites enveloppes aux journalistes qui participent à la couverture d'événements.

7.7.4. Du journalisme aux emplois plus prometteurs

Au cours de cette dernière décennie, nous avons observé qu'un très grand nombre de journalistes haïtiens ont quitté leur emploi à la radio pour occuper d'autres postes mieux payés dans d'autres secteurs d'activités comme dans des organisations non gouvernementales (ONG), au sein du gouvernement ou au sein du secteur privé des affaires. Cette observation est confirmée par certains patrons de médias qui participent à notre étude. Ils disent être obligés de laisser partir certains journalistes professionnels, très performants, à cause du manque de ressources financières pour leur offrir un salaire décent. « Ce n'est pas sans regret que nous regardons partir une grande partie de nos journalistes dont certains ont travaillé pour nous depuis plus de dix ans sans pouvoir les garder », nous dit un patron d'une grande station de radio de la capitale haïtienne. Nous avons observé cette tendance dans la grande majorité des stations de radio de Port-au-Prince qui donnent pourtant un meilleur traitement salarial et matériel à leurs journalistes comparativement aux stations de radio qui ne disposent pas de grands moyens financiers. Là encore, nous voulons citer des cas de certains journalistes de Signal FM comme illustration des journalistes qui quittent leur fonction par exemple pour un mandat de communication officielle au sein du gouvernement. C'est le cas pour deux anciens responsables de la salle de rédaction de Signal Fm qui ont quitté leur poste de directeur à l'information pour travailler successivement comme porte-parole du président de la République Joseph Michel Martelly et de Jovenel Moïse. À noter que nous avons remarqué que de nombreux journalistes d'autres radios ont aussi quitté leur fonction pour intégrer l'équipe de communication du Palais national et dans d'autres structures communicationnelles des institutions étatiques comme la Primature, le ministère de l'Éducation nationale et de la formation professionnelle (MENFP), le ministère des Affaires étrangères (MAFEC), le Ministère de la Culture et Communication (MCC) et de bien

d'autres institutions autonomes de l'État. D'autres journalistes ont aussi quitté leur fonction pour travailler dans des structures privées ou dans des institutions internationales ou des organisations non gouvernementales évoluant dans le pays.

7.7.5. Du journalisme à la politique : une forme particulière de la politisation du système radiophonique haïtien

En Haïti, certains journalistes capitalisent sur leur expérience dans les médias pour se lancer dans la politique ou pour se porter candidats à un poste électif. Quelles sont les motivations des journalistes haïtiens à se lancer dans la politique et en quoi leur compétence journalistique peut leur servir ? En Haïti, un journaliste peut participer à la vie politique sans que cela ne pose de problème particulier. Ce qui traduit un degré de politisation de la radio dans le pays. En effet, pendant cette dernière décennie, une dizaine de journalistes haïtiens, dont la plupart accrédités au Parlement, comme Fritz Chéry (Radio Vision 2000), Dieudonné Saincy de (Radio Métropole), Labady Jorel (Radio Ginen) et d'autres comme Caleb Désrameaux de la Télévision nationale d'Haïti (TNH) et de Radio Caraïbes, se sont portés candidats aux élections législatives. Certains journalistes retournent au micro à la fin de leur mandat. C'est le cas par exemple de Caleb Désraeaux qui est revenu à Radio Caraïbes FM pour continuer à participer à l'animation de l'émission *Matin Caraïbes*. Ce même scénario se répète à presque chaque élection comme les dernières élections de 2015 dans lesquelles certains journalistes comme Clarens Renois et Luckner Désir se sont portés candidats à la présidence et de nombreux autres à des postes électifs. Dans une analytique critique, le Dr Claude Joseph (2009), actuel ministre haïtien des Affaires étrangères a cherché à comprendre la motivation des journalistes haïtiens à vouloir devenir parlementaire. « S'agit-il d'une préoccupation de corriger les manquements politiques non en dénonçant, mais en participant, ou s'agit-

il de dynamiser l'espace politique qu'est le Parlement quand on sait que pendant plusieurs décennies celui-ci est caractérisé par une routine produisant des résultats qui laissent à désirer ? », s'est-il demandé. Il met en avant le fait que les journalistes accrédités au Parlement sont témoins ou sont souvent au courant des privilèges dont jouissent les parlementaires comme l'une des sources de leur motivation à devenir parlementaire. Il s'est questionné sur l'adéquation d'une telle motivation avec la déontologie et l'éthique professionnelles et la volonté des journalistes à être plus utiles à la population. Aussi, il s'est demandé si cette attitude des journalistes constitue « un atout ou un accroc pour la démocratie ». De toute façon, cette pratique n'est pas propre à Haïti.

Le passage du journalisme à la politique est observable dans certains pays développés. C'est le cas par exemple pour certains journalistes québécois qui ont quitté le journalisme pour se lancer dans le monde politique. Dans son essai, Anne-Marie Pilote s'est intéressée au passage de 7 anciens journalistes élus comme députés à la 41^e législature du Québec, soient : Bernard Drainville, Gérard Deltell, Jean-François Lisée, François Paradis, Nathalie Roy, Christine Saint-Pierre et Dominique Vien. Son analyse est fondée sur des entretiens semi-dirigés avec les sept députés en question. Elle voulait particulièrement déterminer la motivation des journalistes à se lancer dans la politique et en quoi leur compétence journalistique peut servir à leur carrière journalistique et leur prépare à se lancer dans l'arène politique. « Les résultats de notre recherche révèlent que ces départs pour l'arène politique sont principalement dus à un attrait pour le changement et les défis, de même qu'au désir d'évoluer dans les coulisses du pouvoir » (Pilote 2015, ii). Dans un système médiatique aussi précaire comme celui d'Haïti, ça peut être bien différent. Il ressort dans cette étude que « dans un monde où les communications sont de plus en plus importantes, l'expérience

professionnelle des journalistes est un atout précieux en politique» (Pilote, 2015, p. 32). Parmi les avantages hérités de leur expérience en journalisme, les participants à cette étude citent entre autres : leur aptitude à l'investigation, leur carnet d'adresses et leur excellente capacité à vulgariser, la compréhension du fonctionnement de médias.

En Haïti, nous retrouvons également certains journalistes qui sont patrons de médias comme, Marcus Garcia PDG de Mélodie FM, Joseph Guyler C. Delva PDG de HCNN et responsable de l'association de journalistes baptisée : SOS journaliste, Rotschild François junior PDG de RFM et Pierre Raymond Dumas ancien rédacteur au journal Le Nouvelliste, qui ont déjà occupé la fonction de ministre de la Communication. D'autres comme Pradel Enriquez, actuel ministre de la Culture et de la Communication, est ancien directeur général de la Télévision et Radio nationale d'Haïti (RTNH) et de Télémax. Il y a aussi l'actuel secrétaire d'État à la communication Eddy Jackson Alexis ancien journaliste de Radio Kiskeya et de TNH⁹⁴. On retrouve aussi dans le pays certains journalistes qui après avoir connu des échecs aux élections ou après avoir réalisé un mandat au Parlement reprennent le micro pour animer des émissions radiophoniques de débats. C'est le cas par exemple pour l'émission *Matin débat* sur Radio Éclair co- animé par un ancien candidat au Sénat et à la présidence, Luckner Désir, et Pierre Matin Tatoute, qui est lui un ancien député. Nous pouvons aussi considérer l'animateur de l'émission « *Pawol la pale* » sur Zénith FM, Muraille Jean-Myrtho dit « *Murray Jéricho* » qui s'est déjà porté candidat au poste de sénateur de la République au département de l'Ouest sous la bannière du Parti « *Pitit Dessalines* ». Nous donnons ces exemples à titre indicatif seulement pour illustrer les

⁹⁴ À noter que les journalistes cités ont déjà travaillé pour de nombreux médias de Port-au-Prince. Je cite, dans la mesure du possible, le dernier média connu pour lequel ils ont travaillé.

différents niveaux de politisation du système médiatique haïtien. Mais nous pourrions multiplier les exemples à travers tout le pays.

7.7.6. Les journalistes entrepreneurs

La précarité comme la politisation sont des facteurs de continuité importants du système radiophonique haïtien. L'un des moyens utilisés par une infirme partie de journaliste pour sortir de la précarité est l'entrepreneuriat. En Haïti, les journalistes sont souvent perçus comme étant des pauvres en raison de leur salaire de misère. C'est pourquoi on a tendance à remettre en question le professionnalisme ou le comportement éthique d'un journaliste qui possède une certaine richesse matérielle. Peut-être par amour pour la profession, par attachement avec leur public ou pour d'autres raisons non avouables, certains journalistes continuent d'exercer la profession sans trop compter sur leur salaire de journaliste pour subvenir à leur besoin. Certains d'entre eux s'investissent dans l'entrepreneuriat ou d'autres formes d'activités économiques pour parvenir à une indépendance financière et professionnelle. Par exemple Valéry Numa, un journaliste très populaire du pays, qui exerce le journalisme depuis une vingtaine d'années et qui anime l'une des émissions radiophoniques de débat les plus écoutées en Haïti, « Vision 2000 à l'écoute », s'investit parallèlement dans la publication de livres, dans la production cinématographique, dans l'industrie touristique et agricole, mais aussi dans l'exécution de certains mandats de communication pour certaines institutions comme PSI-Haïti et la Mission des Nations unies pour la stabilisation d'Haïti (MINUSTAH). C'est l'un des rares journalistes du pays qui utilise cette voie pour sortir de la précarité.

Généralement, la question d'argent reste un sujet tabou dans le pays. Les gens n'aiment pas évoquer publiquement la source et l'importance de leurs revenus. Néanmoins, lui, il en a parlé ouvertement

lors d'une émission réalisée avec un autre animateur de radio très actif sur les médias sociaux comme invité, Guy Wéwé, qui arrive aussi à se donner une certaine indépendance financière grâce à sa bonne utilisation des médias sociaux. Valéry Numa capitalise particulièrement sur la notoriété qu'il construit dans la profession et sur la confiance que lui accorde son public pour s'investir dans d'autres initiatives génératrices de revenus.

La question d'argent en Haïti est un sujet tabou. On a peur d'en parler et il y a bien des raisons. Je travaille pour Vision 2000, mais parallèlement je travaille pour des organisations non gouvernementales et je travaille pour des gens qui ont des structures relatives aux médias comme Zeno Radio. Vous comprenez? Je réalise ce genre de travaux. Mais, les gens qui me regardent font tout simplement référence au salaire que je pourrais avoir. J'étais ambassadeur de don de sang, nous sommes en 2003, j'avais un salaire de 120 000 gourdes à PSI-Haïti. Ce montant à l'époque était le salaire annuel d'un journaliste qui gagnait 10 000 gourdes par mois. J'étais consultant aux Nations unies pendant une année. À la signature du contrat, j'ai reçu un montant de 20 000 dollars américains, ce qui représente plus de 3 ans de salaire d'un journaliste de carrière dans le pays. J'ai travaillé pour des structures qui me rapportent un salaire mensuel de 5 000 dollars, pour vous montrer. Mais les structures font appel à moi en fonction de ce que je représente au sein de la société, en fonction de ma valeur (Numa 2019)⁹⁵.

Comme le souligne Valéry Numa, les médias comme Vision 2000 donnent aux journalistes une certaine visibilité et la possibilité de se construire une réputation, une certaine notoriété dont ils peuvent profiter pour réaliser des choses en parallèle. Pour simplifier les choses, Valéry Numa se prend en exemple qui publie des livres, qui réalise des productions cinématographiques. Il pense que de telles activités n'auraient de succès s'il n'était pas une personnalité publique connue grâce à sa fonction de journaliste, s'il n'avait pas Vision 2000 comme machine de marketing à sa disposition (Numa 2019).

Le journaliste Valéry Numa a pris ces exemples dans le but de mettre en confiance son invité qui devait répondre à une question relative à son

⁹⁵ Traduction libre du créole au français.

entrée d'argent dans sa profession d'animateur. Même si l'invité de Valéry Numa n'a pas donné de chiffres, la Star des médias sociaux a laissé croire qu'il arrive à vivre décemment de son travail sans avoir recours à la corruption. Mais avec uniquement un salaire de journaliste, il n'aurait pas pu y arriver. Nous citons l'exemple de Valéry Numa en raison du fait qu'il s'agit d'un cas anecdotique qui relève d'un discours public qu'il assume. Il serait difficile pour un jeune journaliste qui n'a pas une grande renommée, qui n'a pas encore fait ses preuves dans la profession d'être sollicité par des institutions pour de tels contrats de communication. Le plus souvent, les institutions en question cherchent à capitaliser sur la notoriété ou l'image du journaliste vedette en question pour atteindre leur propre but. C'est une relation gagnante pour les deux parties. Certains journalistes en fonction, moins populaires que Valéry Numa, s'investissent aussi dans des activités entrepreneuriales comme la création d'agence de communication, d'école de journalisme ou de certaines activités commerciales pour essayer de sortir de la précarité financière. Les exemples sont multiples dans le pays.

Conclusion partielle

La précarité fait que la radio ainsi que les journalistes qui y travaillent sont fortement politisés. Ils reçoivent une certaine rémunération par des structures politiques ou par des sources d'information. Ils se trouvent intégrés à des jeux politiques. En conséquence, ils n'arrivent pas à exercer leur vrai rôle de chien de garde ou de quatrième pouvoir. Il s'agit d'un élément de continuité dans le système radiophonique haïtien en raison du fait que ça a été aussi le cas sous la dictature des Duvalier dans une certaine mesure. Le passage de la dictature à la démocratie a entraîné une libération de la parole publique et une multiplication du nombre de stations de radio dans le pays. Cette

transformation de l'espace public radiophonique haïtien s'est amplifiée avec les crises politiques successives dans le pays. Tout cela s'est combiné avec la montée du créole pour apporter un certain nombre de changements dans les relations entre les différents acteurs du système notamment, une intensification de la concurrence entre les radios pour les ressources publicitaires et les sources d'information, pour capter l'attention d'un public désormais élargi. Néanmoins, l'environnement global dans lequel évolue le système radiophonique haïtien ne change pas. Depuis 1986, la pauvreté, la corruption, les crises politiques, l'analphabétisme, la dépendance du pays par rapport à la communauté internationale restent encore les caractéristiques fondamentales du pays. La logique économique et politique qui est à la base du fonctionnement de la radio n'est pas modifiée dans ses caractéristiques fondamentales.

Chapitre 8 : L'impact du numérique sur le système radiophonique haïtien

Ce chapitre a pour but d'analyser les éléments de changement et de continuité dans le système radiophonique haïtien dans le contexte du développement des outils numériques. Il y est particulièrement question de déterminer dans quelle mesure les outils numériques participent ou non à une reconfiguration du système radiophonique haïtien. Nous analysons comment le numérique transforme les rapports de pouvoir entre les acteurs du système. En effet, les outils numériques donnent à davantage d'acteurs la possibilité de collecter, de traiter et de diffuser des informations, un privilège qui était réservé aux médias traditionnels. Ce changement amène à une redéfinition des frontières du territoire des acteurs et affecte particulièrement les règles régissant les relations entre les différents partenaires de la communication publique. Nous verrons dans ce chapitre que le numérique favorise de nouvelles manières de partager des contenus informationnels par les acteurs, de nouveaux modes d'accès du public aux informations et de nouvelles formes de participation dans les émissions radiophoniques de débat. Avec le numérique, les outils de diffusion à la portée des radios haïtiennes sont renforcés. Aussi, nous verrons qu'en dépit des changements significatifs dans les relations entre les acteurs, induits par le numérique, certaines caractéristiques fondamentales du système radiophonique haïtien restent inchangées.

8.1. La pénétration de l'Internet en Haïti

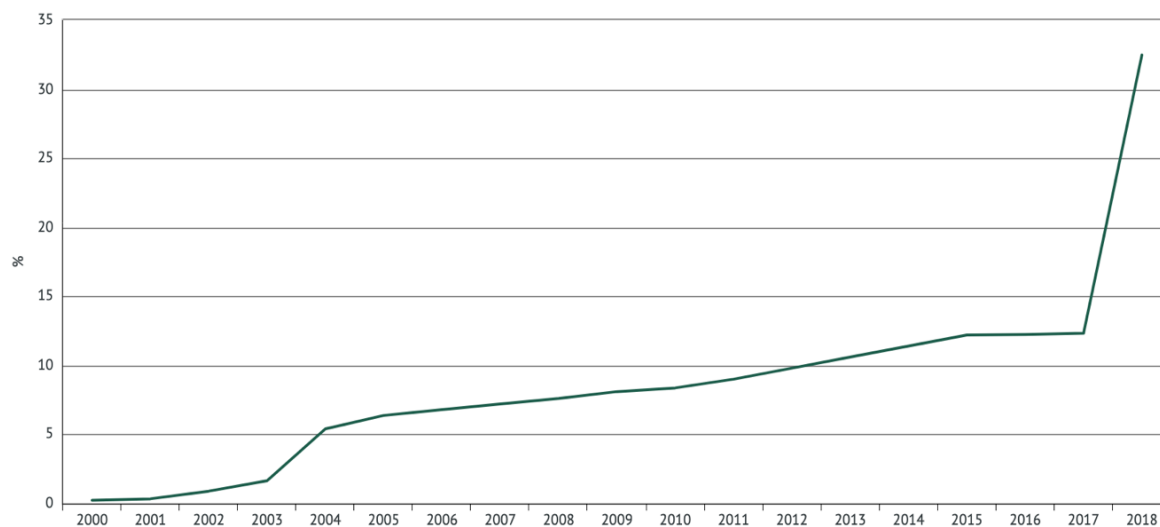
Comme dans d'autres pays, l'arrivée de l'Internet en Haïti marque une nouvelle ère pour la radiodiffusion. À partir des années 2000, les principales stations de radio de Port-au-Prince comme Vision 2000, Radio Métropole, Signal FM, Radio Kiskeya, Radio Caraïbes FM et Radio Ginen sont entrées dans une nouvelle forme de compétition pour avoir une présence constante sur Internet et y diffuser des éditions de nouvelles, des émissions de débat public, des textes et des images. L'un des buts des patrons des radios était particulièrement de rejoindre la diaspora comme un nouveau public cible à conquérir comme nous le verrons plus loin. Depuis, les radios haïtiennes ainsi que les autres acteurs du système sont de plus en plus nombreux à utiliser l'Internet même si, en Haïti, le nombre d'utilisateurs reste encore très faible par rapport aux autres pays.

En 2016, le Réseau des blogueurs d'Haïti (RBH) en partenariat avec Médias sociaux pour le développement (Mésodev) a réalisé une enquête sur l'utilisation d'Internet en Haïti dans le but de collecter des données sur l'usage réel d'Internet par les internautes d'Haïti qui confirme l'engouement des acteurs à utiliser l'internet. Selon l'ancien directeur général du Conseil national des télécommunications, il existe dans le pays cinq fournisseurs d'accès à l'Internet. Il s'agit de : Access-Haïti, Hainet, Multilink, ACN et HDN. « On peut considérer que la pénétration de l'Internet en Haïti est d'environ 13 %, c'est-à-dire environ 500 000 utilisateurs », a précisé Jean Marie Guillaume, ancien directeur de CONATEL. En 2018, le nombre d'utilisateurs d'Internet en Haïti y compris les utilisateurs de téléphone mobile est estimé à 32,5 % de la population. 7 % des foyers ont une connexion Internet et 57,5 % de la population ont un abonnement (incluant les cartes prépayées) à la téléphonie mobile⁹⁶.

⁹⁶ <https://knoema.fr/search?query=internet%20haitian>,

Tenant compte du tableau suivant, nous pouvons observer une augmentation progressive du nombre d'utilisateurs dans le pays de 2000 à 2018.

Figure 17— Le nombre d'utilisateurs d'Internet en Haïti. (Source : Kanoema.fr).



En 2016, 12,2 % de la population utilise Internet⁹⁷. Ce pourcentage reste encore très faible, car si l'on compare le taux de pénétration de l'Internet en Haïti à celui de la communauté haïtienne de Montréal par exemple, la différence s'avère très grande. Selon une étude sur l'attachement des communautés culturelles de Montréal « un peu moins des trois quarts (72 %) de nos répondants de la communauté haïtienne montréalaise ont affirmé avoir personnellement utilisé Internet au cours du dernier mois » (Millette, Millette, et Proulx, 2010, p. 32). Cette étude montre que ce sont les répondants les plus jeunes, les plus scolarisés et qui ont un meilleur revenu qui utilisent davantage les outils numériques.

⁹⁷ Voir <https://knoema.fr/atlas/Ha%C3%AFTi/Utilisateurs-de-lInternet-percent-de-la-population> Cet atlas mondial regroupe des données statistiques sur tous les pays du monde et dans presque tous les domaines.

De 2016 à 2018, nous pouvons constater une forte augmentation du nombre d'utilisateurs d'Internet dans le pays. Les données de la Banque mondiale montrent que les utilisateurs d'Internet en Haïti représentent 32,47 % de la population et le nombre de serveurs Internet sécurisés dans le pays s'élève à 59 (Banque Mondiale 2018). Ce qui montre que la majeure partie de la population a accès à Internet en 2018 si nous prenons en considération la téléphonie mobile. Les opérateurs de téléphonie mobile opérant dans le pays deviennent également des fournisseurs d'accès à l'Internet à un plus grand nombre de personnes. Ce qui entraîne une augmentation du nombre d'utilisateurs d'Internet dans le pays. Depuis plusieurs années, les compagnies de téléphonie mobile comme Digicel et Natcom essaient de démocratiser le marché de l'Internet en Haïti en offrant des plans selon les moyens de chacun. Mais pour une grande partie de la population, l'Internet s'avère encore un luxe. Un abonnement Internet sur son téléphone portable avec la compagnie de téléphonie mobile Digicel, par exemple, varie entre 5 à 21 dollars américains par mois selon le plan choisi. Or, selon les indications de Banque Mondiale (2016), « le revenu mensuel moyen par habitant en Haïti s'élève à 65 \$, soit 780 \$ par habitant et par an » pour ceux qui ont un emploi, car le taux de chômage⁹⁸ en Haïti est estimé à 14,1 %, alors que selon OIT, le ratio emploi/population en âge de travailler est 51,1 %. Voici ci-dessous une idée des plans fournis par la compagnie Digicel à ces utilisateurs.

⁹⁸ Selon l'OIT « Le taux de chômage est le nombre de personnes qui sont au chômage exprimé en pourcentage du nombre total de personnes pourvues d'un emploi et des chômeurs (c'est-à-dire, la population active) ». <https://www.ilo.org/ilostatcp/CPDesktop/?list=true&lang=fr&country=HTI>

Figure 18— Tableau de tarifs des plans d’abonnement Internet de la compagnie Digicel en date du 23 mars 2020.

Plan Gwo Lo

Plan Gwo Lo de 30 jours	Plan Gwo Lo de 15 jours	Plan Gwo Lo de 7 jours
600 HTG	313 HTG	152 HTG
1.5 GB Data	750 MB Data	350 MB Data
450 minutes Digi-Digi	225 minutes Digi-Digi	105 Minutes
Obtenez le rollover illimité de vos soldes <small>non utilisés de données et de minutes</small>	Obtenez le rollover illimité de vos soldes <small>non utilisés de données et de minutes</small>	Obtenez le rollover illimité de vos soldes <small>non utilisés de données et de minutes</small>
Activez un plan	Activez un plan	Activez un plan

Plan Gwo Lo 1 jour	Plan Gwo Lo 1 heure
24 HTG	8 HTG
50 MB Data	10 MB Data
15 Minutes	4 Minutes
Obtenez le rollover illimité de vos soldes <small>non utilisés de données et de minutes</small>	Obtenez le rollover illimité de vos soldes <small>non utilisés de données et de minutes</small>
Activez un plan	Activez un plan

Plans Roaming

⁹⁹ HTG signifie gourde haïtienne.

Ce tableau donne une idée du tarif des plans Internet mensuel offert par la compagnie Digicel. Il est aussi possible de faire des plans à partir de 8 gourdes, car les différents forfaits varient entre 8 gourdes pour une heure et 600 gourdes pour un mois. Ce qui fait que le coût médian d'un plan Internet avec la Digicel peut être évalué au prix de 300 gourdes. Mais ce coût moyen est probablement moindre, si les gens ont surtout recours aux plans les plus économiques. Les plans peuvent se faire pour une durée d'une heure, d'un jour, d'une semaine jusqu'à un mois. Les prix sont calculés en fonction de la durée et du nombre des mégabits ou de gigabits voulus par les utilisateurs. Donc, avec les autres compagnies traditionnelles offrant des services d'Internet comme ACCÈS Haïti, Hainet le prix de l'abonnement mensuel médian est de 70 dollars et qui peut aller jusqu'à 200 dollars selon le plan, ce qui représente le triple du salaire moyen d'un Haïtien. La situation économique en Haïti constitue un frein à l'expansion et à l'usage d'Internet parmi les classes populaires. Il en va autrement pour l'élite haïtienne et pour la diaspora. Si l'ère du numérique change les rapports entre les radios et leurs publics, ces changements seront vraisemblablement plus perceptibles chez les gens les plus fortunés, ce qui inclut les membres de l'élite haïtienne et une bonne partie de la diaspora.

Dans les pays développés, le taux de pénétration d'Internet est toujours plus élevé que dans les pays en développement comme Haïti. C'est le cas par exemple pour la France dont 92 % de la population utilise Internet (idem). C'est aussi pratiquement le cas pour le Canada où, dans l'ensemble, 94 % de la population canadienne pouvait accéder à l'Internet depuis la maison en 2018. À noter qu'en 2019, il y a sur la planète 5,1 milliards de personnes sur les 7,7 milliards d'humains qui possèdent un téléphone portable et 4,4 milliards ont une connexion Internet (soit 57 % d'entre eux) (Les Échos 2019).

8.1.1. L'usage des plates-formes numériques par les acteurs du système radiophonique haïtien

Les plates-formes numériques jouent un rôle fondamental dans la transformation des relations d'interdépendance qu'entretiennent les différents acteurs du système radiophonique haïtien. Selon Richard, « une plate-forme est une zone d'échange où les offres et les demandes se satisfont sous une forme dématérialisée. Reposant sur un modèle ouvert, elle gère et développe un écosystème, exploite les effets de réseau et facilite les évolutions » (2019, p. 2). En dépit d'un accès limité à l'Internet, certains médias sociaux¹⁰⁰ comme Facebook et WhatsApp sont très utilisés par des acteurs du système radiophonique en Haïti. Néanmoins, comparativement au cas haïtien, dans les pays développés, le nombre d'utilisateurs des médias sociaux est très élevé. Au Québec par exemple, une étude a montré que plus de huit Québécois sur dix ont utilisé les médias sociaux. « En 2018, 83 % des adultes québécois utilisaient au moins un réseau social dans le cadre de leur utilisation personnelle d'Internet, ce qui représente une hausse notable de 16 points de pourcentage par rapport à 2016 » (CEFRIIO, 2018, p. 5). Selon cette étude 98 % des jeunes de 18 à 24 ans sont des utilisateurs des médias sociaux. Chez les 25-34 ans, le taux est de 94 %.

En dépit de la situation socio-économique difficile d'Haïti, l'usage des médias sociaux est très répandu chez les utilisateurs du téléphone mobile, qui représentent plus de la moitié de la population haïtienne en

¹⁰⁰ Il n'y a pas une grande différence entre les concepts « média social » et « réseau social ». Ils sont très souvent utilisés comme synonyme, mais il y a une certaine nuance entre les deux. Selon l'Office québécois de la langue française, un média social est un « média numérique basé sur les caractéristiques du Web 2.0, qui vise à faciliter la création et le partage de contenu généré par les utilisateurs, la collaboration et l'interaction sociale ». Alors qu'« un réseau social est un ensemble de relations entre un ensemble d'acteurs » (Forsé 2008, 10) .

2018, dans la zone métropolitaine de Port-au-Prince en particulier. En avril 2019, la firme Safitek Research a réalisé une étude qui confirme cet usage par les utilisateurs des téléphones intelligents. « Pas moins de 94 % des utilisateurs de smartphone ont déclaré être connectés à des réseaux sociaux. En effet, c'est la messagerie instantanée WhatsApp¹⁰¹ qui s'avère être le réseau social le plus populaire, avec 85 % des utilisateurs de smartphone qui ont déclaré l'utiliser » (Joachim 2019)¹⁰². Selon cette étude, l'application Facebook arrive en deuxième position. Il est utilisé par 55 % des utilisateurs des smartphones, vient ensuite YouTube avec 15 % et Instagram avec 14 % des utilisateurs de smartphone, puis 6 % des participants utilisent Twitter et 6 % affirment n'avoir utilisé aucun réseau social durant la période de l'enquête allant du 10 novembre au 2 décembre 2018. 449 personnes âgées de plus de 15 ans demeurant dans l'aire métropolitaine de Port-au-Prince ont participé à cette étude (idem). Comparativement à d'autres études qui ont été réalisées précédemment, nous pouvons en déduire que l'utilisation des médias sociaux en Haïti est en nette augmentation.

8.1.2. Les médias sociaux comme partenaires ou extensions ?

Dans un sens comme dans un autre, les médias sociaux sont très utilisés par les acteurs du système radiophonique haïtien, sauf par le public qui les utilise moins. Les avantages des médias sociaux pour les acteurs du système sont, en effet, très significatifs. Ils permettent par exemple aux radios traditionnelles de rejoindre un public plus large et plus diversifié, au-delà des frontières d'Haïti ou dans les zones géographiques les plus reculées du pays. Autrement dit, c'est un média complémentaire aux médias traditionnels. Précisons que si les médias

¹⁰¹ Nous allons revenir plus loin sur l'utilisation qui est faite de cette application par les acteurs du système radiophonique haïtien.

¹⁰² Il est important de souligner que cette étude prend en considération les utilisateurs de téléphone intelligents uniquement.

sociaux permettent de rejoindre un public plus large, c'est donc que les auditeurs utilisent les médias sociaux. Maintenant, nous verrons que, quel que soit l'endroit où un Haïtien se trouve sur la planète, il peut écouter tout ce qui se diffuse en Haïti à l'aide de la diffusion de la radio sur Internet. Les radios ne peuvent pas se contenter de la structure technique traditionnelle. Elles utilisent tous les outils technologiques mis à leur disposition pour continuer à exister, pour cibler un public partout dans le monde. Dans cette section nous évoquons des possibilités, mais, mis à part quelques faits anecdotiques, nous ne disposons pas suffisamment de données fiables sur ce qui se passe réellement. La tendance des phénomènes observés laisse comprendre que les médias sociaux sont à la fois des concurrents et des partenaires pour les journalistes et les médias traditionnels.

L'utilisation des médias sociaux par les radios traditionnelles n'est pas seulement un effet de mode. C'est aussi un moyen de partir à la conquête d'un nouveau public ou à la reconquête d'un public perdu. De nombreux auditeurs nous affirment qu'ils ont eu leur premier contact avec certaines stations de radio via les médias sociaux. Ils ne sont pas allés à la recherche de ces radios-là, mais ces dernières viennent vers eux. C'est le plus souvent des amis parmi leurs contacts qui partagent une émission de radio sur Facebook ou sur d'autres plates-formes comme YouTube.

Certains participants estiment que les médias sociaux sont pour les acteurs du système à la fois des partenaires, des outils de travail et des sources d'information. Comme le fait remarquer un participant, un journaliste qui n'est pas sur Twitter, qui n'est pas sur Facebook, qui ne suit pas les comptes de certaines personnalités publiques, ne fait pas son travail. Parce que, selon lui, ces comptes-là sont des lanceurs d'alerte, des lanceurs d'information que le journaliste doit suivre pour bien faire

son travail. Car il ne doit pas ignorer ce qui se passe sur la toile, a souligné le directeur d'un grand groupe médiatique dans le pays. Cette façon d'appréhender le changement est partagée par bien d'autres journalistes. « Je dirais que les médias sociaux peuvent être vus à la fois comme un concurrent pour les journalistes professionnels ou les médias traditionnels, mais ils peuvent aussi être considérés comme des partenaires », a affirmé ce journaliste et homme politique¹⁰³.

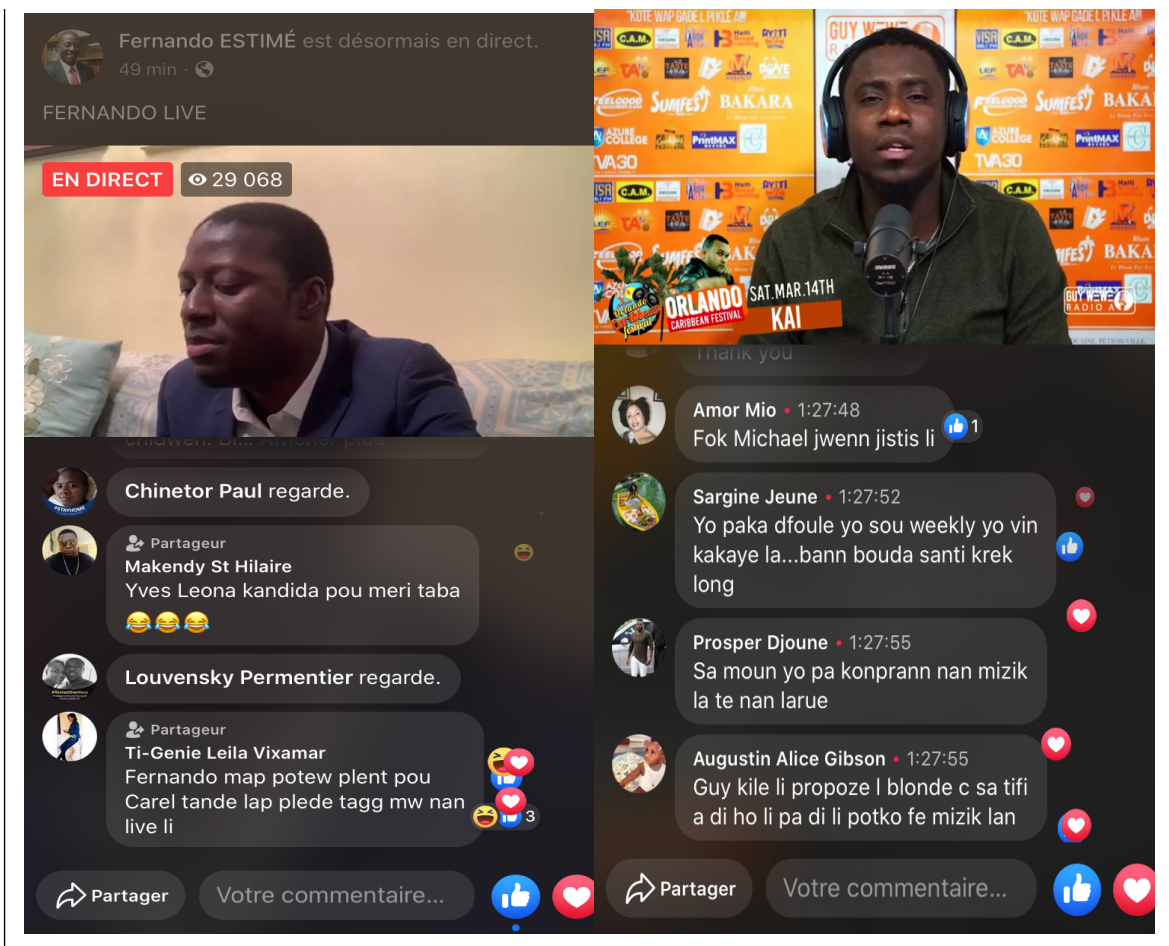
8.1.3. Une généralisation de la concurrence entre les acteurs du système ?

Les radios et les journalistes ne sont plus les seuls à être en concurrence pour les ressources disponibles. Dans une certaine mesure, le public, les annonceurs et les sources d'information sont aussi dans une relation de concurrence avec eux. Pour rejoindre le grand public, les médias traditionnels comme la radio étaient autrefois un passage obligé à la fois pour les annonceurs et les sources d'information. Désormais, ceux-ci utilisent les médias sociaux pour rejoindre directement une grande partie de leur public cible. C'est dans cette optique que la quasi-totalité des répondants à notre étude voient les médias sociaux ou leurs utilisateurs comme de nouveaux concurrents pour les médias traditionnels. Certains internautes entrent aussi en concurrence avec les radios et les journalistes. Il se trouve des journalistes qui ont bonne réputation, qui sont considérés comme étant crédibles et qui quittent ou pas des médias traditionnels afin de réaliser leur émission en direct sur les médias sociaux. Ils ont un très bon carnet d'adresses, ils reçoivent des invités et ils sont suivis par des milliers de personnes. La concurrence de certains utilisateurs actifs des médias sociaux avec les radios traditionnelles se joue à au moins trois niveaux. Ils se battent pour le

¹⁰³ Comme nous l'avons démontré dans le chapitre précédent, en Haïti, le cumul des fonctions de journaliste et de politicien est pratique courante.

même public, les mêmes sources d'information et les mêmes annonceurs. Parmi eux, nous pouvons prendre en exemple Guy Wewe et Fernando Estimé. Le premier a déjà travaillé comme animateur de musique dans plusieurs stations de radio très populaires comme Vision 2000 et le second a déjà travaillé pour la plus grande ou la plus populaire station de radio et télévision du pays, Radio et Télé Caraïbes (RTVC) dans laquelle il présentait une émission de géopolitique. Depuis quelques mois, il a quitté la RTVC pour s'installer aux États-Unis et c'est de là qu'il anime son émission en direct sur Facebook qui est suivie par des centaines de milliers de personnes. Chacune de ses présentations en direct baptisée Fernando Live est suivie en direct par plus de 28 000 internautes, comme en témoigne la capture d'écran ci-dessous.

Figure 19- Figure 20-Capture d'écran Fernando Estime (à droite) et de Guy Wewe (à gauche)..



Dans cette image, nous pouvons remarquer que Fernando Estimé assis dans son salon le 6 avril 2020 était déjà suivi par plus de 29 000 internautes après seulement 49 minutes de sa présentation qui dure une heure et 30 minutes et qui sont partagées par des milliers de personnes sans compter des dizaines de milliers de mention «j'aime» et de commentaires. Une émission dans laquelle il donne, dans un langage accessible à tous et en créole, toutes les informations relatives à la propagation du coronavirus à travers le monde et les enjeux géopolitiques mondiaux. Par comparaison, certaines émissions de radio très populaires du pays ont du mal à être suivies en direct par plus d'un millier d'internautes.

Avec une telle audience, ces internautes sont aussi en concurrence avec les médias traditionnels pour le marché publicitaire. Fernando Estimé comme d'autres internautes qui réalisent des émissions directement sur leur page Facebook ont beaucoup d'annonceurs qui, autrefois, plaçaient leur publicité dans les médias traditionnels. C'est particulièrement le cas pour le journaliste culturel Guy Wewe. Avec son émission réalisée en direct sur Facebook, Guy Wewe devient l'animateur culturel le plus connu du pays alors qu'il était encore un inconnu quand il animait une émission musicale sur Vision 2000, l'une des plus grandes stations de radio de Port-au-Prince. Il reçoit plus de 90 % des contrats de publicité pour les événements musicaux à travers le pays et dans la diaspora. Il l'a dit lui-même dans le cadre d'une émission de débat politique animée par le journaliste vedette Valéry Numa sur Vision 2002 dans laquelle il a été reçu comme invité. Il n'a pas raté l'occasion de souligner qu'il gagne sa vie très bien et il possède tout ce qu'il voulait grâce à son émission sur Internet. Aucun animateur de radio, aucun journaliste dans le pays ne peut prétendre pouvoir vivre de son salaire. En dépit de son monopole sur les contrats relatifs à l'organisation des événements socioculturels, nous

pouvons remarquer dans son tableau de fond une vingtaine d'annonceurs dont plusieurs institutions comme CAM transfert, Rhum Bakara, la compagnie de tabac « comme il faut » qui sont parmi les principaux annonceurs des radios traditionnelles en Haïti. Dans ce cas, Guy Wewe live ou Guy Wewe Radio devient un concurrent pour les radios traditionnelles à la fois sur le marché de l'attention, sur le marché publicitaire et sur le marché de l'information. En fonction de son rapport privilégié avec les responsables des groupes musicaux, il détient aussi un quasi-monopole des informations relatives au monde musical, au fonctionnement des groupes musicaux.

La concurrence entre les radios et les sources d'information et de financement est moins intense, mais finalement, elle produit les mêmes effets sur les médias traditionnels : une baisse de leurs recettes publicitaires comme nous le verrons plus loin. Les sources d'information et de financement cherchent tout simplement à outrepasser les radios traditionnelles comme intermédiaires pour rejoindre le public directement. Dans cette concurrence généralisée, ou « hyper concurrence » les plus grands perdants sont les radios qui se trouvent déjà dans une grande précarité économique comme nous l'avons vu dans le chapitre précédent. Cependant, sur cette question, nos répondants ne sont pas tous du même avis. Certains journalistes seniors pensent que les médias sociaux ne représentent pas vraiment un grand danger pour les médias traditionnels. Ils ne les voient pas comme des concurrents sérieux, sinon, disent-ils, ce ne sont pas de vrais concurrents au sens réel du terme. Car, selon un d'entre eux, « les gens avisés qui ont besoin des informations fiables ne vont pas vers les médias sociaux, mais plutôt vers les médias traditionnels ». Le problème avec les utilisateurs des médias sociaux, dit-il, c'est qu'ils ne diffusent pas, ils colportent. Ils rapportent tout ce qu'ils trouvent, sans aucune forme de filtrage. Certains utilisateurs

des médias sociaux ont souvent une belle longueur d'avance sur les médias traditionnels. Par exemple, le monde entier a été informé du puissant séisme qui a frappé Haïti le 12 janvier 2010 grâce à un tweet de l'internaute Carel Perde qui a décrit la situation par Webcam et qui est l'un des internautes les plus connus et les plus suivis par le public haïtien. Sa publication a été reprise par les médias du monde entier. Comme facteur de changement, les médias sociaux permettent de placer dans les débats publics certains sujets ignorés ou écartés par les médias traditionnels pour des raisons politiques ou économiques. Le cas le plus célèbre est la publication sur Twitter en 14 août 2018 par le Canadien d'origine haïtienne, Gilbert Mirambeau. Il était question d'une affiche en carton muni d'un message en créole demandant : « Où est l'argent de Petro Caribe¹⁰⁴ ? »

¹⁰⁴ Il s'agit d'un accord pétrolier signé entre le Venezuela et de nombreux pays des Caraïbes le 29 juin 2005. Ce programme a permis à des pays d'acheter le pétrole vénézuélien à des prix et à des conditions de paiement préférentiels. Haïti a bénéficié de ce programme à partir du mois d'avril 2006 sous la présidence de René Préval. Ce programme a permis à l'État haïtien de générer environ 3,8 milliards de dollars qui devaient servir à la mise en œuvre des programmes de développement. Néanmoins, ce fonds a été dilapidé, ce qui a provoqué l'un des plus grands scandales politiques et financiers en Haïti.

Figure 21-La publication de Gilbert Mirambeau sur Twitter le 14 août 2018.



Cette simple publication est devenue virale et a créé le buzz sur les médias sociaux et a déclenché un mouvement social sans précédent pour demander des comptes aux autorités haïtiennes sur la gestion du fonds Pétro Caribe estimé à plus de trois milliards de dollars et est devenu le sujet le plus débattu dans l'espace public alors qu'il était négligé par les médias traditionnels. Ce type de transmission en direct comme Fernando Live présente un certain nombre d'avantages. Il permet au présentateur de créer un lien de proximité avec son public. Il est capable de voir en temps réel les noms et le nombre utilisateurs qui suivent la publication. L'internaute est capable de demander à son public de partager la vidéo sur leur page personnelle et d'inviter d'autres amis de leur réseau à suivre la vidéo en direct. Après la diffusion en direct, le flux vidéo ainsi que tous

les commentaires sont enregistrés dans le journal du présentateur comme une vidéo normale qui peut continuer à être vue, commentée, partagée par tous les utilisateurs qui accèdent à cette vidéo.

Les médias sociaux ou certains utilisateurs constituent donc un véritable contrepoids face à la toute-puissance des radios traditionnelles haïtiennes, particulièrement la minorité de radios à Port-au-Prince qui dominent le système radiophonique haïtien. Les journalistes seniors, particulièrement les patrons de médias, ne cachent pas leur inquiétude par rapport à la concurrence des médias sociaux. Néanmoins, les points de vue des participants à notre étude diffèrent aussi quant à la menace que représentent les médias sociaux pour les radios traditionnelles ou pour le journalisme. Il y a des journalistes qui ont encore foi dans leur profession qui ne voit pas les médias sociaux comme de véritables concurrents ou comme une menace. « Moi, je ne vois pas les internautes ou les médias sociaux comme étant des concurrents ou encore des menaces. Je dirais plutôt qu'ils représentent une forme de complémentarité ». Un autre participant abonde dans le même sens, mais avec une certaine réserve, car, dit-il, « je ne considère pas les médias sociaux ou les utilisateurs des médias sociaux comme des concurrents, mais il faut reconnaître qu'ils pèsent lourd dans la balance ». D'autres participants estiment que les médias sociaux représentent une menace bien réelle pour la survie des médias traditionnels haïtiens si ces derniers ne s'adaptent pas.

Certains participants pensent que les médias traditionnels sont confrontés, comme jamais auparavant, aux défis posés par le développement sans précédent des nouveaux médias sociaux tels Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, etc. « À un moment où l'information circule à une vitesse incommensurable, point n'est besoin

d'être expert pour comprendre la tourmente des médias traditionnels, dont les travaux sont régis par des codes éthiques et déontologiques » a souligné un journaliste. Il croit qu'il y a un souci de crédibilité qui requiert une précaution et conséquemment, une certaine lenteur dans la diffusion de l'information. Et d'un autre côté, la volonté de préserver le monopole de l'information. Plusieurs médias traditionnels ne sont pas parvenus à opérer cet arbitrage au profit de ce défi de crédibilité, ils se sont malheureusement adonnés à la facilité, a constaté le journaliste sénior. Les journalistes et les patrons de médias particulièrement sont conscients du danger que représentent les médias sociaux pour les médias traditionnels.

Je me demande si les nouvelles pratiques numériques ne vont pas amener les gens à se passer totalement des médias traditionnels. Même si ces derniers sont aussi présents sur tous les médias sociaux, nous par exemple, on a plus de cent mille abonnés. N'importe qui publie n'importe quoi sur les médias sociaux alors que les journalistes professionnels ont des secrets professionnels à respecter. Ils ont une éthique. Il y a actuellement une prolifération de gens qui publient des informations sur les réseaux. De nombreuses personnes vivent actuellement des médias sociaux. Les internautes les plus influents vivent des médias sociaux. Ils attirent de nombreux annonceurs et gagnent de l'argent avec ça. Et pour nous, ça devient un manque à gagner,

A constaté un directeur de média qui participe à notre étude.

Certains répondants pensent que la concurrence des médias sociaux est plus réelle pour la publicité que pour l'information. Chaque internaute a aussi une certaine capacité de diffusion, tout comme un média traditionnel ou un journaliste. Un individu qui est témoin d'un événement quelconque peut le filmer et le poster instantanément sur les médias sociaux à partir de son téléphone portable et cette information peut toucher un nombre illimité de personnes. C'est pourquoi les journalistes professionnels doivent se mettre à jour en ayant une très bonne maîtrise des outils numériques. Nous avons observé que les médias sociaux favorisent une autre forme de concurrence avec les radios et les

journalistes professionnels en Haïti. C'est la compétition dans l'opinion elle-même. Avec les outils numériques, tout le monde peut émettre son opinion et cette dernière peut être captée sur Internet, mais tout le monde n'a pas la capacité technique et intellectuelle. Les animateurs des émissions radiophoniques de débats ne sont plus les seuls à donner leurs opinions. Les sources d'opinion ou de diffusion des informations se sont multipliées.

Les radios traditionnelles ou les journalistes professionnels haïtiens n'ont plus le monopole de la diffusion des informations. Le citoyen peut aussi devenir une source d'émission avec juste une connexion Internet et un gadget électronique comme un téléphone portable intelligent. Ils décident de faire leur propre sélection des informations en fonction de leurs propres critères et ils les diffusent et les commentent. Il se trouve que le public est le seul juge pour décider de suivre ou de ne pas suivre, de croire ou de ne pas croire. Le numérique tend à faire disparaître les frontières traditionnelles entre les différents acteurs du système radiophonique haïtien. Avant le développement des outils numériques, les médias disposaient de moyens (dont un public et des moyens de diffusion) qu'en général les individus n'ont pas. Ce n'est plus le cas actuellement. Aujourd'hui, la radio, la télévision et la presse écrite deviennent une chose très banalisée. Avec juste un téléphone portable ou un ordinateur branché sur Internet un simple individu est en mesure de diffuser à la fois des contenus audios, vidéos et textes. Ce qui était l'apanage des journalistes et des médias traditionnels. Même si de tels contenus ne respectent aucune règle journalistique, ils sont susceptibles de toucher un public très large.

Nous constatons une multitude de chaînes YouTube qui sont créées par des internautes haïtiens. « Tripotay Lakay » est la plus connue de

toutes. Ces chaînes ne produisent aucun contenu original ou presque. Elles ne font que reprendre des contenus produits par les médias traditionnels pour s'alimenter. Le plus souvent, elles choisissent des extraits audios accompagnés d'images ou de vidéos en y ajoutant un titre captivant pour attirer l'attention du public. Elles s'alimentent à des émissions de débats publics de grande écoute, des déclarations des leaders politiques et celles des bandits armés, des invités qui font des déclarations-chocs dans les médias traditionnels. Elles parviennent ainsi à mobiliser ou à attirer un grand nombre de personnes sur leurs chaînes qui ont également une visée économique. Car certaines reçoivent des publicités directement de certains annonceurs et certaines plates-formes comme YouTube rémunèrent les publications en fonction du nombre de vues et du nombre d'abonnés.

Les gens sont conscients de l'existence des médias traditionnels, mais aussi des moyens alternatifs, comme les médias sociaux qui sont très performants, très rapides et qui bénéficient d'une certaine crédibilité auprès de l'opinion publique. Le journaliste reçoit l'information comme n'importe quel membre de l'auditoire au lieu d'être celui qui est sur place pour rapporter les faits. Le citoyen qui a filmé l'assassinat du président américain John Fitzgerald Kennedy avec une caméra amateur est souvent considéré comme à la base du « journalisme citoyen ». Il s'agit ici de témoins des faits qui relaient l'information aux médias ou qui sont relayés par d'autres internautes. Ce qui montre que ce phénomène n'est pas nouveau mais même les médias traditionnels n'avaient pas autant de facilité de diffusion que les citoyens actuellement. Avec le numérique, le journalisme citoyen devient une pratique plus répandue à travers le monde.

8.1.4. Les groupes WhatsApp comme outil de collaboration entre les acteurs

L'Internet et les médias sociaux amènent aussi des changements dans les méthodes de travail des journalistes. Parmi les plates-formes numériques, l'application WhatsApp est devenue un outil de travail collaboratif indispensable dans les pratiques journalistiques en Haïti. Il s'agit d'une application mobile multiplateforme de messagerie instantanée entre deux ou plusieurs personnes par le biais d'Internet et des réseaux mobiles¹⁰⁵. La formation des groupes WhatsApp permet à des personnes d'échanger des messages écrits, audio et vidéo et de partager des fichiers. Nous avons constaté que cette application numérique constitue un procédé technique qui favorise une collaboration entre les acteurs du système radiophonique haïtien. Il y a des groupes qui rassemblent les journalistes de différents médias du pays, des relationnistes de presse et d'autres sources d'information. Certains de ces groupes WhatsApp sont très connus du milieu médiatique haïtien comme Zanmi Laprès¹⁰⁶ créé par le journaliste Wendy Charles en 2015 et « Rezo enfomasyon¹⁰⁷ » créé le 26 février 2015 à l'initiative d'un journaliste de la station privée RCH 2000, Jean Chrisnol Prophète. Ce groupe est administré par un comité de 9 membres, dont 3 femmes et 6 hommes. Avec l'utilisation d'une telle application, les journalistes estiment être mieux outillés pour réaliser leur travail. « Le Rezo enfòmasyon permet aux journalistes de chasser l'égoïsme et de vérifier les informations avant d'en rendre compte au public » (Désir 2016). La formation des groupes WhatsApp favorise une coopération non seulement entre les journalistes eux-mêmes, mais aussi avec les relationnistes de presse et entre les

¹⁰⁵ Cette application a été créée en 2009 par Jan Koum et Brian Action. En 2014 elle a été rachetée par Facebook pour un montant avoisinant les 19 milliards de dollars.

¹⁰⁶ Cela veut dire en français « Les amis de la Presse ».

¹⁰⁷ C'est-à-dire « Réseau d'Information ».

collaborateurs d'un même média qui créent, eux aussi, leur groupe WhatsApp.

Effectivement, il y a des changements dans mes rapports avec les sources d'information. Par exemple, pour réaliser l'émission ce matin je n'ai appelé aucun de mes invités. Je les ai tous contactés par WhatsApp. « Monsieur Julien, je voudrais vous compter au nombre de mes invités ce matin au panel de Moment Vérité ». J'ai envoyé le même message à tous les autres panelistes. Maintenant avec cette évolution pour ne pas dire cette révolution dans le secteur de la communication, on n'a pas besoin d'écrire une lettre, on a qu'à juste envoyer un message sur WhatsApp. À partir d'un WhatsApp, on lance des invitations aux médias. Par exemple quelqu'un qui est le directeur de communication d'une institution publique, qui voudrait partager des informations avec la presse, d'un seul clic. C'est parti. Tous les journalistes sont actuellement en réseau. Aujourd'hui, en tant que directeur de communication ou responsable des relations presse, si je veux toucher, si je veux atteindre 250 journalistes de la capitale ou d'une ville de province, je peux le faire en un clic.

(Extrait d'entrevue avec un animateur d'une émission de débat politique)

Dans nos hypothèses de travail, nous n'avions pas anticipé les impacts d'une telle application numérique sur les relations entre les acteurs du système médiatique haïtien. Aujourd'hui, à partir des groupes WhatsApp, les journalistes développent de nouvelles formes de collaboration. Ils sont interconnectés et échangent leurs points de vue. Dans une certaine mesure, ils partagent leurs reportages, des informations utiles, des invitations de presse, etc. Ces groupes permettent aux journalistes de commenter des sujets d'actualité, d'échanger des invitations de presse, de partager leurs propres travaux afin d'avoir le point de vue de leurs confrères. Le groupe le plus populaire en Haïti est « Médias info plus ». Chaque journaliste fait partie d'au moins un groupe WhatsApp qui joue un rôle fondamental dans le monde de l'information en Haïti. Les relations entre les journalistes et les sources d'information deviennent de plus en plus informelles ou non officielles, nous allons y revenir.

L'utilisation de l'application WhatsApp amène des changements importants dans les relations entre les acteurs sans pour autant les révolutionner profondément. Elle est maintenant le meilleur moyen permettant aux relationnistes des institutions publiques et privées de communiquer avec les journalistes. Dans le passé, il fallait apporter les communiqués et les notes de presse aux médias sur papier. Ce n'est plus le cas aujourd'hui. Les agences de communiqués et leurs fils d'annonces dans les salles de presse sont démodés. Les relationnistes de presse communiquent actuellement par WhatsApp aux journalistes de tous les médias du pays en un clic. Cette application mobile facilite la diffusion des invitations, des communiqués et de notes de presse des relationnistes ou toute autre source d'information aux journalistes. Cela traduit un changement important à la fois dans les pratiques de travail des journalistes et des relationnistes de presse. Donc, dans presque chaque institution publique et privée, dans les institutions diplomatiques, les relationnistes de presse créent des groupes WhatsApp pour communiquer avec les journalistes.

8.1.5. Les groupes WhatsApp et le « journalisme de meute »

La formation de groupes WhatsApp favorise un « journalisme de meute » dans le milieu médiatique haïtien. Matusitz et Breen (2012) définissent le « journalisme de meute » comme étant une pratique médiatique très répandue qui favorise une collaboration entre des groupes de journalistes de différents médias dans le but de couvrir le même sujet. Ils estiment que cette forme de coopération entre les journalistes a un impact négatif sur les médias et sur la société en général. Ils plaident en faveur d'une abolition ou du moins d'une réduction de la fréquence de cette pratique.

Dans le cas qui nous concerne, la recherche de la primeur devient de moins en moins une priorité pour un grand nombre de journalistes. Avant même de publier une information dans leur média, ils partagent cette information entre eux sur le groupe et la commentent. Nous pouvons voir ici une nouvelle forme de concurrence entre les journalistes. Avant le numérique, il y avait d'une part, les radios qui se battaient pour le marché publicitaire et d'autre part, les journalistes qui rivalisaient sur le plan professionnel. Car, le jeu de la concurrence des radios n'est pas le même que celui des journalistes. Dans certaines circonstances, les journalistes ont intérêt à collaborer, à partager des informations. Dans le passé, les journalistes avaient tendance à rechercher la reconnaissance auprès du public. La tendance qui se dégage dans le contexte des technologies numériques montre qu'un grand nombre de journalistes cherchent la reconnaissance de la primeur auprès de leur pair. Le journaliste qui partage une information dans un groupe WhatsApp tient à l'idée qu'il est le premier à la partager. Au lieu de rechercher cette reconnaissance auprès du public, le journaliste va rechercher le crédit auprès des autres journalistes. Dans le contexte haïtien, les journalistes travaillent dans des situations difficiles avec des ressources matérielles et humaines très limitées. Le problème d'accès à l'information reste encore majeur en Haïti. Cette limitation amène une meilleure collaboration entre les journalistes. Cette forme de collaboration entre les journalistes peut être analysée comme une mise en commun des ressources qui entraîne également une diminution de la concurrence entre les journalistes. Le risque, c'est que si un journaliste se trompe en partageant une fausse information les autres confrères ou les autres médias risquent de se tromper également. Mais du point de vue de certains journalistes, il est mieux de se tromper collectivement que de se tromper seul.

Certains journalistes estiment que le partage des informations sur les groupes WhatsApp des journalistes ne fait pas disparaître la concurrence qui existe entre eux. Selon un répondant, cela est dû à la capacité de chaque journaliste d'aller au-delà des informations qui sont partagées sur les groupes. Car, dit-il, le journaliste doit être en mesure de faire le tri d'information et chercher à les approfondir. Un directeur de rédaction soutient le fait que les groupes WhatsApp qui rassemblent les journalistes apportent à la fois de la facilité et aussi une difficulté. Selon lui, les journalistes sont tous informés de la même chose au même moment et aussi quelquefois ils vont tous dans la mauvaise direction au même moment. Le journaliste ne doit pas déroger à son obligation de douter, à son devoir de vérifier l'information, de croiser les sources, de hiérarchiser les informations parce que quelqu'un a déjà remâché, prédigéré cette information pour le journaliste. Les groupes ont l'avantage d'informer tout le monde en même temps, mais aussi les groupes induisent en erreur et invitent à la facilité et à la paresse, estime un participant. Car, dit-il, le journaliste doit toujours faire son travail même si quelqu'un a déjà fait la moitié de son travail à sa place. « Je ne vois pas ces groupes comme des sources d'information primaires, mais comme des sources complémentaires. J'utilise les informations publiées sur les groupes pour aller plus loin » a indiqué l'un des participants à l'étude. La formation des groupes WhatsApp est susceptible de créer une sorte de mimétisme en ce sens que cela amène les journalistes à faire la même chose. Ils se distinguent de moins en moins dans leur pratique de travail. Néanmoins, comme chacun sait ce que les autres savent, nous présumons que l'effet contraire pourrait aussi se produire. Car chacun peut chercher d'autres informations pour se distinguer.

L'un des participants estime que les informations qui sont partagées sur les groupes permettent aux journalistes de s'enrichir personnellement

ou les aider dans la réalisation de leur travail. Mais le plus souvent, dit-il, « il y a une sorte de guerre idéologique, une forme de polarisation qui se fait au niveau des groupes ».

Effectivement, en dehors de leur métier d'information, certains journalistes sont affiliés à des groupes politiques. Ce qui amène une autre forme de politisation de la radio comme nous l'avons vu au chapitre précédent. Il arrive souvent que les journalistes faisant partie d'un groupe n'aient pas la même sensibilité politique. Il y en a qui sont proches du pouvoir et d'autres qui sont plutôt familiers avec l'opposition politique. C'est dans cette optique qu'un journaliste ou un groupe de journalistes peut être amené à convaincre ses pairs de donner écho à telles ou telles informations ou le contraire en fonction de son idéologie politique. Il y a certains groupes qui sont beaucoup plus politisés que d'autres. Car certaines radios entretiennent des rapports étroits avec le monde politique. C'est-à-dire qu'une grande partie des membres du groupe partagent un certain point de vue politique. « Si je prends le cas de OMRH¹⁰⁸ par exemple, il crée un groupe qui contient tout type de personnes : des journalistes, des directeurs généraux, des ministres, des parlementaires, de simples citoyens ». Selon ce journaliste, quand il y a une information qui est partagée dans ce groupe, cela suscite des débats entre les membres du groupe et cela les rapproche les uns des autres ou les oppose éventuellement. En raison de la dimension politique d'un groupe WhatsApp comme celui créé par OMRH, il y a des risques que les informations soient dirigées dans un sens comme dans un autre.

En résumé, nous pouvons conclure que les groupes WhatsApp peuvent favoriser une certaine collaboration entre les journalistes

¹⁰⁸ C'est l'Office de management et des ressources humaines

(collaborateurs d'une salle de rédaction et des confrères d'autres médias), avec les différentes sources d'information, mais aussi et surtout, avec le public. La concurrence demeure une exigence du point de vue des médias. Les journalistes cherchent à établir entre eux une collaboration, sans pour autant évacuer tout esprit de concurrence. Les médias sont en concurrence, mais les journalistes ont une forme de collaboration.

8.2. Changements dans les relations des radios et des journalistes avec le public

Dans cette section, nous analysons les impacts des technologies numériques sur les relations qu'entretiennent les radios et les journalistes haïtiens avec leur public du point de vue du contrat de communication publique. En effet, les outils numériques provoquent une grande mutation des pratiques radiophoniques traditionnelles à travers le monde. Dans quelle mesure les outils numériques changent-ils les relations entre les radios, les journalistes et le public haïtien? Nous verrons que les technologies numériques favorisent de nouveaux modes d'accès à l'information par le public, de nouvelles formes de consommation et de nouvelles formes de participation des membres du public dans les débats radiophoniques qui correspondent à certaines mutations des pratiques radiophoniques. Ainsi, nous prenons en compte les différents outils technologiques utilisés par le public haïtien pour consommer les contenus ainsi que les nouvelles formes de participation des membres du public aux émissions radiophoniques de débat.

8.2.1. Les modes d'accès et de consommation des informations

En Haïti comme dans la diaspora, les téléphones portables et les autres gadgets électroniques favorisent de nouveaux modes d'accès à l'information et d'écoute des radios haïtiennes. Les écoutes en podcasting, via les plates-formes numériques, deviennent de plus en plus accessibles à la population. Le nombre d'abonnés à la téléphonie mobile augmente considérablement en Haïti au cours des dix dernières années. Par exemple, en 2009, IHSI a montré que le nombre d'abonnements à la téléphonie mobile pour 100 habitants était de 57,4. Il y a eu aussi moins de 1 abonnement fixe (filaire) à large bande par 100 habitants. En ce qui concerne la large bande mobile pour 100 habitants, le nombre d'abonnements était de 28,2 pour 100 habitants. Ces données ont montré que seulement 10 % des ménages haïtiens possèdent un ordinateur alors que le nombre de ménages ayant un accès Internet à domicile était de 5 %. Les particuliers qui utilisaient Internet étaient de 12 % de la population. « La présence des opérateurs de téléphonie cellulaire en 2008 a permis d'apporter le signal téléphonique à plus de 90 % des communes du pays qui sont au nombre de 142. Pour vingt-trois pour cent de ces dernières, le signal était de très mauvaise qualité » (IHSI, 2009, p. 15). Ces données présentées par l'IHSI ont considérablement évolué. À la fin de l'année 2015, les données de la Banque mondiale ont montré que parmi les cinq pays de la région caribéenne qui ont le plus d'abonnés, Haïti se place en deuxième position derrière la République dominicaine avec un total de 7,4 millions d'abonnés au téléphone mobile sur une population de 10,2 millions. Selon les données les plus récentes de la Banque mondiale, le nombre d'abonnements à la téléphonie mobile en Haïti est passé de 10 000 en 1998 à 6 399 044 en 2018, soit 59,5 % de téléphones mobiles pour 100 habitants¹⁰⁹. Ce qui montre que plus d'un

109

Voir : <https://donnees.banquemondiale.org/indicateur/IT.CEL.SETS?locations=HT>

Haïtien sur deux possède un téléphone portable, alors que selon cette même source, la proportion d'abonnements à la téléphonie fixe n'est que de 0,05 % des habitants.

Les moteurs de recherche, les médias sociaux, les applications numériques jouent le rôle d'intermédiation entre les radios traditionnelles et le public. Ce dernier navigue dans l'univers radiophonique à l'aide de ces outils numériques qui lui sont familiers, souvent sans viser une station de radio en particulier. Comme dans d'autres pays, le podcasting¹¹⁰ est un outil qui change les pratiques de consommation radiophonique des auditeurs haïtiens. Il s'agit particulièrement des contenus qui sont disponibles et téléchargeables sur l'Internet en version audio ou vidéo. Dans notre cas d'étude, nous parlons des émissions de débat public, des éditions de nouvelles ou d'autres contenus informationnels qui sont disponibles après leur diffusion sur la bande FM, mais nos observations sont tout aussi valables pour tout autre type d'émission éducative, culturelle, religieuse ou sportive. Cette pratique d'écoute est très répandue à travers le monde et suscite un grand intérêt du public. La majeure partie des émissions radiophoniques haïtiennes de grande écoute et des éditions de nouvelles sont disponibles en podcast. Elles sont aussi diffusées et disponibles en tout temps sur les médias sociaux ou les applications numériques des stations de radio. « Pour moi le plus grand changement dans la façon d'écouter la radio c'est la possibilité qu'on ait de réécouter une émission à n'importe quel moment. On n'est pas obligé d'attendre la reprise, si on a raté une émission. Car elle est disponible en podcast », a indiqué un auditeur de Port-au-Prince.

¹¹⁰ À noter que selon le *podcast statistic* (2020), il y a actuellement plus de 850 000 podcasts actifs et plus de 30 millions d'épisodes de podcast disponibles en ligne. Source : <https://musicoomph.com/podcast-statistics/> .

Le plus innovant avec les outils numériques, c'est le fait de ne pas s'inquiéter d'avoir raté une émission. Les auditeurs ont la possibilité de réécouter leurs émissions préférées au moment voulu avec la possibilité de se passer des pauses publicitaires, de l'arrêter, de l'avancer à leur guise et de reprendre au moment voulu. La disponibilité en temps voulu de nombreuses émissions rend les auditeurs beaucoup plus fidèles à leurs émissions ou leur radio. Cette forme d'écoute permet aux radios d'accroître leur auditoire dans la mesure où les contenus radiophoniques sont disponibles sur des plates-formes différentes. Certains internautes partagent des contenus radiophoniques à des groupes d'amis via différents types de médias sociaux, donnant ainsi au public un accès continu à l'information. C'est un facteur important du changement dans les relations entre les radios et les auditeurs. Il y a un grand nombre de personnes qui n'avaient pas l'habitude de fréquenter les radios en mode traditionnel. C'est à partir des programmes diffusés en direct sur les médias sociaux que certains internautes, particulièrement des jeunes, prennent connaissance des radios traditionnelles. Pour certains auditeurs, le fait de pouvoir regarder l'animateur en direct en studio via Facebook et de pouvoir commenter de manière instantanée crée beaucoup plus de complicité entre eux et l'animateur.

8.2.2. Écoute par des récepteurs traditionnels

En Haïti, la radio est un média d'accompagnement des activités quotidiennes, pour lequel le récepteur traditionnel reste plus efficace que le téléphone pour la majeure partie des auditeurs. Les propos des participants analysés montrent que les auditeurs haïtiens, particulièrement les personnes les plus âgées, restent encore très attachés au récepteur traditionnel pour écouter la radio. En Haïti, certaines personnes qui utilisent leur téléphone portable pour écouter la radio disposent d'un récepteur intégré dans leur téléphone qui ne

nécessite pas une connexion Internet, mais il nous semble que c'est encore les plus jeunes qui en font usage. Cela étant dit, avec ou sans une connexion Internet, ils peuvent utiliser leur téléphone portable pour écouter la radio comme un récepteur traditionnel qui fonctionne avec des batteries sèches ou du courant électrique. C'est un changement important dans les modes de consommation des contenus radiophoniques dans le pays. Dans la majeure partie des foyers, il y avait généralement un récepteur de radio pour toute la famille. Maintenant, il n'est plus question d'avoir un seul récepteur de radio dans un foyer qui est le plus souvent géré par le chef de la famille qui a le pouvoir de choisir la station à écouter. Avec un simple téléphone portable, la radio est devenue un objet personnalisé. Chacun peut désormais écouter ce qu'il veut entendre, et non le programme imposé par la personne qui détient l'autorité familiale. Le temps d'un seul récepteur radio à la maison pour toute la famille est révolu.

Les téléphones portables qui sont munis d'un récepteur radio sont le plus souvent les moins chers parmi ceux qui sont vendus sur le marché local. Avec les téléphones intelligents, il faut en principe une connexion Internet pour se connecter sur une radio. Mais il n'est pas nécessaire d'avoir une connexion Internet pour écouter la radio via un téléphone portable et pour certaines formes de participation aux émissions radiophoniques de débats. Il suffit d'avoir un téléphone portable ou un récepteur traditionnel pour accéder à la radio. La connexion Internet n'est pas requise. Mais, certaines plates-formes numériques permettent de composer un numéro de téléphone spécial pour accéder directement au contenu d'une radio quelconque sans passer par l'Internet. Cette possibilité offerte par des plates-formes comme Audio Now appelé « Appel pour écoute » est profitable aux Haïtiens de la diaspora qui disposent d'un abonnement mensuel de téléphone avec des appels illimités. « Maintenant

il y a d'autres moyens qui nous permettent de nous informer et de nous former, il y a les médias sociaux, des applications comme Audionow qui nous permettent d'écouter la radio sur les téléphones portables. Néanmoins, je reste encore très attachée à mon récepteur radio traditionnel » nous dit une auditrice. C'est le cas par exemple pour cet auditeur qui préfère utiliser son téléphone intelligent pour des usages multiples. « J'utilise majoritairement les récepteurs traditionnels pour écouter la radio. Il m'arrive aussi d'utiliser mon téléphone portable pour écouter les radios ou encore les médias sociaux pour m'informer. Je préfère utiliser mon Internet pour partager des informations sur des médias sociaux avec mes amis, des photos ou des informations qui proviennent d'autres médias », a souligné un jeune auditeur.

Il y a encore très peu de gens qui ont accès à Internet dans le pays et ceux qui l'ont ne l'utilisent pas pour écouter la radio. Il est vrai que les compagnies de téléphonie mobiles en Haïti offrent des plans Internet abordables, mais, comme nous l'avons vu, ce n'est pas encore à la portée de tout le monde¹¹¹. Les gens ne peuvent pas se brancher sur Internet pour écouter la radio parce que l'Internet reste encore très cher, mais ils peuvent quand même l'écouter sur leur téléphone sur la bande FM.

¹¹¹ Voir la section sur la pénétration de l'Internet en Haïti.(Indiquer la page ?)

8.2.3. La diffusion des rumeurs ou de fausses informations comme élément de continuité dans le fonctionnement des radios

Les fausses informations constituent un phénomène planétaire qui existe depuis des siècles comme outils de propagande. Ainsi, la diffusion des fausses nouvelles a toujours été une pratique courante dans le fonctionnement des radios en Haïti. Le phénomène ne fait qu'amplifier dans le pays avec le développement des outils numériques. C'est ce que rapportent de nombreux participants qui reconnaissent qu'il s'agit d'un phénomène qui est encore plus répandu à l'ère du numérique. Nous avons observé que certains journalistes comme Valéry Numa et Gary Pierre Paul Charles ne cessent d'attirer l'attention sur l'ampleur du phénomène de la diffusion de fausses nouvelles dans les radios haïtiennes. Dans son émission du 7 janvier 2020, le présentateur vedette de l'émission « Haïti débat » sur Radio Scoop FM dont il est le directeur général, Gary Pierre Paul Charles a fait remarquer que l'année 2019 a été celle où les fausses nouvelles ont été les plus répandues dans les radios haïtiennes. « C'est pour la première fois qu'on donne des nouvelles aussi mauvaises. C'est pour la première fois que les radios vont plus vite que les médias sociaux dans la diffusion de fausses nouvelles. Ce sont des constats que nous faisons. Donc, et la mauvaise politique a divisé la presse »¹¹², a clamé haut et fort l'analyste politique de carrière. Dans le contexte haïtien, il n'y a pas de données disponibles pour mesurer l'ampleur du phénomène des fausses nouvelles. Néanmoins, nous constatons que les perceptions du côté du public et de certains journalistes eux-mêmes tendent à confirmer son importance.

¹¹² Nous avons écouté cette émission en podcast le 9 janvier 2020 sur l'application numérique de la radio en question. Ces déclarations commencent à partir de la 55^e minute de l'émission.

Les fausses informations sont multiformes et poursuivent des objectifs très diversifiés. Avec les médias sociaux, le phénomène des fausses informations s'est amplifié partout dans le monde et fait l'objet de nombreuses études. Par exemple, Alloing et Vanderbiest (2018) analysent la manière dont les fausses informations circulent sur Twitter en se basant sur trois messages distinctifs qui proviennent de trois rumeurs diffusées sur Twitter en juillet 2016. Ils constatent particulièrement «le rôle de Twitter dans la diffusion de fausses informations et de rumeurs à la suite de l'attentat du 14 juillet 2016 à Nice» (Alloing et Vanderbiest 2018, 105). Ils avancent l'hypothèse que «la rumeur met en mouvement la fausse information» (p. 105). En Haïti, certains journalistes ne font que reprendre certaines informations qui circulent sur Internet sans aucune forme de vérification alors qu'il est de leur responsabilité de vérifier la véracité d'une information avant sa publication. Nous avons aussi constaté l'effet inverse en ce sens que de fausses informations communiquées dans certaines émissions de débat radiophonique sont reprises par les internautes et partagées sur les médias sociaux. «Avec la révolution numérique, les fausses nouvelles ne sont plus seulement l'apanage de la presse avec ses canulars et des propagandistes à la solde d'États ou d'autres groupes. La popularité grandissante d'Internet et des médias sociaux change la donne et on assiste à une popularisation des procédés de désinformation» (Sauvageau et al., 2018, p. 6). Des groupes organisés, de simples internautes cherchent à faire circuler des fausses informations sur Internet avec ou sans motivation politique. Depuis quelque temps, la diffusion de faux communiqués de presse au nom de certaines institutions publiques et privées est très courante en Haïti dans le contexte de la crise sociopolitique actuelle. De faux comptes Twitter et Facebook sont créés au nom de certaines personnalités très connues du pays pour faire circuler de fausses informations. Nous pouvons prendre en exemple l'utilisation

de faux comptes Twitter au nom du riche homme d'affaires et homme politique haïtien, Dr Réginald Boulos et celui du Directeur de rédaction au Journal Le Nouvelliste et directeur de plusieurs autres médias haïtiens, Frantz Duval.

Figure 22-Un faux compte crée au nom de Réginald Boulos



Tableau 1-deux fausses informations publiées à partir de faux compte Twitter de Frantz Duval (30/10/2019)



Ces informations ont été démenties par le Dr Réginald Boulos et Frantz Duval. Les informations les concernant sont diffusées sur de faux

comptes créés avec leur nom et leur photo. Le phénomène de la désinformation¹¹³ qui s'est amplifié avec les médias sociaux amène aussi un certain changement dans les relations entre le public, les journalistes et les radios. Certains journalistes ou certaines radios se font piéger en reprenant ces mêmes fausses informations sans aucune forme de vérification. Nos répondants membres de l'auditoire affirment faire confiance à au moins un journaliste ou une radio particulière pour la vérification des informations. Certains auditeurs affirment qu'avant de croire à une information qui circule sur les médias sociaux, ils doivent l'entendre sur une radio ou de la bouche d'un journaliste professionnel à qui ils font confiance. Malgré les critiques adressées aux médias haïtiens, certaines radios bénéficient encore d'une certaine crédibilité aux yeux du public haïtien. « Il y a de nombreuses fausses informations qui circulent sur les médias sociaux et nous autres de la diaspora savons que si nous voulons vérifier ces informations nous devons nous brancher sur un média traditionnel, particulièrement certaines radios crédibles ou sur le site du journal Le Nouvelliste », a souligné un auditeur de la diaspora. En résumé, nous pouvons considérer la diffusion des fausses nouvelles ou des rumeurs comme un élément de continuité dans le fonctionnement du système radiophonique haïtien comme les rumeurs relatives au départ du pouvoir de la dictature Jean-Claude Duvalier dans les années 70 et 80.

Certains répondants dénoncent le fait que des radios ou certains journalistes, en fonction de leurs intérêts politiques ou économiques, s'amuse à propager de fausses informations qu'ils fabriquent eux-mêmes ou qu'ils prennent sur les médias sociaux. Néanmoins, ils estiment que certains médias traditionnels ou certains journalistes sont encore plus

¹¹³ Selon Sauvageau et al. (2018), pour parler de de désinformation, deux éléments importants sont à prendre en considération : « Les informations doivent être fausses ou trompeuses et celui qui les diffuse doit avoir l'intention de tromper » (p. 3).

crédibles par rapport à ceux qui diffusent de fausses informations. Entre deux maux, médias traditionnels et médias sociaux, la plupart des participants font le choix des médias traditionnels. « Je ne fais pas confiance aux informations qui sont diffusées sur les médias sociaux par des individus, car elles sont le plus souvent fausses. Les médias traditionnels sont beaucoup plus sûrs, même s'ils diffusent aussi certaines informations non vérifiées », nous raconte un auditeur. Certains patrons de médias n'hésitent pas à lancer une mise en garde aux gens qui utilisent les médias sociaux comme sources d'information. « Je ne sais pas encore dans combien de temps les gens vont finir par réaliser qu'ils doivent faire très attention et nous autres, nous faisons aussi notre mieux pour investir les médias sociaux afin que les gens puissent faire la différence entre les informations diffusées par des non professionnels et celles qui sont diffusées par des professionnels de l'information », prévient un directeur de média. D'autres journalistes et patrons de médias estiment qu'en raison de fausses informations qui circulent sur les médias sociaux, les médias traditionnels restent encore plus crédibles, les plus fiables et ils ont bien raison d'après le point de vue des auditeurs. Selon l'un des patrons de médias, les gens doivent apprendre à faire la différence entre les informations diffusées sur les médias sociaux et celles diffusées par des médias reconnus pour leur travail professionnel.

Certains patrons de médias sont conscients du fait que la crédibilité, qui fait encore leur force, pourra disparaître un jour. Car, dit l'un d'entre eux, « la crédibilité c'est aussi quelque chose qui change, d'un matin à l'autre on peut perdre sa crédibilité. Les gens ont le choix d'aller voir ailleurs, d'aller écouter ailleurs ». Certains patrons de presse estiment que les utilisateurs des médias sociaux n'ont aucun respect pour les normes éthiques et déontologiques, pour les principes de traitement des informations, qu'ils publient du « n'importe quoi », sans aucun souci

professionnel. Certains riches hommes d'affaires et patron de médias comme Réginald Boulos n'hésitent pas de traiter certains journalistes et médias de « mercenaires » et de « prostituées », une façon pour dire qu'ils sont des corrompus. Certains participants sont d'avis que l'utilisation des outils numériques amène un certain manque de rigueur et d'engagement de la part des journalistes. Nous avons constaté deux points de vue différents qui s'affrontent en ce sens. D'une part, certains participants constatent que les journalistes deviennent de moins en moins rigoureux. « Le métier de journaliste devient tellement libéral, ils diffusent de fausses informations », constate un journaliste sénior. Et d'autre part, certains participants estiment que les journalistes deviennent plus responsables et plus prudents à cause des médias sociaux qui peuvent les fragiliser.

8.4. Un pouvoir du public plus étendu et une perte du monopole de la visibilité par les radios

Tout système de relations sociales implique un jeu de pouvoir entre les différents acteurs qui le composent. Dans le système radiophonique haïtien, nous avons établi que les outils numériques donnent au public des avantages comme la possibilité de publier des contenus, de nouveaux modes de réception et de participation au débat public que nous interprétons comme une forme de pouvoir. Bien que limité, ce pouvoir amène à un certain assouplissement du contrat de communication publique qui régit les relations entre le public et les radios ou les journalistes. En fonction des nouveaux formats de consommation des contenus, les radios n'ont plus le contrôle total du temps et des lieux de consommation des informations. Désormais, le public y détient une certaine marge de manœuvre. Si le moment de diffusion est sous le contrôle de la radio, l'auditeur a une marge de manœuvre sur l'écoute de certaines émissions. Plus question d'attendre une reprise pour réécouter une émission qu'on a ratée. Si en grande partie le public local haïtien reste

encore attaché au support traditionnel de réception des contenus radiophoniques, les participants de la diaspora montrent que le podcast devient pour eux un mode d'écoute privilégié. Les auditeurs ne sont pas contraints d'écouter leur émission en direct, dans un temps précis ou dans un espace géographique spécifique.

Si les outils numériques offrent aux radios des avantages, ils présentent aussi des inconvénients. Traditionnellement, les médias détiennent le monopole de la visibilité, de l'intermédiation, de la sélection, du traitement et de la diffusion des informations. Avec le numérique, ils partagent une partie de ce pouvoir avec les autres acteurs du système. Avant le développement des outils numériques, le réflexe de tout individu qui était témoin d'un événement comme un accident de circulation mortel ou un meurtre¹¹⁴ était de contacter une station de radio ou un journaliste pour donner l'information. Avec le numérique, le premier réflexe du témoin est de diffuser illico l'information sur les médias sociaux. Le choix de toute sources d'information ou de tout annonceur qui voulait toucher un grand public était de faire affaire avec un média traditionnel. Ce n'est plus le cas aujourd'hui. Le numérique offre aux acteurs (Journaliste, public, sources, annonceurs...) les mêmes possibilités.

Aussi, le fait pour les hommes politiques, les institutions publiques et privées de s'adresser directement au public via les médias sociaux sans passer par les radios traditionnelles constituent une évolution importante. Il est vrai que certains leaders politiques disposent de leur propre média traditionnel, mais l'utilisation des médias sociaux leur procure plus de visibilité, une plus grande capacité de diffusion et d'interaction avec le public. Traditionnellement, certaines activités comme les rassemblements

¹¹⁴ Les accidents de circulation et les meurtres sont très fréquents en Haïti.

publics étaient pour les leaders politiques les meilleurs moyens d'avoir des contacts directs et interactifs avec le public.

8.5. La diaspora comme public cible

Cette section porte sur la transformation des pratiques de participation des Haïtiens de la diaspora aux débats radiophoniques haïtiens. Il s'agit notamment d'une analyse des fondements des relations entre les Haïtiens de la diaspora et les radios traditionnelles émettant depuis Haïti dans le contexte du développement des outils numériques. En effet, ces derniers offrent aux Haïtiens de la diaspora une multiplicité de moyens de réception des contenus radiophoniques et de participation de manière directe et instantanée, mais aussi de manière indirecte et non instantanée dans les débats radiophoniques. Nous nous sommes intéressés particulièrement à leurs préoccupations, leurs positionnements, leurs types de participation et les conditions favorables à leur participation. Dans cette section, nous considérons la diaspora comme étant un espace public transnational qui interagit avec l'espace public national haïtien. Comme nous l'avons signalé dans notre cadre théorique, le transnationalisme se caractérise par une participation à plus d'une entité nationale. Cette participation multiple implique cependant, chez les individus, une identité politique qui est, elle aussi, transnationale. La diaspora haïtienne est très diverse en termes de vagues d'immigration, de pays de résidence, d'orientation politique, de classe sociale, etc. dans cette étude, nous mettons l'accent sur la diaspora haïtienne de l'Amérique du Nord particulièrement du Québec (Canada) et de la Floride (É.-U.) qui sont restés connectés avec leur pays d'origine via les radios traditionnelles avec leur extension sur Internet. Nous considérons cette diaspora comme étant une composante importante du public haïtien, mais qui se trouve en dehors des frontières nationales.

8.5.1. Un attachement indéfectible des Haïtiens de la diaspora avec Haïti

Il existe un attachement fidèle des Haïtiens de la diaspora avec Haïti. La radio est le pont qui facilite cette union sacrée entre Haïti et sa diaspora. Les propos des répondants des communautés haïtiennes de la diaspora que nous avons interrogés montrent qu'ils éprouvent certaines difficultés à s'intégrer dans leurs pays d'accueil ce qui les amène à développer un sentiment de rejet par la société de résidence. Ainsi, la possibilité de participer pleinement dans le débat public de leur pays d'origine constitue pour les Haïtiens de la diaspora un effet de compensation. Cela développe chez eux un sentiment de fierté et de nationalisme hors frontière ou un « nationalisme de diaspora » (Audebert 2012). Les témoignages des participants montrent que l'attachement des Haïtiens de la diaspora avec Haïti est aussi lié à un sentiment de fierté d'être des ressortissants de la première République noire indépendante du monde. Ils rêvent en grande partie de finir leur vie en Haïti. « Si Haïti n'était pas dans cet état de pauvreté déshonorante, je n'aurais pas besoin de venir me faire humilier à longueur de journée chez les Blancs. Ils n'ont aucun respect pour les Haïtiens. C'est à cause de nos dirigeants corrompus et sans vision. Mon plus grand projet est de retourner vivre dans mon pays », a souligné une auditrice de la diaspora âgée de 76 ans rencontrée sur place à Miami. Comme on le répète souvent, « on peut sortir un Haïtien d'Haïti, mais on ne peut jamais sortir Haïti d'un Haïtien ». Pour rester connecté avec Haïti, « la radio demeure le média d'accompagnement, d'information et de divertissement par excellence pour la diaspora haïtienne. En effet, ils sont plus de 3,5 millions de compatriotes qui l'écoutent chaque jour soit 89 % des Haïtiens vivant à l'étranger » (HPN, 2013, 3^e paragraphe)¹¹⁵. Cette enquête révèle que 93 %

¹¹⁵ À noter qu'il s'agit d'une enquête qui a été réalisée en 2013 par Delicast Media Streaming, Alpine Audio Now, Moryl Gattereau JR, sur les critères d'audiences.

des foyers haïtiens aux États-Unis ont à leur disposition au moins un ordinateur et plus de six personnes sur dix écoutent les stations de radios émettant depuis Haïti au moyen des plates-formes numériques au moins une fois par jour. Selon un répondant, les Haïtiens qui vivent dans la diaspora s'intéressent beaucoup plus à savoir ce qui se passe en Haïti par rapport à ceux qui vivent dans le pays, c'est ce qui explique la popularité des radios haïtiennes, émettant depuis Haïti, dans la diaspora. Les Haïtiens du pays peuvent bien vouloir savoir ce qui se passe dans la communauté haïtienne de la diaspora aux États-Unis, au Canada, au Brésil, etc., mais ce n'est pas au même niveau. Et le meilleur moyen de rester en contact permanent avec le pays est d'écouter les stations de radios émettant depuis Haïti sur une base régulière pour être au courant de tout ce qui se passe dans le pays.

Les Haïtiens de la diaspora vont de moins en moins se brancher sur une station de radio haïtienne locale qui relaie une émission en Haïti. Cette étude montre qu'ils préfèrent se brancher directement sur les radios émettant depuis Haïti. Ce qui traduit un changement des relations du public haïtien de la diaspora à la fois avec les radios d'Haïti et avec celles de la diaspora. Les relations des Haïtiens de la diaspora avec les radios haïtiennes deviennent directes. Plus besoin des radios ethniques comme intermédiaires. Sinon, les plates-formes numériques deviennent de nouveaux intermédiaires entre les radios haïtiennes et la diaspora conduisent à un affaiblissement des espaces publics diasporiques locaux au profit d'un espace public national qui transcende les frontières.

8.5.2. Un fondement économique

Les relations entre les Haïtiens de la diaspora avec Haïti s'inscrivent aussi dans une logique économique. Les patrons des radios considèrent la diaspora comme un marché publicitaire à conquérir et ils essaient de tout mettre en œuvre pour y parvenir. Les principaux annonceurs comme les banques, les compagnies aériennes, les maisons de transfert d'argent et les compagnies de téléphonie mobiles ont des produits qui sont dédiés spécifiquement aux Haïtiens de la diaspora. C'est ce que révèlent les données collectées à travers des observations que nous avons réalisées pour notre thèse ainsi que les propos de certains annonceurs et de patrons de médias participants à notre étude. « Le Rhum Barbancourt est censé être un produit haïtien qui dépasse le cadre national. La diaspora écoute beaucoup les radios haïtiennes. Néanmoins, dans notre stratégie de communication, nous asseyons de cibler la diaspora beaucoup plus à travers les médias sociaux comme Facebook qui est très en vogue ces derniers temps », a indiqué un responsable d'une agence de communication. Les radios qui arrivent à capter l'attention d'une grande quantité de personnes dans la diaspora gagneraient aussi une plus grande part du marché publicitaire.

Cependant, les gains du point de vue de l'auditoire ne se traduisent pas en gains financiers. En effet, les radios haïtiennes font face aux mêmes difficultés que les autres médias traditionnels. Ils subissent la concurrence des géants du Web sur le marché publicitaire. Les patrons des radios haïtiennes ont pu croire, à une certaine époque pas si lointaine, que la diaspora pouvait constituer un marché publicitaire payant ; mais le développement d'Internet leur a donné tort. Certains responsables de radios estiment que les retombées économiques ne sont pas à la hauteur des attentes. De très nombreux Haïtiens de la diaspora sont très présents et actifs dans les médias sociaux, de sorte qu'il est plus efficace et moins

coûteux pour les annonceurs de les rejoindre par ces médias sociaux plutôt que par la radio.

Le rapport économique des Haïtiens de la diaspora avec leur pays d'origine peut aussi être analysé dans une perspective transnationale de la migration internationale. Il s'inscrit dans une dimension économique du transnationalisme. Les Haïtiens de la diaspora vivent de leurs moyens, certes, mais ils transfèrent de la nourriture et de l'argent en Haïti et investissent une partie de leur argent dans le pays. Ainsi une grande partie des Haïtiens comptent sur des fonds qui proviennent de la diaspora pour payer le loyer, les frais de scolarité, la nourriture, le transport, les funérailles, les mariages, etc. En 2017, les transferts de fonds de la diaspora représentaient 34 % du PIB d'Haïti (Saint-Pré 2018), ce qui donne à cette diaspora une certaine légitimité pour intervenir dans les débats publics. Il y a un ensemble d'activités économiques qui la rattachent avec Haïti.

8.5.3. Une motivation historique et politique

L'attachement de la diaspora à la radio haïtienne s'explique aussi par des considérations historiques et politiques. La première grande vague de la migration haïtienne a commencé sous la présidence du dictateur François Duvalier. Les exilés du temps de la dictature étaient des gens politisés et engagés, particulièrement des leaders politiques, des professeurs d'université, des journalistes qui se sont opposés à la dictature. Ils avaient déjà un rapport privilégié avec les radios. Une fois arrivés à l'étranger, certains des exilés haïtiens ont créé leur propre station de radio locale dans le pays d'accueil ou ont acheté des heures d'antenne pour réaliser des émissions de débat public sur des sujets de préoccupation haïtienne. Comme l'a fait remarquer l'un des journalistes seniors participant à cette étude, les exilés haïtiens de la diaspora

nostalgiques et qui s'opposaient à la dictature des Duvalier se nourrissaient de ces radios-là. La parole qui était interdite en Haïti s'est libérée à l'extérieur du pays, dans la diaspora avec le goût de la liberté de la parole. Alors, il ne s'agit pas forcément de vraies stations de radio avec une unité de programmation, des professionnels du journalisme, mais des heures d'antenne achetées. Et, pendant ces heures d'antenne, chacun parlait avec un discours différent selon l'heure et selon les présentateurs des nouvelles. Cet enjeu traduit bien une dimension politique du transnationalisme. Car, depuis la lutte pour la chute de la dictature des Duvalier et celle pour le retour de l'exil du président haïtien Jean-Bertrand Aristide, les Haïtiens de la diaspora utilisent la radio comme outil privilégié pour rester connectés avec Haïti et pour exercer une forme d'activisme politique radiophonique. Avec leur participation au débat, ils influencent ou tentent d'influencer ce qui se passe dans leur pays. Ils ne peuvent pas voter, mais ils peuvent influencer les Haïtiens qui restent dans le pays pour aller voter dans un sens comme dans un autre. « Les dirigeants haïtiens savent bien ce que représente la diaspora à tous les points de vue. C'est pourquoi ils ont toujours peur de nous accorder le droit de vote et la possibilité de nous faire élire. Le jour où ça arrivera, ce sera un nouveau départ pour le pays. Nous continuerons à nous battre pour que ce soit le cas », a indiqué un leader de la diaspora. Avec la radio diffusée sur Internet, les Haïtiens de la diaspora jouent un rôle majeur dans la vie politique de leur pays. Non seulement la diaspora participe au débat public via la radio numérique, mais cette participation à distance aurait une influence déterminante sur les politiques publiques du gouvernement. Les Haïtiens de la diaspora sont capables de mobiliser leurs proches en Haïti pour voter pour ou contre un candidat.

Comme l'a souligné un participant à cette étude, «la diaspora entretient un rapport politique insidieux avec Haïti». Avec les deux milliards de dollars envoyés en Haïti annuellement, dit-il, elle peut exercer une influence politique sur le reste du pays. Un candidat haïtien qui se respecte sait qu'il doit intervenir dans les radios qui transmettent à l'étranger pour chercher une influence indirecte et même parfois directe sur l'électorat haïtien. La configuration du système politique haïtien est telle que la question de la double citoyenneté et de la représentation de la diaspora au sein du Parlement haïtien revient très souvent dans le débat public national. Très récemment, en juillet 2018, l'actuel président haïtien, Jovenel Moïse a souligné la nécessité pour la diaspora de voter depuis l'étranger et d'avoir une représentation au Parlement haïtien à raison de trois députés et un sénateur. La mise au programme politique haïtien de la diaspora constitue donc un stimulant pour la participation de cette dernière dans la délibération politique nationale. L'une des plus grandes préoccupations de l'ancien président Jean-Bertrand Aristide dans les années 90 était de rattacher la communauté haïtienne de la diaspora plus solidement à son pays d'origine. C'est en ce sens qu'il a créé le concept de «dixième département» pour qualifier la diaspora. À cette époque, Haïti était divisée en neuf départements géographiques, maintenant dix. Le dixième département fait référence aux haïtiens de la diaspora.

8.5.4. Une motivation socioculturelle

Les Haïtiens de la diaspora restent très attachés avec la culture haïtienne. Dans leur communauté comme à la maison, ils reproduisent les mêmes pratiques socioculturelles haïtiennes. Aussi, ils utilisent la radio pour rester en contact permanent avec la culture haïtienne. Certains participants affirment ne pas s'intéresser à la politique, mais ils sont branchés quotidiennes sur des radios confessionnelles comme Radio Soleil

et Radio Lumière émettant depuis Haïti pour écouter et participer à des programmes religieux. Cette connexion sociale et familiale très étroite entre les gens de la diaspora et Haïti est renforcée avec les outils numériques. Pour maintenir cette relation socioculturelle, les Haïtiens de la diaspora utilisent beaucoup le téléphone et les médias sociaux. Une étude du Centre d'études sur les médias (CEM) montre que 86 % des membres de la communauté haïtienne de Montréal dont la majeure partie des migrants haïtiens à Montréal de moins de 10 ans utilise le téléphone pour communiquer avec leurs proches en Haïti. Seulement 11 % des participants utilisent les courriers électroniques et 2 % utilisent les messageries instantanées et 6 % les médias sociaux (Millette, Millette, et Proulx 2010, 32-33). Les Haïtiens de la diaspora montrent que l'un de leurs soucis premiers est de rester en contact avec Haïti, de savoir ce qui se passe dans le quartier où résident leurs proches.

8.5.5. Une identité binationale ?

La question identitaire occupe une place de choix dans les études sur la migration internationale. Les migrants étaient souvent considérés comme des gens dépayés, coupés de leur pays d'origine (Beciu, 2012). Les outils numériques permettent aux migrants de se construire une identité binationale. Ils sont à cheval entre leur pays d'accueil et leur pays d'origine. Néanmoins, selon certains participants à cette étude, même en renonçant à leur nationalité d'origine, ils sont restés et demeureront toujours 100 % Haïtiens dans leur sang et dans leur âme. Leur changement de nationalité vise tout simplement à bénéficier de certains avantages réservés aux citoyens du pays d'accueil. Ce qui dénote une primauté, une réaffirmation, une revalorisation de l'identité haïtienne de la diaspora. Il existe un rapprochement inhérent entre les concepts d'identité et de transnationalisme en raison du fait que les réseaux transnationaux de partage et de soutien entre les peuples sont fondés sur

une perception d'identité collective. Les identités de nombreux individus et groupes de personnes sont négociées dans des univers sociaux qui englobent plus d'un lieu, selon Lohmeier (2009) qui examine la façon dont certains médias ethniques participent à la construction d'une identité diasporique transnationale.

8.5.6. La diaspora comme acteur légitime de l'espace public haïtien

Avec les outils numériques, les Haïtiens de la diaspora deviennent des acteurs légitimes de l'espace public radiophonique haïtien. Ils revendiquent cet espace discursif et y sont considérés comme des acteurs légitimes par les médias et par la société haïtienne. Les radios sont les meilleurs canaux de communication permettant aux Haïtiens de la diaspora de faire entendre leurs revendications par les autorités du pays qui sont toujours à l'écoute de la radio. En revanche, le public local haïtien ne participe pas aux débats qui se tiennent dans les espaces publics diasporiques. La communauté diasporique haïtienne constitue un espace public haïtien en dehors des frontières haïtiennes et qui fonctionne de manière autonome. Les questions de grande préoccupation en Haïti sur des enjeux collectifs font l'objet de débats dans les radios de la diaspora au quotidien. En revanche, hormis certaines questions relatives aux artistes et aux sportifs haïtiens qui évoluent dans la diaspora, les radios haïtiennes sont rarement intéressées à savoir ce qui se passe dans la diaspora. Celles de la diaspora relaient les principales émissions et éditions de nouvelles des grandes stations de radios de Port-au-Prince alors que l'inverse n'existe pas.

8.5.7. Les moyens mis en place par les radios pour rejoindre la diaspora et les conditions favorables à la participation.

Pour rejoindre les Haïtiens de la diaspora, les stations de radio haïtiennes basées localement en Haïti utilisent des moyens variés. Habituellement, les principales émissions radiophoniques sont relayées par des stations de radio des communautés haïtiennes de la diaspora. Cette pratique existe encore, mais avec le numérique, les radios créent leur propre site Web alimenté par la diffusion des contenus sous forme audio, vidéo et texte. Elles sont présentes sur des applications et des plates-formes numériques comme Audio Now et Zeno Radio et des médias sociaux qui leur permettent d'être accessibles à tous les Haïtiens de la diaspora. Les radios utilisent des stratégies similaires plateformes numériques pour atteindre la diaspora. Il s'agit aussi de mettre à la disposition de cette dernière des lignes téléphoniques directes pour faciliter sa participation dans les émissions de ligne ouverte ou comme invité spécial. Les patrons des radios sont tous d'accord pour dire que les Haïtiens de la diaspora doivent occuper une place de choix dans la programmation de leur média. La notoriété acquise par certains membres de la diaspora est souvent transposée dans le débat public national.

Nous avons identifié un certain nombre de facteurs qui favorisent la participation de la diaspora dans le débat radiophonique haïtien qui peut se faire « à des fins d'information sur les affaires publiques haïtiennes, à des fins d'interventions dans les débats publics haïtiens et finalement à des fins de coordination d'actions collectives à l'échelle locale comme à l'échelle planétaire » (Charron 2018)¹¹⁶. Les Haïtiens de la diaspora représentent plus d'un quart de la population globale d'Haïti. Aussi, les

¹¹⁶ Propos tenus lors de son intervention dans le cadre de la conférence de lancement du Centre d'études interdisciplinaires sur les médias haïtiens (CEIMH) le 15 septembre 2018 à l'université Laval.

outils numériques paraissent plus profitables aux Haïtiens de la diaspora qu'à la population d'Haïti, et pour plusieurs raisons. D'abord, ils ont accès à une connexion Internet à haut débit. Ensuite, ils ont plus de moyens économiques que la grande majorité de la population haïtienne pour se doter des appareils électroniques comme des téléphones intelligents. Et finalement, la majeure partie de l'élite intellectuelle haïtienne se trouve dans la diaspora. « Haïti est l'un des pays au monde où la fuite des cerveaux est la plus prononcée. Les statistiques montrent qu'en 2000 Haïti figurait parmi les pays de la région envoyant vers les pays OCDE le nombre le plus élevé de travailleurs hautement qualifiés. Avec un taux d'émigration de 83,6 % de travailleurs qualifiés, Haïti était en cinquième position après Saint-Vincent-et-les-Grenadines, la Jamaïque, la Grenade et la Guyane » (Joseph, 2016¹¹⁷). Donc, tous ces facteurs favorisent la participation de la diaspora haïtienne dans la délibération politique nationale.

En général, les Haïtiens de la diaspora s'intéressent à tous les sujets qui font débat dans l'espace radiophonique haïtien. Les crises sociopolitiques à répétition dans le pays préoccupent les Haïtiens de la diaspora autant que ceux d'Haïti. Mais nos données montrent que ces Haïtiens hors frontière ont une préoccupation plus poussée pour certains sujets. « Ma plus grande préoccupation c'est la question de l'insécurité et les images d'insalubrité qui viennent du pays. J'ai des membres de ma famille en Haïti et je m'inquiète toujours pour leur sécurité », a indiqué une auditrice résidente de Québec depuis 22 ans. Les gens de la diaspora sont beaucoup plus sensibles aux questions relatives à la situation sécuritaire, aux actes de banditisme qui se multiplient un peu partout

¹¹⁷ À noter que ces propos sont extraits de l'Intervention du Dr Claude Joseph, actuel ministre des Affaires étrangères dans son intervention du 15 septembre 2018 dans le cadre de la conférence de lancement du Centre d'études interdisciplinaires sur les médias haïtiens (CEIMH).

dans le pays. Ils ont de la famille en Haïti, mais aussi, quand ils arrivent au pays, ils peuvent faire les frais de l'insécurité. Ils sont aussi sensibles à la question de l'assainissement du pays, l'insalubrité des rues. Mais les Haïtiens de la diaspora s'intéressent à bien d'autres choses, comme le respect de la propriété privée. Ils se plaignent du fait que les gens spolient leur propriété privée dans le pays.

En résumé, nous avons constaté que les responsables des radios avaient une très grande motivation pour cibler les Haïtiens de la diaspora comme public ou comme un marché publicitaire tout simplement. Cependant les ressources humaines et matérielles consenties par les patrons de médias n'ont pas abouti aux retombées économiques escomptées. Si le numérique permet un élargissement, une diversification et une densification de l'espace radiophonique, les recettes publicitaires ne sont pas pour autant au rendez-vous. Le numérique ne permet pas aux responsables des stations de radios de résoudre ou d'améliorer leur situation financière. Certaines stations de radio ont même cessé d'alimenter leur site d'Internet avec des textes informatifs, car cela ne leur rapporte rien sur le plan financier, et ils ont diminué leur personnel. Ils priorisent les applications numériques pour la diffusion de contenus audio en podcast.

8.6. Changement dans les conditions et dans les pratiques de travail des journalistes

Les technologies numériques changent les conditions de travail des journalistes et celles de leurs collaborateurs. Nous assistons à une mutation des moyens de collecte, de traitement, de diffusion des informations, d'archivage et de mise à jour constante des informations. Avec le numérique, les changements sont multiples. À travers cette section, nous démontrons la manière dont les outils numériques

participent à la transformation des différents aspects des activités quotidiennes des rédacteurs ainsi que d'autres collaborateurs comme les producteurs. La transformation du système radiophonique haïtien se traduit également par des changements majeurs dans les infrastructures techniques des stations de radio. À travers toutes les radios observées, nous avons constaté un allègement des infrastructures techniques comparativement aux années 2000 au cours desquelles nous avons exercé le journalisme. Un seul ordinateur remplace de nombreux équipements électroniques utilisés autrefois dans les salles de rédaction, dans les studios de production et dans les studios de mise en ondes. « Quand vous êtes arrivés dans une station de radio actuellement vous remarquerez que les infrastructures changent considérablement, il y a une meilleure gestion de l'espace », a fait remarquer un directeur de production d'une station de radio à Port-au-Prince. Il y a une grande évolution des conditions techniques et matérielles de travail des journalistes. Un directeur de production qui a plus de vingt ans d'expérience nous confie que les nouveaux appareils n'ont rien à voir avec les appareils électroniques utilisés avant le développement des outils numériques. « Nous avons passé de la bande magnétique à des données numériques soit sur un disque ou sur des cartes mémoire amovible ou fixe. Les matériels de transmission sont totalement modifiés », explique-t-il. Dans le passé, un émetteur était gigantesque, actuellement un émetteur n'est qu'un petit matériel électronique très puissant et qui donne de meilleurs résultats que les anciens. Avec le numérique, les pratiques de travail des journalistes se transforment considérablement.

8.6.1. Une meilleure collaboration entre les collègues de travail

Les technologies numériques contribuent à l'amélioration des relations de travail non seulement entre les collaborateurs d'une salle de rédaction, mais aussi avec toutes les personnes qui travaillent dans la chaîne de production de l'information. Il y a une meilleure efficacité du travail des journalistes. Il arrive souvent que pour une raison ou une autre un rédacteur en chef ne puisse se présenter sur son lieu de travail, mais il reçoit par courriel les travaux de ses collaborateurs. Il les corrige et les renvoie par courriel ou par d'autres applications numériques. Les reporters peuvent aussi déposer leur travail dans un Google Drive et le correcteur peut y accéder afin de les corriger sans être présent à la salle de rédaction. Les outils collaboratifs de travail sont de plus en plus utilisés dans les pratiques journalistiques en Haïti. « S'il va y avoir une Édition de nouvelles, je peux envoyer la déclaration du président de la République ou toute autre déclaration par WhatsApp à la radio afin qu'on puisse le diffuser dans la prochaine Édition de nouvelles alors que je suis encore au palais présidentiel ou ailleurs. Dans le passé, on n'avait pas cette possibilité, on devait attendre qu'on arrive à la radio pour traiter l'information », nous dit fièrement un jeune journaliste. La nouvelle ou la bande sonore est arrivée à la radio alors que le reporter est encore sur les lieux de l'événement. Maintenant certains participants prétendent que l'accélération de la circulation des informations améliore les conditions de travail des journalistes. Néanmoins, de nombreux journalistes voient plutôt l'accélération de la vitesse de circulation de l'information comme une détérioration de leurs conditions de travail. Ils doivent travailler sous pression et manquent de temps pour bien faire leur travail. Selon l'animateur d'une émission de débat radiophonique, il lui arrive parfois de prendre en considération les suggestions des auditeurs, mais pas dans tous les cas, précise-t-il. « Pour moi c'est une forme de collaboration ou de participation qui est nouvelle, parce que cela est rendu possible grâce

aux nouveaux outils numériques. Cela montre qu'il s'agit des gens qui sont attentifs à ce qu'on dit, à notre émission, ils doivent être pris en considération, mais avec beaucoup de précautions», a-t-il indiqué.

8.6.2. De nouvelles formes de collecte de l'information

Les formes de collecte des informations par les journalistes haïtiens sont modifiées sous l'influence des outils numériques. Ce qui change aussi leurs relations avec les sources d'information et leur pratique de travail. Les reporters n'utilisent plus les magnétophones avec cassette, mais plutôt des enregistreurs numériques ou des téléphones intelligents dotés d'applications numériques permettant de réaliser des enregistrements et des transferts de sons très facilement. Maintenant, avec les applications numériques compatibles avec les téléphones intelligents, ils réalisent facilement des entrevues. Avec ce type d'appareil, le son est le plus souvent enregistré en version Waves et les journalistes font la conversion en version MP3, mais certains des enregistreurs enregistrent en version MP3.

De nombreux participants estiment que les technologies du numérique offrent aux journalistes une multitude de possibilités de se perfectionner. Car ils pensent qu'avec l'Internet, le travail des reporters devient de plus en plus facile en ce qui concerne la collecte, le traitement et la diffusion des informations. Certains moteurs de recherche comme Google facilitent le travail des journalistes en permettant d'accéder à des données statistiques et à toute autre information utile pour le public. Néanmoins, plusieurs sont d'avis contraire. À côté de cette possibilité de se perfectionner et d'accès rapide à certaines informations, certains participants estiment que le numérique incite les journalistes à tomber dans la dérive, dans la paresse, dans la médiocrité. Car, selon eux, de nombreux chroniqueurs attendent que les informations leur arrivent sur leur téléphone portable sans le moindre effort alors que le rôle du reporter

est d'aller enquêter sur le terrain. Les données collectées dans cette étude ne nous permettent pas de confirmer de telles opinions des participants. Néanmoins, il est un fait certain que la plupart des sources d'information deviennent plus accessibles aux journalistes. Ces derniers reçoivent les communiqués, les notes de presse et toute autre information sur leur téléphone portable de manière instantanée.

Nous pouvons considérer les personnes physiques ou morales qui cherchent à diffuser des informations ou des messages publicitaires dans les médias comme des sources d'information. Les principales activités des reporters haïtiens sont la couverture des manifestations de rue, des conférences de presse, des accidents de circulation, des crimes, des meurtres, des déclarations publiques des acteurs politiques, des événements officiels du gouvernement, etc. Peu importe le cas considéré, nous constatons un certain changement dans les rapports des radios et les journalistes aux sources traditionnelles d'information sous l'influence des outils numériques.

Les relations entre les reporters et les sources d'information en Haïti ne sont pas toujours faciles. Il y a deux grandes difficultés qu'il faut souligner. La première concerne le manque de moyens des journalistes pour réaliser des reportages dans les endroits géographiquement reculés du pays. La deuxième est liée au manque d'accès des journalistes à certaines sources institutionnelles qui sont souvent très fermées. Les journalistes peuvent bien reprendre des débats, des déclarations publiques, mais ils ne sont pas toujours en mesure de vérifier certaines informations, par exemple des allégations relatives à la corruption. Les sources d'informations dans ce cas, deviennent muettes. Il y a en Haïti une culture de secret qui fait que les journalistes n'ont pas toujours accès à certaines informations relatives au fonctionnement de l'État.

Néanmoins, depuis un certain temps, il y a de plus en plus de fuites d'informations relatives aux affaires internes de l'État. Les correspondances privées entre les autorités de l'État se retrouvent régulièrement sur les médias sociaux avant même d'arriver à destination. Ces fuites d'information ne sont pas forcément mauvaises dans une démocratie aussi fragile que celle d'Haïti où les autorités devraient agir en toute transparence administrative. Le danger dans tout cela, c'est que des journalistes relaient des « informations » alors qu'il s'agit bien souvent de rumeurs ou de montages.

Avec le développement des outils numériques, il y a une accélération du processus de communication. Tout va beaucoup plus vite qu'auparavant. Maintenant, la plupart des informations sont d'abord disponibles sur des plates-formes numériques. Avant même d'envoyer un reporter sur les lieux d'un événement, il y a déjà un citoyen qui partage les faits. De ce point de vue, le rôle du journaliste est de vérifier cette « information » qui circule déjà sur Internet. Certains participants pensent que le numérique donne aux journalistes une plus grande facilité d'accès à certaines sources d'information. Certains dossiers sont accessibles sur le site Web des organismes publics. Il est également beaucoup plus facile pour les reporters d'obtenir des photos et des vidéos. « Et techniquement s'il se passe quelque chose dans le département du Nord ou ailleurs on peut rapidement avoir une image photo ou vidéo. On peut avoir des textes de manière indépendante et des circuits sonores de la part des correspondants à l'instant même où l'action se produit », estime un journaliste.

Les médias sociaux constituent des canaux de transmission de plus en plus fréquentés par les journalistes, notamment pour collecter des informations. Ils se rendent sur la page Facebook officielle ou le compte

Twitter des acteurs politiques, de n'importe quelle personnalité publique du pays ou d'étrangers pour voir ce qu'ils publient et qui peut être exploité comme étant une information. Le plus souvent ces informations permettent aux journalistes de compléter des éléments d'information dont ils disposaient déjà ou donnent des pistes qui pourraient conduire les journalistes à faire un travail beaucoup plus poussé quand c'est nécessaire. « Actuellement, les journalistes sont alertés des événements, de presque tout ce qui fait actualité par le biais de WhatsApp, Facebook, Twitter principalement. Une fois alerté par les médias sociaux, c'est en fonction de ça que les journalistes appellent des personnes concernées pour obtenir une réaction », a indiqué un journaliste participant. Twitter est un canal qui est de plus en plus utilisé par les autorités du pays pour communiquer des informations importantes. Par exemple, le mardi 8 avril 2019, le président de la République d'Haïti, Jovenel Moïse a annoncé sur son compte Twitter le choix de Jean Michel Lapin comme premier ministre. « À la suite des consultations que j'ai eues avec les Présidents de la Chambre des députés et du Sénat de la République, j'ai désigné le citoyen Jean Michel Lapin comme nouveau premier ministre », a informé Jovenel Moïse. Il a fait de même en mars 2020 pour le choix de son premier ministre actuel, Joseph Bouthe.

Les réseaux sont considérés comme de nouveaux territoires, de nouveaux espaces de communication et de nouvelles sources d'informations pour les journalistes qui ne peuvent pas se passer des outils numériques. Ils sont à la fois des sources, des alertes d'information qui pourraient se révéler très importantes pour les reporters, mais aussi ce sont de nouveaux outils de diffusion qui permettent aux journalistes de toucher un plus vaste public. Les médias sociaux ont toute leur importance dans la mesure où les journalistes eux-mêmes utilisent les médias sociaux à la fois pour collecter et diffuser des informations. « Nous

nous servons des médias sociaux comme première source d'information avant d'aller à la source pour vérifier ou d'approfondir. Je pense que les journalistes sont maintenant condamnés à utiliser les médias sociaux dans leurs activités quotidiennes. On ne peut pas nier l'existence des médias sociaux », a souligné un répondant. Les journalistes sont presque tous d'accord que les médias sociaux sont d'une grande utilité pour les rédacteurs dans leur quête d'information.

L'utilisation du numérique rapproche les journalistes des sources d'information. Ils se déplacent de moins en moins pour collecter des informations. Ils peuvent réaliser des entrevues plus facilement et mieux gérer les urgences liées à la question de l'information. « Les médias sociaux nous facilitent la tâche effectivement, n'importe qui peut nous transmettre des informations via les outils numériques. Mais, c'est au journaliste de faire son travail, de bien vérifier la véracité de l'information ». Les relations entre les journalistes et les relationnistes de presse sont substantiellement modifiées. Ces deux acteurs majeurs du système radiophonique haïtien sont bien conscients de cette évolution. Tout devient plus facile et plus pratique pour eux. « Les rapports ne sont plus les mêmes. Dans le passé, on recevait les invitations pour couvrir les conférences de presse, les communiqués de presse, etc., en dur, en support papier. Ce n'est plus le cas actuellement. Les envois se font par courriel, sur WhatsApp et ça c'est une grande innovation dans les relations entre les journalistes et les relationnistes depuis un certain temps » a mentionné un journaliste. Comme changement, cela rend les relations entre les journalistes et les sources d'information moins formelles, plus amicales.

En principe, pour informer leur public, les journalistes doivent entretenir des relations fiables et privilégiées avec leurs sources

d'information. Beaucoup de journalistes reçoivent des informations en primeur de certaines sources en fonction des relations de confiance qu'ils entretiennent avec ces dernières. Cela existait avant même l'avènement du numérique, mais les modes de réception sont différents. Les journalistes sont capables de recevoir des documents ou des images servant de preuves de certaines sources sur leur téléphone portable de manière instantanée. C'est le cas par exemple pour un journaliste comme Gary Pierre Paul Charles qui diffuse régulièrement des informations en primeur sur son compte Twitter avant même de les diffuser dans ses médias traditionnels. Ces informations sont le plus souvent obtenues en fonction des relations de confiance qu'il entretient avec ses sources d'information. Dans sa thèse de doctorat, Jean Charron (1990) a démontré que les relations entre les journalistes de la Tribune de la presse au Parlement de Québec et les autorités politiques constituent « un jeu de négociation entre les acteurs interdépendants, ce qui implique l'existence d'un rapport d'influence qui allie à la fois coopération et de conflit » (Charron, 1990, p. 1 - 2). Il explique ce « jeu de négociation » par le fait que les parlementaires ont besoin des médias pour faire valoir leur point de vue, leur vision politique et les médias ont aussi besoin des autorités politiques comme source d'information pour informer leur public. Lecheler et Kruikemeier (2016) évaluent la façon dont les sources en ligne modifient le rapport journaliste — source relativement à la sélection des sources d'information ainsi qu'aux méthodes de vérification des sources. Ils analysent également les changements opérés dans la manière dont les publics perçoivent les nouvelles depuis l'utilisation des sources en ligne. Il y a trois points de vue qui se dégagent ici sans qu'ils ne soient pour autant contradictoires. Tenant compte de nos données, nous disons que les médias sociaux ne sont pas des sources en eux-mêmes ; ce sont des canaux que des sources utilisent. Généralement les journalistes participants à cette étude considèrent les médias sociaux comme des

sources d'information secondaire, comme des alertes ou des pistes d'information que les journalistes doivent chercher à vérifier et comme des sources complémentaires.

Avec le développement des outils numériques, les sources d'informations deviennent de plus en plus indépendantes des médias classiques. Elles sont elles-mêmes en mesure d'atteindre une grande partie de leur cible sans aucun filtre. De nombreuses sources traditionnelles d'information publient elles-mêmes des informations via les plates-formes numériques ou leur site institutionnel. Même si ces publications sont loin d'être l'équivalent d'une couverture médiatique traditionnelle, elles font l'affaire de certaines sources dont des structures ou des hommes politiques agissant pour leur propre intérêt. Leurs publications à travers les médias sociaux sont souvent reprises par les stations de radio qui en font écho auprès de leur public. De nombreux auditeurs participant à cette étude disent avoir recours très souvent au site Internet de certaines institutions privées et publiques pour consulter des documents d'archives, des informations qui leur seraient utiles. Les internautes qui suivent les files Twitter ou la page Facebook des hommes politiques ou d'autres personnalités connues reçoivent les informations publiées par ces derniers au même moment, voire avant même les journalistes. Sans exagérer le phénomène, nous pouvons dire que la reprise de ces informations par les journalistes haïtiens n'est plus une nouvelle pour certains internautes qui sont constamment connectés et a qui ont déjà pris connaissance de ces informations et qui les partagent avec leurs réseaux de contacts. Cela étant dit, il y a une relation directe et instantanée entre les sources d'information et les membres du public qui sont branchés sur les médias sociaux. De manière indirecte, même les gens qui sont hors ligne sont aussi touchés indirectement par les informations circulant sur les médias sociaux. Les internautes qui

reçoivent les informations les communiquent également avec leur entourage. En ce sens-là, ils agissent comme des leaders d'opinion au sens de la théorie de la communication à double étage que nous avons déjà évoquée précédemment.

8.6.3. De nouvelles formes de traitement de l'information

Les modes de traitement des informations dans les stations de radios haïtiennes ont été transformés au cours des dernières décennies. Travailler dans une salle de rédaction peut être un exercice difficile actuellement pour un journaliste qui ne maîtrise pas encore des logiciels de traitement des informations. Sinon, il aura besoin d'un temps d'adaptation et de pratique pour se familiariser avec les nouveaux outils de travail. Nous avons observé des changements très significatifs dans les pratiques de travail des journalistes dans les salles de rédaction des radios dans lesquelles nous avons réalisé nos observations. À la salle de rédaction de Scoop FM par exemple la présence d'un producteur qui généralement procède à l'enregistrement des reportages n'était pas nécessaire. Les journalistes sont capables de monter leur reportage sans l'aide d'un producteur.

Les jeunes journalistes interrogés dans cette étude sont bien conscients de cette exigence. Nombre d'entre eux sont de moins en moins dépendants d'un producteur pour traiter les informations et monter leur reportage. Avec des logiciels spécialisés, ils sont capables de réaliser leur découpage de sons et monter eux-mêmes leur reportage. C'est entre autres ce que nous avons observé dans certaines salles de rédaction. Les journalistes sont capables de transférer ou d'envoyer des bandes sonores à la radio depuis le lieu où se produit un événement. « Il faut considérer les changements au niveau du monde médiatique, particulièrement la radio, à plusieurs niveaux. Le plus grand changement est lié au

développement des outils technologiques qui permet aux médias de se moderniser. Si vous regardez dans les salles, on utilise plus les cassettes, il n'y a plus de magnétophone traditionnel ou même les appareils fonctionnant avec les MD ou CD », nous dit le responsable d'une salle de rédaction. Effectivement, les feuilles de papier à écrire sont bannies dans la quasi-totalité des médias haïtiens hormis certaines radios qui gardent encore cette pratique. Dans un passé encore récent, les journalistes utilisaient des feuilles de papier blanches dans les salles de nouvelle pour écrire des reportages, mais actuellement ce n'est plus le cas. Dans la grande majeure partie des radios, chaque journaliste détient ou a accès à un ordinateur pour écrire son reportage. Ensuite, ils sont capables de faire le transfert soit par courriel, soit sur une clé USB ou le déposer dans un fichier accessible au correcteur ou secrétaire de rédaction. Les changements se font avec une vitesse tellement accélérée au point que même un journaliste de moins de deux ans d'expérience peut bien en témoigner. « Oui, je suis jeune dans la profession, mais je dois vous dire que j'ai déjà vu pas mal de changements à tous les niveaux depuis que je travaille comme journaliste. Je peux vous donner quelques exemples, dans le traitement des circuits¹¹⁸, très récemment on le recevait uniquement par téléphone, désormais on les reçoit par WhatsApp », nous confie un jeune journaliste qui souligne le fait que le son est plus clair avec ce procédé, c'est comme si la personne était présente en studio, ajoute-t-il.

¹¹⁸ Dans les pratiques radiophoniques en Haïti, on appelle « circuit » les reportages qui sont réalisés par les correspondants qui se trouvent dans les autres villes de province pour être diffusés dans les éditions de nouvelles.

Selon l'un des participants, « dans le passé, il y avait pas mal de problèmes entre les journalistes et nous les producteurs¹¹⁹. C'est pourquoi le journaliste devait faire beaucoup de répétitions avant d'aller enregistrer son reportage. Il y a des producteurs très exigeants qui ne supportent pas qu'un reporter lise son texte plusieurs fois avant de réussir son coup ». Maintenant, dit-il, nous avons de plus en plus de journalistes multimédias, polyvalents, qui sont capables d'utiliser un ordinateur avec des logiciels de traitement de texte et de son. Un journaliste qui n'arrive pas à monter son reportage par lui-même aura du mal à s'intégrer ou à se faire accepter au sein de la salle de rédaction, a fait savoir un directeur de rédaction.

Ce que je peux signaler encore comme changement, si vous regardez ici dans la salle de production, vous êtes là depuis deux jours et vous n'avez remarqué aucun producteur comme c'était le cas dans le passé. Ici, à Scoop FM, tous les journalistes sont capables d'enregistrer et de monter eux-mêmes leur reportage. Cela veut dire que maintenant un journaliste doit se mettre à jour. Il doit être en mesure d'utiliser les logiciels spécialisés pour le traitement des sons, se servir d'un ordinateur, bref, il doit se familiariser avec tous les outils numériques, c'est une exigence actuelle dans une salle de rédaction.

Actuellement les patrons de médias sont enclins à embaucher des journalistes touche-à-tout qui sont à la fois producteurs, monteurs, metteurs en ondes en plus d'être capables d'aller sur le terrain pour collecter des informations et réaliser des reportages en direct. Pour se faire embaucher plus facilement dans une salle de rédaction, le journaliste doit être en mesure de fournir un produit fini prêt à être diffusé. Cela suppose qu'il aura plus de tâches et donc moins de temps à consacrer à chacune des tâches. Et cela pourrait avoir un impact sur la qualité de son travail.

¹¹⁹ Ce sont des techniciens qui enregistrent les reportages dans une salle de production, qui effectuent le découpage de sons et les mettent sur un support quelconque aux fins de diffusion dans les éditions de nouvelles.

8.6.4. De nouvelles formes de diffusion de l'information

Les journalistes sont d'accord sur le fait qu'il existe maintenant une grande facilité de circulation de l'information. Il est vrai que peu importe le média, il y a un traitement à faire dans l'information, mais ça va de plus en plus vite avec la radio. Avec le téléphone portable, il est plus facile pour les journalistes qui suivent un événement de retransmettre en direct sur la radio. Il est vrai que la possibilité de retransmettre un événement en direct sur la radio existait depuis longtemps, mais pas avec autant de facilité. « Pour la présentation de mon journal, j'utilise un ordinateur portable qui contient tous les textes, ça c'est le bon côté du numérique. Et le mauvais côté, c'est qu'il s'est produit une coupure électrique au moment qu'on présente un journal, si on n'a pas assez d'expérience pour faire une improvisation cela va poser pas mal de problèmes ». Faut-il souligner que la coupure électrique est très fréquente en Haïti et cela pose un problème au fonctionnement des stations de radio qui n'est pas propre à l'ère du numérique. Les responsables des médias sont obligés de se procurer d'autres sources d'énergie alternative comme des groupes électrogènes, des batteries ou des panneaux solaires pour pallier la carence de l'électricité d'Haïti.

Un des changements les plus visibles dans les relations entre les acteurs du système, c'est le fait qu'on se dirige vers une convergence. Ce serait très difficile de trouver actuellement une radio qui n'a pas un site Internet et une page Facebook. La radio devient le média de base, mais cette dernière diffuse également des textes, des photos et des vidéos. Et actuellement, de nombreuses radios diffusent la vidéo de leur émission en direct sur les médias sociaux et le public peut interagir de manière instantanée avec les animateurs de l'émission comme nous l'avons expliqué. Les outils numériques sont à la portée de tous les médias. Ce n'est plus un privilège réservé aux grands médias de Port-au-Prince.

Selon un participant, « certaines fois on arrive dans une ville de province et on se rend compte qu'il y a des stations de radio qui font une meilleure utilisation des outils numériques que celles de la capitale. Cela veut dire que le numérique leur permet de faire une meilleure distribution des savoir-faire ». Pour pallier leur précarité économique, certains responsables de radio des villes de province utilisent d'autres stratégies comme les listes d'écoute (playlist). Ces radios sont plus ou moins numérisées actuellement, tout se fait par ordinateur. De nombreux médias haïtiens développent leur propre application numérique qui permet aux gens de les capter plus facilement. Aujourd'hui, il ne suffit pas pour un journaliste d'être capable de collecter des informations, de les traiter, de monter un reportage et autre, mais il faut aussi être capable de les diffuser à travers les différents médias sociaux.

8.6.5. Transformation progressive des infrastructures techniques de travail

Les journalistes, les producteurs, les présentateurs, les reporters, bref, tous les travailleurs de presse assistent à une transformation progressive de leurs moyens et de leurs conditions de travail comme cela se passe dans d'autres pays. « Sur le plan technique, je dirais qu'on est passé d'un amateurisme, à un professionnalisme progressiste. Les extraits sonores des conférences de presse qu'on diffusait à la radio n'étaient pas préalablement produits. On les diffusait tels quels avec tout ce qu'il y avait comme impureté et dans la longueur aussi. Ce sont des extraits de 5 à 20 minutes qu'on diffusait. Maintenant au fil des années, ça va progresser », a précisé un journaliste sénior.

Un responsable de productions nous raconte que l'arrivée du CD était perçue comme une grande révolution, mais il était tellement cher au point que les radios ne pouvaient s'en procurer. Un CD coûtait 100 dollars américains à l'époque. Les responsables des radios utilisaient les CD

uniquement pour enregistrer des musiques. Car ils ne pouvaient pas se payer le luxe de les utiliser pour enregistrer des reportages. Cela étant dit, il y a eu les MD, minidisques qui offraient certains avantages par rapport au CD. Peu importe la radio considérée, la mise en ondes fonctionnait avec une console ou mélangeur, un compresseur et un émetteur appelant STL, reliés à un site qui permettait aux auditeurs de capter le programme de la radio. La mise en ondes dépendait de la production. À l'intérieur d'une mise en ondes, on retrouvait particulièrement deux Reel To Reel, qui sont des magnétophones qui fonctionnent avec deux rouleaux de bande magnétique, un lecteur de cassette et de Cartridge. On y trouvait également un lecteur de MD dans les années 90, dit-il.

Nous sommes partis de 1986 jusqu'après la dictature des Duvalier sur une profession qui n'était pas pratiquée, pour laquelle il n'existait pas encore, je dirais, de moyens techniques pour travailler. Parce que les moyens étaient très rudimentaires au début, et parce que la radio ou le journalisme comme profession n'avaient pas encore suffisamment évolué pour avoir une certaine indépendance pour ça. Certes, il y avait les médias d'État qui existaient, qui travaillaient, mais du côté des médias privés, il n'y avait pas beaucoup d'effort qui était déployé. C'est vrai que la radio existait. On utilisait les radios de communication pour effectuer des retransmissions en direct. Quand je suis venu à la radio, on utilisait les appareils de cassette pour enregistrer les sons d'un événement ou une déclaration quelconque. Mais les moyens modernes n'existaient pas encore. Par exemple, on n'écrivait pas encore sur un ordinateur. On utilisait un papier et un stylo pour écrire un texte journalistique qu'on allait lire à la radio. On recevait les dépêches de l'AFP sur une vieille machine, on utilisait les machines pour taper un texte comme les vieilles Olivetti, les ordinateurs n'étaient pas encore utilisés dans les salles de rédaction. J'ai vu ce progrès arriver au fil des années parce que les médias devaient s'adapter au fait qu'on devait produire beaucoup plus d'information, réaliser des bulletins de nouvelles, de différentes éditions de nouvelles (journaliste sénior et patron de médias).

Un directeur de production depuis plus de vingt ans qui suit l'évolution du numérique au jour le jour, dit être un témoin des efforts consentis par le média pour lequel il travaille depuis sa création jusqu'à son virage vers le numérique. Selon lui, son média rencontrait pas mal de

difficulté avec le site Internet, les connexions Internet qui étaient très médiocres. S'il y avait un trop grand trafic sur le site Web, même 100 visites en même temps, cela ne fonctionnait plus. « Le premier virage vers le numérique a vraiment commencé à partir du moment qu'on a fait l'acquisition des premiers ordinateurs à partir de 2003. Et Signal FM était l'une des premières radios à avoir un site Internet. C'était un très grand pas vers la modernisation de la radio. Les gens du monde entier pouvaient accéder à l'actualité haïtienne en visitant notre site Web parce que les informations y étaient postées tous les jours », a-t-il indiqué. À travers toutes les stations de radio observées, nous avons constaté une diminution des infrastructures techniques, c'est-à-dire du nombre d'appareils électroniques utilisés dans les salles de production et de mise en ondes. Un seul ordinateur remplace de nombreux matériels électroniques utilisés autrefois dans les salles des nouvelles, dans les studios de production et dans les studios de mises en ondes.

Nous avons commencé avec les cassettes et il y avait aussi le Reel To Reel qui était des rouleaux d'enregistrement sur lesquels on enregistrait les sons. Les reportages, les musiques, les spots publicitaires, ils avaient une bonne qualité de son, très fiable. À l'époque, pour enregistrer un reportage avec un journaliste, il devait être très professionnel. Il devait être en mesure de lire son reportage d'un seul coup, sans faute sinon on devait constamment tout recommencer. Il devait maîtriser ce qu'il faisait. Le slogan était « one take », un seul coup. Le journaliste devait sélectionner son extrait de son depuis la salle de rédaction et maîtriser son texte le plus possible avant de se présenter à la production. C'était un peu stressant et pour le journaliste et pour le producteur, surtout quand il s'agissait d'une information importante qui devait être diffusée rapidement. On enregistrait à partir d'un Deck cassette qui disposait d'une entrée record intégrée. On utilisait également le Cartridge comme matériel d'enregistrement qui n'est pas trop différent de la cassette, mais qui était plus grand. C'était l'une des premières innovations, mais qui n'a pas trop duré parce que sa performance était très faible¹²⁰ (directeur de production).

¹²⁰ Traduction libre d'un entretien réalisé en créole avec un directeur de production d'une station de radio à Port-au-Prince

En résumé, nous pouvons en déduire que les conditions et les pratiques de travail des journalistes ou les pratiques d'information et les différents acteurs de la chaîne de production de l'information ont changé sous l'influence des technologies numériques. Ce changement s'explique également par la transformation des infrastructures techniques au sein même des stations de radio. Ces changements ne sont pas propres au système radiophonique haïtien. Ils s'observent dans les pays riches comme dans les pays pauvres. Ils ont des conséquences sur la vie quotidienne des journalistes et des autres collaborateurs qui font partie de la chaîne de production de l'information au sein d'une station de radio. Néanmoins, ces changements techniques ne transforment pas pour autant la nature profonde de leur travail et celle des relations entre les acteurs. Ce qui fait que de tels changements ont peu d'incidence sur la configuration du système.

8.7. Les changements dans les relations des radios avec les annonceurs

Les radios haïtiennes entretiennent des relations étroites et privilégiées avec les annonceurs. Nous voulons montrer ici comment cette relation s'est transformée sous l'influence des outils numériques. Nous verrons que ce changement a comme conséquence une diminution des recettes publicitaires des radios. Le problème, c'est qu'en Haïti, les annonceurs seraient les principales sources de financement des radios. Dans le chapitre précédent, nous avons démontré la précarité économique des radios et des journalistes haïtiens. La publicité constitue une ressource vitale pour les radios commerciales. Dans le schéma traditionnel, les médias haïtiens, particulièrement les radios dominantes, détenaient le monopole de la visibilité. Ils étaient le passage obligé pour les annonceurs qui voulaient rejoindre le grand public. Et pour promouvoir leur produit et service auprès du public, les annonceurs devaient consentir

de fortes sommes d'argent comme budget publicitaire dans les médias traditionnels. Nous avons démontré dans le chapitre précédent comment la multiplication du nombre de radios dans le pays a entraîné un émiettement des revenus publicitaire. L'arrivée du numérique n'améliore pas la situation financière des radios et des journalistes. Il ne fait que renforcer leur précarité économique. Avec les outils numériques, les annonceurs sont aussi capables de toucher directement une grande partie du public visé sans passer par les médias traditionnels même si ces derniers restent encore importants pour les annonceurs qui cherchent un rayonnement national dans le contexte haïtien. C'est le grand changement dans les rapports entre les annonceurs avec les radios traditionnelles.

De nouveaux acteurs plus puissants entrent en concurrence avec les radios. Une grande partie des budgets publicitaires des annonceurs est absorbée par des plates-formes numériques. Ce qui explique une redistribution des revenus publicitaires entre les médias traditionnels et les nouveaux acteurs du numérique. Ce problème n'est pas propre à Haïti. Ce sont tous les médias du monde qui subissent le poids de la concurrence des plates-formes numériques comme Google dont le chiffre d'affaires ne cesse d'augmenter¹²¹. Un des patrons de médias déplore le fait que les annonceurs préfèrent utiliser d'autres voies au lieu de confier leur publicité aux radios traditionnelles. Ainsi, ils reconnaissent que les possibilités de diffusion offertes aux annonceurs par le numérique constituent un manque à gagner pour les médias haïtiens, c'est-à-dire, une baisse de leurs recettes publicitaires au profit des plates-formes

¹²¹ À titre d'exemple, « sur les 12 derniers mois, Google (Alphabet) a réalisé un chiffre d'affaires de 155,1 Md\$, en augmentation de 19,4% sur 1 an. Les bénéfices du holding Alphabet inc. ont été de 32,6 Md\$, en baisse de 23,1% sur 1 an » (Rank Info, 2019, 3^e paragraphe).

numériques comme Facebook et Google qui permettent des publicités hyper ciblées.

C'est vraiment un manque à gagner pour les médias traditionnels. En Haïti, on n'évalue pas ce manque à gagner, on a qu'à regarder ce qui se passe au niveau mondial, Google, Facebook, est en train de capter toutes les recettes publicitaires, au détriment par exemple de la presse écrite qui est en train de périr, de mourir, à travers le monde au détriment des autres médias, parce que l'Internet est en train de tout changer depuis une vingtaine d'années. Avec le développement des outils numériques, on a une convergence médiatique et rien ne va arrêter cela (responsable d'une agence de placement publicitaire).

L'un des défis majeurs pour les radios haïtiennes est donc particulièrement lié au marché publicitaire. Selon certains patrons de médias, il y a une saturation du marché médiatique en plus des plateformes numériques qui rentrent en compétition avec les médias traditionnels, ce qui amène une redistribution des revenus publicitaires entre eux. Il devient de plus en plus difficile pour les nouveaux médias traditionnels particulièrement de se faire une place sur le marché publicitaire. Nous sommes dans un moment de grande transformation du système médiatique. Et nul ne peut prédire l'avenir des médias traditionnels dans 5 ans, dans 10 ans ou dans 20 ans. C'est une révolution qui est en marche. Il suffit pour les acteurs d'observer les changements afin de mieux se positionner dans l'avenir. Pour la plupart des journalistes, des patrons de médias particulièrement, le numérique pose un certain nombre de défis financiers aux propriétaires de médias dans le pays vu que les annonceurs sont leurs principales sources de financement. Effectivement, nous avons noté une très grande inquiétude du côté des patrons de médias qui participent à cette étude. Leur préoccupation est particulièrement liée à la survie économique de leur média. Les ressources publicitaires sont devenues de plus en plus rares. Il s'agit d'une préoccupation commune à tous les administrateurs et patrons de médias, qui ont participé à notre étude. Et les annonceurs que nous avons

rencontrés reconnaissent effectivement qu'ils diminuent considérablement le volume de spots publicitaires placés dans les radios pour profiter des avantages du numérique. « Actuellement les annonceurs ont des moyens très diversifiés pour faire passer leur message publicitaire. Quand on va auprès des commanditaires pour faire des annonces, on voit qu'ils sont de moins en moins intéressés, parce qu'ils utilisent l'Internet, les médias sociaux pour faire leur promotion ou la promotion de leur produit », a indiqué un responsable de placements publicitaires.

Nous avons constaté que les efforts déployés par les patrons de médias haïtiens pour attraper le train technologique ont une motivation économique. Ils cherchent à rentabiliser les stations de radio en y investissant beaucoup plus d'argent pour les moderniser, pour élargir leur public au-delà du territoire national afin d'attirer un plus grand nombre d'annonceurs. Mais en fait, les retombées sur le plan financier sont plutôt décevantes pour les responsables des médias. Cet effort d'innovation s'inscrit aussi dans un esprit de compétition qui anime les responsables des médias qui cherchaient à se distinguer. Là encore, nous pouvons en déduire que derrière toute compétition, toute recherche de distinction entre les médias se cache une visée économique qui n'a rien donné en termes de revenus.

8.8. Changement dans les relations des radios entre elles

Dans le système radiophonique haïtien comme dans tous les systèmes médiatiques, les radios haïtiennes entretiennent des relations entre elles. Nous avons évoqué l'hypothèse d'une relation de domination entre les stations de radio de Port-au-Prince et celles des régions et de la diaspora. Ce que confirment les données collectées dans cette étude. Cette section a notamment pour but de montrer l'existence de cette relation de domination entre certaines stations entre les radios. Généralement, les radios haïtiennes ne sont pas associées en réseau, elles n'ont pas les mêmes propriétaires et leur relation ne fait l'objet d'aucun accord préalable selon les patrons de médias participants à cette étude. En grande partie, les médias haïtiens hors des frontières d'Haïti relaient les principales éditions de nouvelles et des émissions de libre tribune des radios haïtiennes en Haïti. Il s'agit néanmoins d'une relation à sens unique.

Hormis les éditions de nouvelles du service créole de la Voix de l'Amérique et Radio Méga qui a ses antennes en Haïti, les émissions radiophoniques de la diaspora ne sont pas relayées par des stations de radio basées localement en Haïti. Nous constatons ce même cas de figure dans le cas des stations de radio de Port-au-Prince par rapport à celles des autres villes du pays. Il n'y a pas une station à Port-au-Prince qui relaie une émission des stations de radio d'une autre ville du pays. L'espace public national et transnational est donc largement dominé par l'espace public médiatique de Port-au-Prince. Dans les éditions de nouvelles tout comme celles de débats publics, les enjeux politiques sont prioritaires. Certaines stations de radio de la diaspora ont aussi des correspondants sur place en Haïti qui leur font des résumés de l'actualité haïtienne. Le rapprochement entre les deux espaces publics haïtiens se

traduit également par le fait que les animateurs de certaines émissions radiophoniques très prisées en Haïti se déplacent pour réaliser leur émission émettant depuis l'étranger avec des acteurs de la diaspora. C'est le cas, par exemple, de l'animateur de l'émission RAMASE sur Caraïbes FM, Jean Monard Metellus et l'animateur de l'émission Moment Vérité de Signal FM, Peggy Jean. Si les radios sont traditionnellement considérées comme étant des ponts entre l'information et leur public alors les plateformes numériques peuvent être considérées comme étant une deuxième passerelle entre les médias locaux et le public. Il s'agit d'une forme de médiation entre les radios locales et le public haïtien de la diaspora particulièrement.

8.8.1. Une relation de domination des radios de Port-au-Prince

Les grandes stations de radio de Port-au-Prince sont dans une situation de domination par rapport aux autres stations de radio. Et les raisons évoquées par les participants pour justifier cette domination vont presque dans le même sens. En tant que dispositifs techniques et institutionnels de communication publique, les radios haïtiennes sont à la fois dans une relation d'interdépendance et dans un rapport de force. Elles cherchent toutes à s'appropriier plus ou moins les mêmes ressources publicitaires, les mêmes publics, les mêmes ressources humaines compétentes et les mêmes sources d'information. Cela les met en concurrence les unes avec les autres pour la conquête de ces ressources nécessaires à leur survie. Les principaux programmes des grandes stations de radio de Port-au-Prince, particulièrement leurs éditions de nouvelles et les émissions de débat politique sont relayés par des dizaines de stations de radio des villes de province et de la diaspora. Les responsables des radios de Port-au-Prince sont même dans l'impossibilité de donner des chiffres exacts du nombre de radios qui relaient leur programme.

Le fait que ce sont les stations de radio des villes de province et de la diaspora qui relaient des programmes des grandes stations de radio de Port-au-Prince alors que l'inverse n'existe pas est dû à la configuration même du pays, et à son appareillage étatique¹²². C'est ce qu'a fait remarquer un ancien directeur à l'information de l'une des plus grandes stations de radio à Port-au-Prince. Selon lui, tout est concentré à Port-au-Prince. Car c'est là où se trouve le siège de tous les pouvoirs de l'État. Peu importe ce qu'une personne habitant en région veut faire : obtenir un passeport, un permis de conduire, une carte d'identification nationale, etc., elle doit se rendre à Port-au-Prince. Toutes les informations relatives aux actions du gouvernement et des autres pouvoirs publics se trouvent à Port-au-Prince. À moins qu'il y ait un grand événement dans une ville de province. Et là encore, ce sont des journalistes des stations de la capitale qui font le déplacement pour aller couvrir ces événements malgré la présence de leur correspondant sur place. Tout cela pour dire que cette relation de domination qui existe entre les radios de la capitale et celles du reste du pays et de la diaspora est due à la centralisation des ressources du pays au niveau de la capitale qui est le centre de tous les événements politiques, économiques, sociaux et culturels. Et on retrouve ce rapport de domination dans presque tous les domaines. Dans le reste du pays, les populations sont quasiment négligées, ils n'ont pas d'eau, pas d'électricité, pas d'hôpitaux, etc., et on n'en parle rarement dans les médias.

Aussi, en ce qui concerne les relations des radios entre elles, il n'y a pas d'interaction entre le public de Port-au-Prince et les présentateurs

¹²² À noter qu'à un certain moment Radio Ibo à Port-au-Prince avait relayé une édition de nouvelles de Radio Sans Souci qui se trouve au Cap haïtien, la deuxième ville du pays. Cette Radio est la propriété du Journaliste Sénior Yves Marie Chanel qui était un ancien co-directeur de la salle de rédaction de Radio Ibo. On peut dire que c'est une exception à la règle.

ou les journalistes des radios des villes de province et de la diaspora hormis certaines participations planifiées¹²³ avec des leaders connus. Autrement dit, les relations des principales stations de radios de la capitale avec les autres vont dans un sens unique. Il n’y a pas de réciprocité. Cette domination des radios de Port-au-Prince peut s’expliquer par la concentration dans la capitale des ressources (marché publicitaire, auditeurs, consommateurs, élites, sources d’information, pouvoir politique, etc.) qui alimentent les radios. La domination de l’espace radiophonique de Port-au-Prince sur les autres ne semble pas être affectée par l’extension des radios classiques sur l’Internet. Faut-il préciser qu’il existe à Port-au-Prince une cinquantaine de stations de radio. Néanmoins, les ressources financières et humaines sont concentrées dans une dizaine de radios, particulièrement les membres de l’ANMH, qui captent la majeure partie de l’attention du public et qui contrôlent le marché publicitaire. Ainsi, nous en déduisons qu’un petit groupe de radios à Port-au-Prince qui étaient toujours en position de domination le demeurent avec les technologies numériques. C’est un élément de continuité dans le système radiophonique haïtien. Ce qui a changé avec le numérique, ce sont particulièrement les conditions et les types de participation aux débats publics et le rôle des radios diasporiques dans le système radiophonique haïtien. Ces dernières deviennent de moins en moins importantes pour les Haïtiens de la diaspora qui veulent s’informer sur Haïti. La majeure partie des répondants de la diaspora disent préférer capter directement les émissions des radios émettant depuis Haïti au lieu de les écouter sur des radios de la diaspora qui les relaient. Le fait qu’elles se trouvent à Port-au-Prince, capitale économique et politique du pays, ces radios sont au centre de toutes les informations

¹²³ Voir notre typologie de participation des membres du public aux émissions radiophoniques au chapitre 5.

et les autres n'ont pas les moyens nécessaires pour couvrir des événements à Port-au-Prince, la plus simple pour elles est de capter et de retransmettre les contenus des grandes radios de Port-au-Prince.

Les stations des régions ont accès à des informations qui autrefois étaient plus difficiles à obtenir hors de Port-au-Prince. Aussi, le numérique pourrait permettre aussi aux stations des régions de rejoindre plus facilement le public de Port-au-Prince ou de la diaspora. Mais en raison de leur incapacité de concurrencer les radios dominantes de Port-au-Prince, les radios régionales et diasporiques ne pourront pas vraiment conquérir un public autre que leur public local qui s'intéresse à ce qui se passe dans son environnement immédiat. Un journaliste sénior et propriétaire d'une station de radio et d'une télévision estime, quant à lui, qu'il y a deux raisons qui expliquent la domination des radios de Port-au-Prince par rapport aux autres. D'abord, « les radios de Port-au-Prince sont mieux pourvues », dit-il. Elles ont beaucoup plus de moyens de production de l'information. Il estime que les radios des villes de province sont pauvres. En plus, le commerce se concentre dans l'aire métropolitaine, le grand commerce. « Ce n'est pas pour rien qu'on parle de la république de Port-au-Prince », a-t-il indiqué. C'est le lieu où se passent tous les événements tant politiques qu'économiques, la province vit au rythme de Port-au-Prince. Donc, selon lui, c'est ce qui explique que l'information est également centralisée au niveau de la capitale. Sauf dans de rares cas, quand il y a des événements importants qui se passent dans une ville de province. Conscient de cette relation de domination, l'un des journalistes séniors et directeurs d'une station de radio a tenté de nouvelles expériences pour renverser la situation. Il a retransmis en direct sur sa radio basée localement à Port-au-Prince des matchs de football commentés par des chroniqueurs sportifs d'une station de radio basée dans la deuxième ville du pays, Cap-Haïtien. Il s'est félicité d'être le

premier à relayer un programme d'une station de radio d'une ville de province. Mais cette expérience n'a duré que quelques semaines pendant la dernière coupe du monde de football. Selon lui, le numérique donne beaucoup plus de possibilités de coopération entre les radios de Port-au-Prince et les autres.

Nous voulons casser cette tradition de domination dans les relations entre les radios de Port-au-Prince et les autres radios des villes de province et de la diaspora. L'un des avantages que le numérique offre aux radios, particulièrement à celles qui n'ont pas de grands moyens, c'est la possibilité d'automatiser la gestion des programmes de la radio. Et je dois vous dire que ce sont les radios des villes de province qui donnent le ton. Elles n'avaient pas les moyens de faire autrement, on a presque plus besoin d'un personnel pour gérer la programmation de la radio. Tout se fait automatiquement sans aucun décalage. Pour y parvenir, il y a des programmes qui coûtent très cher, mais il y a aussi des programmes gratuits qui donnent les mêmes résultats. (Extrait d'un journaliste sénior et patron de médias).

C'est une expérience qui a donné ses fruits selon ses dires. Le numérique apporte un certain avantage aux radios des villes de province qui étaient très défavorisées par rapport aux radios de Port-au-Prince qui détiennent la grande partie des ressources économiques et humaines disponibles.

8.8.2. Une relation informelle et sans engagement réciproque entre les radios.

Il n'y a pas d'accord formel ou de partenariat entre les stations de radio pour relayer un programme quelconque. C'est ce que précisent tous les responsables de médias participant à cette étude. Ils sont informés de l'actualité par moment par les responsables des radios qui relaient les programmes de leur radio. Nous pouvons constater que dans les émissions de débats publics, et même dans certaines éditions de nouvelles que les présentateurs prennent le temps de citer le nom de toutes les stations de radio qui relaient le programme en question et demandent aux responsables d'autres stations de radio qui relaient le

programme de le signaler afin que le nom de leur radio et celui de leur responsable puissent être cités. Y a-t-il des avantages spécifiques pour les radios relayées et celles qui relaient ? Selon les participants à cette étude, il n'y a pas une retombée économique pour le média qui est relayé sinon une plus grande écoute. Les annonceurs ne prennent pas en considération le nombre de stations de radio qui relaient une émission radiophonique pour augmenter leur tarif publicitaire en conséquence. L'avantage pour les stations de radios relayées et celles qui relaient, c'est que cela leur permet d'être écoutées par un plus grand nombre de personnes. Malgré le développement des technologies qui permettent aux stations de radio d'être écoutées dans le monde entier, les pratiques de relai restent encore fondamentales pour les gens qui habitent en région et qui restent encore attachés aux récepteurs traditionnels pour écouter la radio. Ce qui n'est pas le cas pour les gens de la diaspora qui ont un plus grand accès à l'Internet et aux appareils électroniques leur permettant d'écouter directement les stations de radio de Port-au-Prince sans passer par les stations de radios locales.

8.8.3. Rapport du public haïtien basé en Haïti avec les radios haïtiennes de la diaspora

Comme nous l'avons déjà expliqué, les médias haïtiens basés en Haïti cherchent à tout prix à atteindre les Haïtiens de la diaspora et vice-versa. Il y a une multitude de stations de radios haïtiennes de la diaspora, particulièrement en Floride, à New York et à Montréal. Dans le cas de la communauté haïtienne de Montréal, « ce sont les personnes âgées de 35 ans et plus qui sont les plus nombreuses à être attachées aux médias de la communauté haïtienne. Les 35-54 ans semblent par ailleurs généralement plus attachés à chacun de ces médias, à l'exception de la radio, à laquelle les 55 ans et plus semblent être les plus attachés » (Millette, Millette et Proulx, 2010, p. 35). Nous nous demandons si le

public haïtien basé en Haïti est visé par les médias haïtiens de la diaspora. Pour répondre à cette question spécifique, nous avons invité une journaliste de la radio CPAM à Montréal¹²⁴ dans une conférence-débat avec des leaders de la diaspora et des universitaires à débattre cette question. En réponse à cette question, la journaliste présentatrice de CPAM répond très catégoriquement que sa station ne vise pas le public en Haïti. C'est aussi la réponse donnée par les animateurs de certaines émissions des radios ethniques haïtiennes de la diaspora (à Miami et à Boston) participant à cette étude. Ils n'ont jamais cette prétention. Car les radios haïtiennes de la diaspora se nourrissent essentiellement des informations diffusées par des stations de radio basées localement à Port-au-Prince. Autrement dit, les informations qu'ils diffusent sont déjà consommées par le public local haïtien. Toutefois, ils sont conscients de la possibilité pour les radios haïtiennes de la diaspora de rejoindre le public d'Haïti grâce aux progrès technologiques, les difficultés sont beaucoup plus d'ordre structurel. Les radios haïtiennes de la diaspora sont créées dans le but de desservir un public se trouvant dans leur environnement immédiat, pour permettre aux Haïtiens de la diaspora de rester en contact avec Haïti. En revanche, l'inverse est négligé ou du moins complètement absent de la politique des patrons de médias. La programmation et le contenu des radios haïtiennes de la diaspora sont forgés pour le public immédiat. Ces radios ethniques ne sont pas bien structurées sur le plan institutionnel et technique. La majeure partie d'entre elles ont des éditions de nouvelles sans une équipe de reporters.

¹²⁴ Il s'agit d'une « station de radio ethnique de langue française à Montréal. CPAM offre une programmation axée sur les besoins des communautés ethnoculturelles francophones d'origine haïtienne, latino-américaine et africaine de la région métropolitaine de Montréal » Référence : (<https://www.cpam1410.com/apropos/>) .

Considérons le cas de la CPAM pour laquelle je travaille. Cette radio fonctionne avec deux journalistes uniquement. Un qui travaille le matin et moi qui travaille le soir. On n'a pas de reporter, on n'a pas de correspondants, on est laissé à la merci de nos confrères et consœurs. Si le monitoring n'existait pas, je serais dans l'impossibilité de préparer mes éditions de nouvelles. Je dois vous dire que les jours les plus stressants pour moi mis à part les jours des grands froids sont les jours chômés en Haïti ou il n'y a pas de nouvelles dans les stations de radio haïtienne émettant depuis Haïti. Du coup moi, je suis dans l'impossibilité de préparer mes éditions de nouvelles. Mon journal dure une heure dont 30 minutes sont consacrées aux nouvelles nationales du Canada. Je ne peux pas le préparer sans écouter Radio-Canada et les autres médias du Canada. Pour les 30 minutes consacrées aux nouvelles Haïtiennes, je le fais à l'aide des médias haïtiens comme Radio Métropole, Vision 2000, le journal Le Nouvelliste, HPN ou AlterPresse. Sans puiser dans le contenu de ces médias, je n'ai pas de nouvelles à donner. Alors, comment viser le public haïtien avec des informations qu'il connaît déjà

(Journaliste de la CPAM dans la cadre de la conférence organisée par le CEIMH à l'Université Laval)?

Le fait pour les radios haïtiennes de copier leurs informations sur les médias émettant depuis Haïti ou, tout simplement, de relayer leurs éditions de nouvelles de manière intégrale, a comme conséquence que ces informations n'auraient aucun intérêt pour le public haïtien basé localement. Il en est de même pour une grande partie des Haïtiens de la diaspora qui ont la possibilité de se connecter directement sur les radios haïtiennes. En plus, il y a les médias sociaux qui diffusent directement les principales émissions et des éditions de nouvelles des radios haïtiennes. Ce qui veut dire que le public haïtien accède à l'information directement. Ce qui fait que le public d'une station de radio diasporique est écouté majoritairement les Haïtiens de la diaspora. Cette étude fait ressortir une certaine particularité en ce qui concerne radio CPAM, en ce sens que « CPAM a un intérêt très marqué pour à la fois les personnes nées au Canada que celles qui sont y arrivées il y a plus de 10 ans, et un peu moins les personnes ayant nouvellement immigré.

Dans son intervention, Farlène Thélisdort a aussi évoqué un problème linguistique. C'est que les Haïtiens de Montréal qui écoutent CPAM sont des aînés qui ne maîtrisent pas bien le français ou s'expriment uniquement en créole. Or, la programmation de la CPAM se fait en français. Ce qui fait qu'une grande partie des auditeurs haïtiens de Montréal écoutent une radio dans une langue qu'ils ne comprennent pas. C'est pratiquement la même configuration avec Haïti quand la programmation des radios était en français lorsque la majorité de la population ne s'exprimait qu'en créole. « Les radios haïtiennes sont relayées, je dirais dans la diaspora plurielle haïtienne, c'est-à-dire il y a des stations de radios haïtiennes en Amérique du Nord, principalement au Canada et aux États-Unis et les Haïtiens qui sont dans ces pays sont très demandeurs de nouvelles nationales haïtiennes », a souligné un participant. Il y en a aussi en Europe, dit-il, des Haïtiens qui arrivent à bien capter les émissions des radios haïtiennes. Ceci est aussi le cas depuis les Antilles françaises, dans les Caraïbes, donc partout où il y a des Haïtiens, ils ont la possibilité de capter les radios haïtiennes. Les plus grands avantages des outils numériques, c'est la mobilité. La radio avait toujours une longueur d'avance sur les autres médias traditionnels de ce point de vue, mais avec les outils numériques, la radio devient encore le média le plus accessible et favorise une plus grande participation dans les débats publics. Comme nous l'avons souligné, les stations de radios ethniques de la diaspora haïtienne ne touchent pas le public haïtien basé localement en Haïti.

En définitive, nous pouvons en déduire que le numérique apporte des changements considérables à la fois dans les modes de collecte, de traitement et de diffusion des informations. De telles transformations sont aussi observées dans les relations des radios entre elles et dans les relations entre les radios et les annonceurs. Les radios de Port-au-Prince

restent dominantes dans leur relation avec les autres stations de radios des autres villes de province et de la diaspora. La diffusion de certaines émissions radiophoniques réalisées par les radios haïtiennes de la diaspora sur les médias sociaux permet au public local haïtien d'avoir accès au contenu de ces émissions, ce qui n'était pas le cas dans le passé.

Conclusion générale

Cette étude avait pour but d'analyser les transformations du système radiophonique haïtien au cours des 60 dernières années. Dans cette étude, la radio est conçue comme un « système », c'est-à-dire un ensemble d'acteurs qui sont dans une relation d'interdépendance. Nous avons considéré que les radios haïtiennes et d'autres acteurs comme le public (local et la diaspora), les sources d'information, les annonceurs, les instances de régulation étatique et non étatique forment un système complexe de relations dans lequel chacun de ces acteurs occupe une certaine position et entretient certaines relations d'interdépendance avec les autres acteurs. C'est essentiellement à ce type de relations d'interdépendance qui lient les acteurs, directement ou indirectement que nous nous sommes intéressés dans cette étude. Nous avons aussi tenu compte du fait que ce système appartient à un environnement composé d'autres systèmes (politique, économique, culturel) auxquels il est lié.

Les relations entre les différents éléments constitutifs du système sont examinées dans le but de comprendre les règles qui régissent les relations de pouvoir entre les acteurs. En effet, les acteurs agissent dans un certain cadre, en fonction de certaines règles ou de normes, dans certaines conditions qui s'imposent à eux.

Dans la thèse, nous n'avons pas essayé de répertorier toutes les règles qui régissent les actions des acteurs. Mais nous avons plutôt tenté d'identifier les conditions qui structurent le jeu de manière fondamentale. Par exemple on voit dans la thèse que des phénomènes comme la politisation du système, la valorisation du créole, la précarité, la corruption, le faible degré de professionnalisme, la faiblesse de l'encadrement légal, on voit que tout cela constitue, du point de vue des

acteurs, des règles du jeu avec lesquelles ils doivent composer, et qui finalement assignent aux acteurs des places dans une structure de pouvoir. Ces facteurs sont susceptibles de transformer les relations d'interdépendance dans la mesure où des acteurs voient leur dépendance s'accroître et leur position s'affaiblir, alors que d'autres vivent le contraire.

Dans cette étude, nous nous sommes intéressés en effet au fait que ce système est structuré en fonction de rapports de pouvoir. Car, tous les acteurs du système ne sont pas égaux dans le partage des ressources de pouvoir et dans l'exercice du pouvoir. Dans la thèse, la structure de pouvoir, nous la désignons comme une configuration, c'est-à-dire un ensemble de positions de pouvoir qui caractérisent le système. La configuration de ce système renvoie à l'état des relations existantes. Il s'agit de l'état des rapports de pouvoir ou d'influence entre les différents acteurs.

Nous avons analysé ce système du point de vue des acteurs. Ces derniers sont conçus comme des acteurs stratégiques qui ont des intérêts et qui agissent de façon rationnelle dans la défense de leurs intérêts. Autrement dit, nous considérons que les gens ont de bonnes raisons d'agir comme ils agissent et nous cherchons à connaître ces bonnes raisons. Nous avons cherché à saisir la logique de leurs comportements.

Ce système est un système de communication publique. Comme évoqué plus haut, le débat public en Haïti se réalise dans un contexte de transformation du système radiophonique, en raison notamment de l'utilisation des outils numériques par les acteurs. Et quelque part, cette transformation du système médiatique change les conditions de participation dans les débats publics. Ainsi, la question du débat public fait partie de notre problème de recherche. Alors pour analyser ces

échanges entre les acteurs, nous avons utilisé le concept d'espace public. Or, la particularité de l'espace public haïtien, c'est qu'une grande partie de ce public se trouve en dehors des frontières d'Haïti. En effet, la diaspora haïtienne participe activement de manière directe et instantanée à la délibération politique nationale.

Or, cette partie du public haïtien a une double appartenance, car la diaspora intervient également dans un autre espace public qui est celui de son pays d'accueil. Donc, pour analyser les relations de cette composante du public avec les médias haïtiens, nous avons fait usage du concept de transnationalisme qui est une approche utilisée dans le champ des études sur la migration internationale. Cette approche nous permet d'éclairer un aspect spécifique de ma thèse qui est la participation de la diaspora haïtienne dans le débat public haïtien.

Aussi, dans un système, le fonctionnement ou le jeu des acteurs est régi par un ensemble de règles dont certaines concernent la dynamique des débats publics. C'est pourquoi la dynamique des acteurs dans les débats publics est aussi analysée sous l'angle de la métaphore du contrat de communication publique. Ce concept nous permet de considérer certaines règles relatives à la communication publique. C'est à dire, l'ensemble des règles et des attentes mutuelles qui gouvernent les rapports entre les partenaires de communication. Ce concept nous a permis notamment d'analyser les changements dans les règles du jeu et les relations de pouvoir entre les différents acteurs du système radiophonique haïtien.

Les caractéristiques fondamentales du système radiophonique et de son environnement

Un système est tributaire de son environnement. Ce qui implique que certaines caractéristiques du système sont d'abord celles de l'environnement dans lequel évolue la radio haïtienne. Ces caractéristiques influencent le fonctionnement du système et en viennent à constituer des règles du jeu. En effet, le système radiophonique haïtien évolue notamment dans un environnement caractérisé par la précarité, un climat d'insécurité récurrente, des crises sociopolitiques successives, l'analphabétisme et la corruption.

Les sources de revenus pour les radios sont rares et insuffisantes. Le marché publicitaire est exigu alors que le nombre de radios se multiplie. Le maigre marché publicitaire est contrôlé par une poignée de stations de radio regroupées particulièrement au sein de l'Association nationale des médias haïtiens (ANMH). Il y a une grande quantité de radios qui fonctionnent avec très peu de ressources. Il n'y a aucun mécanisme public de financement des médias dans le pays hormis la publicité gouvernementale. Les artisans de la radio sont, en général, sous-payés. Les journalistes touchent un salaire de misère.

Une grande partie de la population est analphabète, et les débats publics sont largement dominés par une élite lettrée. Ces conditions rendent le système radiophonique vulnérable à la corruption et aux pressions politiques, de sorte que la radio est fortement politisée. En raison de sa vulnérabilité, ce système est sujet à de fortes pressions politiques. Il est donc régulé par un effet de politisation qui est ancrée dans la culture même de la société haïtienne. La précarité, l'insécurité, l'instabilité politique, l'analphabétisme, la corruption, tout cela affecte

aussi les autres institutions de la société haïtienne : éducation, commerce, justice, administration publique, etc.

Les six dernières décennies ont donné lieu à l'apparition des nouvelles conditions qui ont favorisé certains changements dans le système radiophonique haïtien. En effet, la valorisation du créole comme langue de communication dans la radio, le processus de démocratisation de l'espace radiophonique depuis la chute de la dictature des Duvalier et l'expansion du système radiophonique par les technologies du numérique créent des conditions et des opportunités nouvelles pour les acteurs du système. Ces caractéristiques de l'environnement conditionnent le fonctionnement du système radiophonique. Ces conditions deviennent, du point de vue des acteurs dans le système, des règles du jeu.

Cette étude révèle cependant que les conditions structurelles propres à l'environnement dans lequel évolue la radio haïtienne créent une inertie telle que, pour l'essentiel, le système, dans ses caractéristiques fondamentales et dans sa nature, se maintient en tant que tel. Les changements qu'on peut observer dans les relations entre les acteurs ne conduisent pas à une véritable reconfiguration du système radiophonique haïtien. Certes, on observe quelques éléments de changement dans le fonctionnement du système en fonction des facteurs linguistique, démocratique et technologique, cependant d'importants facteurs d'inertie expliquent que le système tend à maintenir ses caractéristiques fondamentales.

Facteur l'linguistique : impact du créole sur le système radiophonique

Le premier facteur explicatif de la transformation du système est d'ordre linguistique. L'introduction du créole à la radio comme langue de communication publique à partir des années 70 a particulièrement permis de mettre fin à la domination du français comme langue exclusive de communication à la radio. Ce qui a eu pour effet immédiat de mettre fin à l'exclusion de la grande majorité de la population de l'espace radiophonique. L'introduction du créole à la radio a suscité un espoir, celui d'un changement dans la dynamique du débat public dans le pays et d'une plus grande mobilisation de la population contre la dictature des Duvalier. Cependant, cet espoir d'ouverture de l'espace public s'est heurté à deux grandes limites. D'une part, la montée du créole n'a pas empêché le régime de Duvalier de bafouer la liberté d'expression et de contrôler par la répression la diffusion des informations et des idées. Et d'autre part, il y avait des limites techniques qui excluaient la majeure partie de la population au débat public.

Subséquemment, le créole peut être considéré comme étant l'une des conditions qui ont été graduellement mises en place pour parvenir à un certain nombre de changements dans le système, particulièrement dans les pratiques de relations entre les acteurs. Toutefois, cette condition-là ne joue pas toute seule, elle amène d'autres éléments. L'affirmation du créole a été favorisée par un relâchement du contrôle de la liberté d'expression par le régime de Jean-Claude Duvalier, qui était beaucoup plus permissif que son père, et en même temps, la montée du créole a favorisé la chute du régime par la mobilisation des masses populaires. Elle a été à la fois un effet et une cause de l'affaiblissement de la dictature, jusqu'à sa chute. Duvalier a voulu maintenir son contrôle, mais la présence du créole a créé une brèche, qui, progressivement, a

favorisé une certaine libération de la parole.

Facteur démocratique : passage de la démocratie à la dictature

Le passage de la dictature à la démocratie constitue un deuxième facteur fondamental de la transformation du système. Si le créole a favorisé la chute du régime, la libération de la parole a débuté, dans une certaine mesure, avant la chute du régime. Mais évidemment, le passage à la démocratie créait un contexte de liberté dans lequel la parole contestataire n'était plus réprimée. La chute de la dictature le 7 février 1986 a conduit à une multiplication du nombre de radios et la création d'une multitude d'organisations populaires et de partis politiques qui changent la dynamique du débat public. Cette dynamique n'a pas changé : ce sont toujours les élites qui dominent les débats et ces débats ne portent que la politique.

La conjugaison de la chute de la dictature et de la valorisation du créole a favorisé la création de certains espaces démocratiques dans le système par rapport à la situation antérieure. La langue des dominés a pris le dessus sur le français dans l'espace public. Les contenus radiophoniques deviennent directement accessibles à la masse créolophone. Les débats radiophoniques et les éditions de nouvelles sont présentés majoritairement en créole. Et d'autre part, les gens qui ne s'expriment pas en français peuvent désormais intervenir dans les débats radiophoniques dans la langue de la majorité.

La montée du créole et la transition démocratique sont des réalités très apparentes. Pourtant elles n'ont pas changé la structure ou les caractéristiques du système de manière aussi fondamentale qu'on aurait pu le croire. Les changements sont considérables, certes, mais ils ne conduisent pas à un bouleversement des structures de base du système. Les règles du jeu sont restées quasiment les mêmes. En effet, les dominés sont restés dominés, même si la radio parle leur langue.

L'espace public radiophonique reste toujours dominé par une élite qui y exerce une certaine hégémonie. Cette élite est particulièrement constituée d'intellectuels, de leaders politiques, de professionnels de différentes disciplines. Les membres de l'élite économique sont peu présents dans les débats radiophoniques, mais ils agissent dans l'ombre. Car la radio, en tant qu'institution, est elle-même largement sous le contrôle de l'élite économique et politique, et elle continue de fonctionner suivant une logique qui sert les intérêts de cette élite.

Les acteurs politiques sont omniprésents dans l'espace radiophonique. Car, le débat public en Haïti tourne fondamentalement autour des questions politiques, de la prise et du maintien du pouvoir politique. Les autres sujets sont relégués au second plan. La créolisation n'a pas changé cet état de fait. Ce qui fait que les pratiques radiophoniques ne changent pas et que ce sont pratiquement les mêmes acteurs qui interviennent dans les débats.

Facteur technologique : impact des outils numériques sur le système

L'utilisation des outils numériques par les acteurs participe aussi à la transformation des relations entre les acteurs du système. Certains changements opérés dans le système sont des effets directs des usages des outils numériques, en ce qui concerne particulièrement la place et le rôle traditionnel des acteurs dans le système. L'utilisation des technologies numériques a pu lever certaines limites techniques liées à la participation du public dans les débats. Cependant, les caractéristiques fondamentales du système ne sont pas changées. Sa nature se maintient en tant que telle.

En effet, les différents dispositifs techniques mis en place à partir des années 2000 n'ont pas changé le fait que les personnalités publiques ou les élites restent les acteurs dominants dans les émissions radiophoniques. Certes, les outils numériques favorisent la participation des gens ordinaires, mais il y a toujours une élite qui domine l'espace radiophonique. Il y a peu de limites techniques à la participation des utilisateurs des outils numériques, mais il y a des limites sociales, politiques et culturelles qui font que c'est toujours une élite lettrée qui domine. Les Haïtiens de la diaspora deviennent des acteurs légitimes qui interviennent de manière directe et instantanée dans les débats radiophoniques haïtiens. Ces participants de la diaspora, du fait de leur profil socio-économique, peuvent être considérés comme étant un prolongement naturel de cette élite haïtienne qui domine l'espace radiophonique.

La politisation du système radiophonique : un élément de continuité

Cette étude montre un renforcement de la politisation du système radiophonique haïtien en dépit des changements opérés par le numérique. Il s'agit d'un enjeu majeur de la transformation du système. De 1957 à 1986, les radios étaient sous le joug de la dictature des Duvalier par des mécanismes de contrôle très stricts. Cette politisation de la radio n'a pas changé avec la montée du créole ni avec la chute de la dictature encore moins avec le développement des outils numériques.

La radio reste et demeure un outil très puissant aux mains des forces politiques. La politisation continue cependant sous une autre forme. Les changements observés s'inscrivent aussi dans une continuité des structures de base du système. Par exemple, la politisation du système se manifeste tout d'abord par le mode de propriété des radios. De plus en plus de leaders politiques du pays cherchent à se procurer et détiennent leurs propres stations de radio.

Ensuite, il y a une politisation par le mécanisme d'attribution des licences de fonctionnement des radios par le CONATEL. Les participants sont unanimes à affirmer que les licences de fonctionnement des radios sont octroyées en grande partie sous une base de complaisance politique à chaque fois qu'il y a un changement de gouvernement.

Et finalement, le système radiophonique haïtien est politisé par son mode de financement. La corruption, le financement occulte et les conflits éthiques sont aussi des principes de régulation du système. Ils caractérisent son mode de fonctionnement, maintiennent et solidifient des rapports de dépendance et de pouvoir. Certains journalistes reçoivent de l'argent public avec ou sans aucun mandat de communication précis, tout

en agissant comme arbitre dans l'espace public, ce qui constitue bien une forme de politisation de la radio. Il y a aussi bien d'autres formes de politisation qui sont décrites dans la thèse comme celle par association.

Cette étude montre cependant qu'il existe une tension entre, d'une part, un système radiophonique très politisé, annexé aux champs politiques et, d'autre part, un groupe de patrons de médias et de journalistes qui réclament une autonomie du journalisme et du débat public par rapport aux forces politiques. Bref, la forte politisation du système radiophonique suscite certaines résistances au sein même du système.

En résumé, cette étude amène à la conclusion que le système radiophonique haïtien n'est pas reconfiguré en dépit des changements constatés dans les relations entre les acteurs au cours des 60 dernières années. Pour conclure à une reconfiguration du système radiophonique haïtien, il aurait fallu que ses caractéristiques fondamentales et de son environnement aient été changées fondamentalement. Il aurait fallu, notamment qu'il y ait eu une redistribution du pouvoir entre les acteurs et que la radio, qui était autrefois un instrument entre les mains du régime des Duvalier, deviennent une institution autonome capable de rendre compte des faits d'actualités sans pression politique, et de tenir un discours plus critique par rapport au pouvoir politique, au secteur privé des affaires et par rapport aux autres structures politiques. Il aurait fallu observer une forte tendance à la professionnalisation des journalistes, qui auraient cherché à se conformer aux normes déontologiques. Finalement, il aurait fallu qu'avec la valorisation du créole, la démocratisation et le numérique, on voit les gens ordinaires accéder plus librement à l'espace radiophonique et ainsi battre en brèche la domination de l'espace public radiophonique par une élite.

L'apport du cas haïtien aux études sur les systèmes médiatiques

Cette étude, comme d'autres portant sur des systèmes médiatiques non occidentaux spécifiées dans notre cadre théorique, confirme les limites des modèles élaborés par Hallin et Mancini. Le cadre conceptuel d'Hallin et Mancini paraît mal adapté à la situation d'Haïti. Le système médiatique haïtien n'a quasiment rien en commun avec le modèle corporatiste démocratique qui correspond notamment aux pays du nord et du centre de l'Europe comme l'Autriche, la Finlande, l'Allemagne, la Belgique, le Danemark, la Norvège et la Suisse. Il s'agit des pays qui ont connu un développement précoce de l'industrie médiatique et de la liberté de la presse. Ce qui n'a pas été le cas pour Haïti.

Aussi, le modèle de l'atlantique Nord ou le modèle libéral ne s'applique pas non plus au cas haïtien. Ce modèle correspond à de riches pays occidentaux comme les États-Unis, le Canada, l'Irlande et le Royaume-Uni. Ces pays ont connu, de manière très hâtive, un niveau élevé de croissance économique et de liberté. Le modèle libéral est caractérisé notamment par une prépondérance des journaux commerciaux, un faible parallélisme politique et par une forte professionnalisation du journalisme, ce qui est très éloigné de la situation que connaît Haïti.

Parmi les trois modèles proposés par Hallin et Mancini, le système médiatique haïtien se rapproche un peu du système méditerranéen ou polarisé du pluralisme en raison de sa forte politisation. Néanmoins, les autres éléments qui caractérisent le système méditerranéen sont absents dans le cas haïtien. En effet, le modèle méditerranéen correspond à des pays comme la Grèce, l'Espagne, le Portugal, l'Italie et la France, dont

l'histoire est jalonnée par la présence des régimes politiques despotiques qui ont emprunté la voie démocratique de manière tardive. Toute l'histoire d'Haïti est marquée par des régimes autoritaires. Néanmoins, la transition démocratique conduit aussi à un fort parallélisme politique. Le système médiatique haïtien est particulièrement caractérisé par un espace radiophonique dominé par une élite dirigée vers la politique et par une grande influence des forces politiques et économiques sur les structures médiatiques.

On peut rapprocher le système médiatique haïtien du modèle méditerranéen en raison de la forte politisation qui le caractérise. Les principales émissions radiophoniques haïtiennes particulièrement certaines éditions de nouvelles sont teintées de commentaires politiques partisans. Les journalistes ont tendance à mettre l'accent sur des commentaires plutôt que des faits. Tout comme le système médiatique des pays auxquels s'applique le modèle méditerranéen, il y a dans le système médiatique haïtien certaines pratiques qui consistent à faire la promotion des tendances ou des idéologies politiques. Nous avons aussi remarqué une forte tendance des journalistes et des médias à mobiliser leur public au profit de certaines causes politiques. Notre étude montre que de nombreux activistes politiques prennent aussi le chapeau de journalistes ou d'animateurs d'émissions radiophoniques de débat. Les liens assez forts entre les propriétaires de nombreux médias et des journalistes avec des structures politiques expliquent bien cette politisation du système radiophonique haïtien. Tout comme dans les pays méditerranéens, les journalistes ont tendance à devenir politiciens ou vice-versa. C'est le cas par exemple du système médiatique grec dans lequel les journaux constituent des instruments politiques (Hallin et Mancini, 2004).

Cependant, alors que les systèmes médiatiques dans les pays occidentaux analysés par Hallin et Mancini sont régulés en partie par le marché et en partie par l'État, le système radiophonique haïtien n'est régulé que très marginalement par l'État et par le marché. En effet, le système médiatique haïtien n'est que faiblement régulé par les forces du marché, en raison notamment de la précarité des médias haïtiens. Il y a une multiplication du nombre de radios dans le pays, mais le marché publicitaire est trop exigü pour les faire vivre. Dans un marché « normal », les grands médias ou groupes médiatiques absorberaient les plus petits qui n'ont pas de ressources nécessaires pour fonctionner. En Haïti, la multiplication du nombre de stations s'explique par des motifs politiques plutôt que commerciaux.

Dans le cas d'Haïti, bien que nous constatons une certaine concentration de la propriété de la presse, notamment avec le groupe Radio Télé Caraïbes, le marché publicitaire est trop exigü pour inciter les entrepreneurs médiatiques à acheter des concurrents dans l'espoir de réaliser des économies d'échelle et de faire croître leur part du marché publicitaire. En fait, le système médiatique haïtien est aussi alimenté par d'autres sources de financement que la publicité, notamment par des fonds qui proviennent de groupes politiques et dont la distribution n'obéit pas aux lois « normales » du marché.

Les médias haïtiens ne sont pas financés par l'État, du moins pas officiellement par des instances de l'État; le cadre légal existant ne s'applique presque pas; il n'existe presque pas de services publics de radiodiffusion hors mi la radio nationale d'haïti qui n'a qu'une faible influence sur l'opinion publique. Par ailleurs, en raison de la précarité et de la politisation du système, les radios et les journalistes sont peu autonomes, ce qui traduit par un faible niveau de professionnalisme.

Le modèle du système précaire de la transition démocratique

En somme, le système médiatique haïtien appartient à un modèle différent de ceux élaborés par Hallin et Mancini. Ce nouveau modèle nous l'appelons : **le modèle du système précaire de transition démocratique**. Ce dernier est caractérisé par un système médiatique dominé par la radio, par une forte politisation et donc un fort parallélisme politique, par une présence faible de l'État, par un marché exigu qui condamne les médias à la précarité, par une domination de l'espace radiophonique par une élite et par un faible niveau de professionnalisme. Ces caractéristiques ne font pas nécessairement d'Haïti un cas unique. Des études comparatives pourraient montrer qu'un tel modèle s'applique à d'autres pays, particulièrement des pays en développement comme les pays africains qui sont en construction démocratique et où la radio est le principal lieu de la communication publique. Les pays concernés par ce nouveau modèle sont aussi caractérisés par une forte migration de sa population vers des pays étrangers, par une participation active des membres de la diaspora aux émissions radiophoniques des débats et aux autres espaces de débats nationaux. L'environnement dans lequel évoluent les systèmes médiatiques appartenant au **modèle du système précaire de transition démocratique** est notamment caractérisé par des crises sociopolitiques récurrentes, de l'analphabétisme, de l'insécurité, de la pauvreté et de la corruption.

Limites, perspectives et approfondissements de la recherche

Ce travail de recherche présente forcément un certain nombre de limites, en même temps qu'il suggère de nouvelles pistes de recherche. L'une des plus grandes difficultés que nous avons rencontrées est la carence de données documentaires disponibles concernant l'évolution des médias haïtiens pour corroborer certaines données d'entretien et d'observation. Ce qui a rendu difficile notre démarche diachronique. Tout travail de documentation de la situation des médias en Haïti serait bienvenu. Néanmoins, nous avons pu recueillir un certain nombre d'indices qui nous ont permis d'établir certains faits ou d'étayer certains propos de nos répondants.

L'une des contributions de notre étude à l'avancement de la connaissance est le fait de montrer la manière dont les relations entre les principaux acteurs du système radiophonique haïtien se sont transformées sous l'influence de trois séries de facteurs, mais sans pour autant reconfigurer l'ensemble du système. Aussi, cette étude constitue en quelque sorte un travail de déblayage qui nous a permis de soulever un certain nombre de questions nouvelles pour lesquelles il n'y a pas encore de réponses dans la littérature scientifique. De ce fait, cette étude peut être considérée comme étant le début d'un programme de recherche sur le système médiatique haïtien qui n'a jusqu'à présent pas été étudié en profondeur. La particularité des conditions socio-économiques et politiques dans lequel évolue le système radiophonique haïtien fait de lui un objet d'étude particulier et propice pour faire avancer les connaissances dans le domaine de la communication publique en général.

Il serait important de réaliser une étude plus systématique des contenus des débats publics en Haïti. Une analyse quantitative du contenu

des émissions radiophoniques de débat nous permettrait de mieux comprendre les différentes thématiques qui sont débattues à travers ces émissions, de mieux dresser le profil des participants, de comprendre la dynamique des forces en présence, les critères de sélection des participants ainsi que l'importance accordée aux questions liées à la politique par rapport aux autres sujets sociaux, économiques et culturelles. Pour y parvenir, ce contenu radiophonique devra être complété par des entrevues avec des journalistes et des sources d'information notamment. Aussi, pour comprendre la motivation des gens à participer aux émissions radiophoniques de débat, une enquête auprès des auditeurs serait aussi nécessaire.

Depuis 1986, Haïti a amorcé une transition démocratique qui n'en finit pas et les Haïtiens sont de plus en plus motivés à participer aux émissions radiophoniques de débat. Il serait important d'investiguer les difficultés rencontrées par les partenaires de communication et les stratégies mises en place par des groupes marginaux pour essayer de participer aux débats publics par des enquêtes qualitatives auprès de ces groupes. Il faudra réaliser des analyses quantitatives beaucoup plus systématiques des émissions de débat public. Ce qui permettra de mieux identifier les thèmes qui sont abordés dans les émissions. C'est aussi le cas pour les informations rapportées dans les éditions de nouvelles. De telles analyses permettront de mieux comprendre les enjeux à travers les protagonistes mis en scène.

La participation de la diaspora comme piste de recherche

La dynamique de la communication publique en Haïti nous ramène aussi à la question de la diaspora. Comme on l'a vu, l'une des particularités de l'espace public radiophonique haïtien, c'est qu'une grande partie des participants aux débats nationaux se trouve en dehors des frontières d'Haïti. Il s'agit des Haïtiens de la diaspora qui constituent une composante importante du public haïtien. Une analyse plus poussée de la participation de cette diaspora notamment pour évaluer son influence dans les débats publics serait très intéressante. Une analyse quantitative des interventions des membres de la diaspora nous permettrait de parvenir à une estimation plus claire de l'importance et l'influence de sa participation. Mais tout cela fait partie des questions auxquelles notre thèse n'a pas pu apporter de réponse définitive. Aussi, cette analyse nous permettrait de déterminer dans quelle mesure les forces en présence dans la diaspora sont symétriques par rapport à celles qui sont basées localement en Haïti, notamment par rapport aux élites qui déminent l'espace radiophonique et le reste de la population ou du moins par rapport entre les groupes politiques et les autres.

Nous avons observé une participation active de la diaspora aux émissions radiophoniques de débat public. L'un des moyens de l'observer est dans le cadre de certains types d'émissions comme celles à micro ouvert ou dans les formes discriminées de participation qui, dans certains cas, donnent la parole uniquement aux gens de la diaspora en fonction du sujet en débat. Il y a des lignes téléphoniques qui sont réservées spécifiquement à la diaspora. Cette participation est susceptible d'être encore plus grande dans le cadre des nouvelles formes de participation favorisées par le numérique. Nos observations nous portent à croire qu'il y a beaucoup de gens dans la diaspora qui exploitent effectivement le

potentiel des technologies numériques dans leur participation aux débats publics. En comparaison avec le public basé localement en Haïti, il y a de nombreux facteurs qui jouent en faveur de ce public diasporique comme : un meilleur accès aux outils électroniques, un meilleur accès à une connexion internet haut débit et à l'électricité, une littératie numérique, etc.

Il n'y a pas de données chiffrées quant à la participation de la diaspora aux émissions radiophoniques de débats. Dans cette étude, nous n'avons pas fait d'analyse quantitative de sa participation ni d'analyse thématique des débats publics de manière approfondie. Cependant, l'écoute assidue des émissions nous permet de soutenir que cette participation est importante et constante et que, dans certaines émissions ou sur certains sujets, les membres de la diaspora sont des intervenants privilégiés.

Chemin faisant, nous avons réalisé que, pour traiter cette dimension à sa juste valeur, il aurait fallu ouvrir un vaste chantier d'enquête auprès de la diaspora et élargir le périmètre de la recherche d'une manière qui nous est apparue démesurée. La participation de la diaspora est une question complexe qui soulève des enjeux importants, comme l'identité transnationale, la participation politique dans deux espaces publics nationaux, l'influence politique de la diaspora, le pluralisme de la diaspora elle-même, les clivages politiques au sein même de la diaspora (parallélisme politique, polarisation), l'importance politique de la diaspora, et ainsi de suite. Donc, nous avons fait le choix de ne pas nous aventurer trop dans cette voie, pas parce que ce n'était pas intéressant, au contraire, mais parce que cela nous éloignait du thème central de notre thèse, celui de la configuration et de la reconfiguration du système radiophonique.

Pour mieux comprendre la problématique de la radio et la dynamique de la communication publique en Haïti, il serait aussi nécessaire de continuer à explorer d'autres pistes de recherche comme l'influence de la radio sur les opinions politiques des Haïtiens, la stratégie de communication des partis politiques et la couverture des enjeux politiques par les principales radios.

La typologie des formes d'émission et de participation aux émissions radiophoniques de débat nous a servi comme outil d'analyse, mais elle mériterait d'être approfondie. Les nouvelles formes de participation facilitées par les outils numériques changent quelque chose dans la dynamique des débats publics en raison du fait que cela facilite une plus grande participation. Il s'agit particulièrement des formes de participation écrites qui sont facilitées par les outils numériques. La transformation du journal radiophonique en Haïti est aussi une piste de recherche importante à explorer. Nous avons identifié dans cette thèse deux journaux radiophoniques hors norme que nous dénommons des « enfolodyans ». Une étude de cas de ces deux éditions de nouvelles radiophoniques serait très éclairante en regard de la dynamique de transformation de la radio en Haïti.

Cette thèse nous a aussi permis de constater que les Groupes WhatsApp constituent un outil de transformation important des relations d'interdépendance entre les acteurs du système radiophonique haïtien. Nos observations nous ont permis d'établir que les journalistes ont mis en place un dispositif de collaboration. Et ils nous ont eux-mêmes expliqué que la technologie leur permet cette collaboration qui n'existait pas ou moins auparavant. Les nouvelles formes de collaboration que facilite cet outil numérique gagneraient à être examinées beaucoup plus en

profondeur afin de mieux comprendre notamment les éléments constitutifs de cette collaboration, ses différentes formes de manifestation et son impact sur la couverture de l'actualité.

Cette étude montre que la société haïtienne se caractérise par des crises politiques récurrentes, un faible niveau d'instruction, la pauvreté, la corruption, l'insécurité, une forte politisation des institutions, la domination d'une élite culturelle et économique, la centralisation de la vie politique et économique dans la métropole, etc. Tous ces facteurs contribuent à une certaine inertie du système radiophonique face à des facteurs de changement. Cette conclusion relative à la radio est-elle aussi valable pour d'autres institutions en Haïti qui évoluent dans le même contexte, notamment les institutions politiques ? Par exemple, les blocages dans la construction démocratique en Haïti peuvent-ils aussi s'expliquer par les mêmes facteurs d'inertie ?

A cet effet, le système médiatique haïtien peut être considéré comme étant un élément d'un grand ensemble qui est la société haïtienne considérée comme un système global. Il est donc possible qu'appliquant cette conception scientifique à chacun des sous-systèmes qui structurent la société haïtienne comme le système éducatif, le système judiciaire, le système politique, le système économique, et autres, qu'on aboutisse aux mêmes résultats. Toutes les institutions haïtiennes évoluent dans le même environnement global auquel elles sont tributaires.

Nous pensons que la question est encore plus complexe. Certaines caractéristiques observées dans le fonctionnement des institutions haïtiennes basées localement en Haïti s'observent également à travers les institutions haïtiennes de la diaspora comme les médias, les institutions commerciales, les institutions publiques comme les missions diplomatiques qui, pourtant, évoluent dans un autre environnement avec

des règles du jeu qui peuvent être différentes. À cet effet, nous émettons l'hypothèse que les caractéristiques fondamentales qui structurent la société haïtienne en tant qu'un système global se maintiennent au-delà des frontières nationales. En observant le fonctionnement des institutions américaines, françaises, canadiennes ou autres qui évoluent en Haïti, leur mode de fonctionnement n'est pas trop différent de celles qui évoluent au niveau national, dans leur pays d'origine. Ce qui nous amène à émettre une autre hypothèse selon laquelle les facteurs culturels ont une influence plus grande sur le fonctionnement des institutions que l'environnement physique dans lequel elles évoluent. Autrement dit, l'environnement physique a peu d'impact sur le fonctionnement des institutions. Elles sont plutôt influencées par l'environnement juridique, politique et socioculturel de leur pays d'origine, peu importe l'environnement physique dans lequel elles se trouvent. Par exemple, une institution canadienne qui se trouve en Haïti ne va pas fonctionner de la même manière que celle d'Haïti et vice-versa.

Bibliographie

- Alfaro, Rosa María. 2005. « The Radio in Peru: A Participatory Medium without Conversation or Debate ». *Television & New Media* 6 (3): 276-97. <https://doi.org/10.1177/1527476405276869>.
- Alloing, Camille, et Nicolas Vanderbiest. 2018. « La fabrique des rumeurs numériques. Comment la fausse information circule sur Twitter ? » *Le Temps des medias* n° 30 (1): 105-23.
- Altéma, Jean-Marie. 2016. « Le CONATEL présente l'état des lieux du service de la radiodiffusion sonore en Haïti ». *CONATEL*, 2 septembre 2016. <http://www.conatel.gouv.ht/node/242>.
- AlterPresse. 2008. « Haïti / Presse : des constantes, malgré les évolutions ». AlterPresse. <http://www.alterpresse.org/spip.php?article7601#.XQ5VQC97Q1I>.
- Anglade, Georges. 2000. *Leurs jupons dépassent: Lodyans*. Montréal, Québec: Éditions du CIDIHCA.
- . 2006. *Haitian laughter*. Educa Vision Inc.
- Arnstein, Sherry R. 1969. « A Ladder Of Citizen Participation ». *Journal of the American Institute of Planners* 35 (4): 216-24. <https://doi.org/10.1080/01944366908977225>.
- Assogba, Henri. 2015. « Les émissions interactives radiophoniques comme reflet du français apprivoisé au Bénin ». *Drescher, M. (dir.) Les médias en Afrique subsaharienne et la dynamique du français, Francfort: Peter Lang, Éditions scientifiques internationales, , 135-150*.
- Audebert, Cédric. 2012. *La diaspora haïtienne: territoires migratoires et réseaux transnationaux*. Géographie sociale. Rennes: Presses Univ. de Rennes.
- Banque Mondiale. 2016. « Salaire moyen en Haïti ». Banque Mondiale. 2016. <http://www.journaldunet.com/business/salaire/haiti/pays-hti>.
- . 2018. « Serveurs Internet sécurisés - Haiti | Data ». Banque Mondiale. 2018. <https://donnees.banquemondiale.org/indicateur/IT.NET.SECR?locations=HT>.
- Bartholomew, Sullivan. 2011. « The New Age of Radio How ITCs Are Changing Rural Radio in Africa ». <http://farmradio.wpengine.netdna-cdn.com/wp-content/uploads/farmradio-ictreport2011.pdf>.
- Bastien, Sonny, et David Hartt. 1980. *Histoire de la radiodiffusion en Haïti: Pasteur David Hartt*. Audio. Port-au-Prince. https://repository.duke.edu/dc/radiohaiti/RL10059-RR-0202_01.
- « Baubock2010 1..357 - Diaspora_and_Transnationalism.pdf ». s. d. consulté le 8 février 2016.

http://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/14318/Diaspora_and_Transnationalism.pdf.

- Beciu, Camelia, et others. 2012. « Qui fait la diaspora? Le problème de l'identité dans les recherches sur les diasporas ». *Revista Română de Comunicare și Relații Publice*, n° 4: 13–28.
- Bélizaire, Jacklin. 2020. *Entèvyou ak Frantz Duval, Redaktè an Chèf journal Le Nouvelliste*. Vidéo. É.-U.: La voix de l'Amérique. <https://www.youtube.com/watch?v=IFxF1NU8Gdo>.
- Benoit, Victor, Wien Weibert Arthus, et Wadner Arthus. 2014. *Duvalier à l'ombre de la Guerre froide. Les dessous de la politique étrangère d'Haïti*. 1st edition. Port-au-Prince, Haïti: Imprimeur S.A.
- Berrouët-Oriol, Robert. 2018. « Le créole et le français en Haïti : peut-on encore parler de diglossie ? » *Berrouët-Oriol Robert-Aménagement linguistique et littérature* (blog). avril 2018. <https://berrouet-oriol.com/linguistique/amenagement-linguistique/le-creole-et-le-francais-en-haiti-peut-on-encore-parler-de-diglossie/>.
- Berthiaume, Denise. 2004. *L'observation de l'enfant en milieu éducatif*. Montréal: G. Morin : Chenelière Education.
- Berthomière, William. 2006. « Les diasporas : miroir des États-Nations à l'heure de la globalisation ». *Population* 61 (4): 585-605.
- Bonaparte, Michel. 1995. « Haïti, du l'art du griot aujourd'hui ». Dans *À la recherche de nouvelles approches en matière de journalisme et de développement international = Searching for new directions in journalism and development*, The graduate school of journalism, 114-16. Québec.
- Bonini, Tiziano, et Belén Monclús. 2014. *Radio Audiences and Participation in the Age of Network Society*. Routledge.
- Bourdieu, Pierre. 2012. *La distinction critique sociale du jugement*. Paris: Editions de Minuit : Maison des sciences de l'homme. <http://banq.pretnumerique.ca/accueil/isbn/9782707337214>.
- Brin, Colette, Jean Charron, et Jean de Bonville, éd. 2004. *Nature et transformation du journalisme: théorie et recherches empiriques*. Québec: Les Presses de l'Université Laval.
- Bruneau, Michel. 2004. *Diasporas et espaces transnationaux*. Collection Villes-géographie. Paris: Anthropos : Diffusion Economica.
- Campbell, Elaine. 2013. « Public Sphere as Assemblage: The Cultural Politics of Roadside Memorialization: Public Sphere as Assemblage ». *The British Journal of Sociology* 64 (3): 526-47. <https://doi.org/10.1111/1468-4446.12030>.
- Caroit, Jean-Michel. 1993. « La presse et le débat pour la démocratie ». Dans *La République haïtienne: État des lieux et perspectives*, 485. Hommes et Sociétés. Paris: KARTHALA Editions.

- Castells, Manuel. 2009. *The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society, and Culture Volume I*. 2^e édition. Chichester, West Sussex ; Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- CEFRIQ. 2018. « NETendances 2018 - Les médias sociaux au Québec ». CEFRIQ. 2018. <https://cefrio.qc.ca/fr/enquetes-et-donnees/netendances2018-medias-sociaux/>.
- Celine, Samuel. 2019a. « La dépendance à la publicité tue les médias haïtiens ». *AyiboPost* (blog). 4 décembre 2019. <https://ayibopost.com/la-dependance-a-la-publicite-tue-les-medias-haitiens/>.
- . 2019b. « La précarité des journalistes fragilise la démocratie en Haïti ». *AyiboPost* (blog). 16 décembre 2019. <https://ayibopost.com/la-precarite-des-journalistes-fragilise-la-democratie-en-haiti/>.
- Chadwick, Andrew. 2017. *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford University Press.
- Chandessais, Charles A. 1994. *introduction à l'étude des systèmes (notions de base)*. Éditions scientifiques et Psychotechniques. France: EAP.
- Charaudeau, Patrick. 1993. « Le contrat de communication dans la situation classe ». in *Inter-Actions, J.F.Université de Metz*, 9.
- . 1997. *Le discours d'information médiatique: la construction du miroir social*. Collection Médias-recherches. Paris : Paris: Nathan ; Institut national de l'audiovisuel.
- . 2006. « Discours journalistique et positionnements énonciatifs. Frontières et dérives ». *Semen. Revue de sémio-linguistique des textes et discours*, n° 22 (novembre). <http://journals.openedition.org/semen/2793>.
- . 2011. *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*. Vol. 2e éd. Médias-Recherches. Louvain-la-Neuve: De Boeck Supérieur. <https://www.cairn.info/les-medias-et-l-information--9782804166113.htm>.
- Charaudeau, Patrick, Dominique Maingueneau, et Jean-Michel Adam. 2002. *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris: Seuil.
- Charron, Jean. 1990. « La production de l'actualité politique: Une analyse stratégique des relations entre la presse parlementaire et les autorités politiques ». Québec: UNIVERSITÉ LAVAL (département des sciences politiques faculté des sciences sociales).
- . 2014. *Du journalisme d'information au journalisme de communication*. Vidéo. Conférence du séminaire 2014 de la Chaire pour le développement de la recherche sur la culture d'expression française en Amérique du Nord (CEFAN). canada. <https://www.youtube.com/watch?v=gfXOclUMQuA&t=4482s>.

- . 2017. « L'économie de l'information (COM-1002 : Connaissance des médias québécois) ». Site du cours, Université Laval. <https://sitescours.monportail.ulaval.ca/ena/site/descriptioncours?idSite=85103>.
- Charron, Jean, et Jean de Bonville. 2002. *Le journalisme dans le système médiatique: concepts fondamentaux pour l'analyse d'une pratique discursive*. Québec: Département d'information et de communication, Université Laval.
- Charron, Jean, et Florence Le Cam. 2018. « Médias, institutions et espace public : le contrat de communication publique ». *Les Études de communication publique*, Études de communication publique, , n° Cahier numéro 21: 238.
- Chiara, Liguori. 2016. « Haïti, nous avons un problème... ». Dans Amnistie internationale. <http://www.amnistie.ca/sinformer/communiqués/international/2016/haïti/haïti-nous-avons-un-problème>.
- Chivallon, Christine. 2006. « Diaspora : ferveur académique autour d'un mot ». <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00170065>.
- Comparative Media Systems: European and Global Perspectives*. 2010. NED-New edition, 1. Central European University Press. <https://www.jstor.org/stable/10.7829/j.ctt12821q>.
- Conboy, Martin. 2007. « Permeation and Profusion ». *Journalism Studies* 8 (1): 1-12. <https://doi.org/10.1080/14616700601056775>.
- Crozier, Michel, et Erhard Friedberg. 1977. *L'acteur et le système: les contraintes de l'action collective*. Paris: Éditions du Seuil.
- . 2014. *L'acteur et le système les contraintes de l'action collective*. Paris: Éd. du Seuil.
- Crozier, Michel, et Jean-Claude Thoenig. 1975. « La régulation des systèmes organisés complexes: Le cas du système de décision politico-administratif local en France ». *Revue Française de Sociologie* 16 (1): 3. <https://doi.org/10.2307/3321128>.
- Dagmar, 2012. « HAITIMedia and Telecoms Landscape Guide ». Infoasaid. <http://www.cdacnetwork.org/contentAsset/raw-data/c631e13a-83b4-4c7c-8a2a-6a364036398d/attachedFile>.
- Dahlgren, Peter. 2015. « The Global Public Sphere: Public Communication in the Age of Reflective Interdependence ». *Information, Communication & Society* 18 (12): 1423-25. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1020824>.
- Dahlgren, Peter, Marc Abélès, Daniel Dayan, et Éric Maigret. 1994. « L'Espace public et les médias ». *Hermès, La Revue* N° 13-14 (1): 243-62.
- Dahlgren, Peter, et Marc Rillieu. 2000. « L'espace public et l'internet. Structure, espace et communication ». In: *Réseaux*,

- Communiquer à l'ère des réseaux, 18 (100): 157-86.
<https://doi.org/10.3406/reso.2000.2217>.
- De Mooij, Marieke. 2014. *Human and Mediated Communication around the World a Comprehensive Review and Analysis*. Cham: Springer International Publishing.
- Demers, François. 2008. « La communication publique, un concept pour repositionner le journalisme contemporain ». *Les Cahiers du journalisme*, n° 18.
http://www.cahiersdujournalisme.net/cdj/pdf/18/13_DEMERS.pdf.
- Désir, Betty. 2016. « Haïti-Press : Premier anniversaire du groupe Whatsapp, Rezo enfòmasyon ». Alterpresse. 2016.
<http://www.alterpresse.org/spip.php?article19783#.XRjyHtCc1g>.
- Desquiron, Jean. 1997. « L'Histoire de la presse en Haïti ». Dans *Les journalistes parlent...*, Édition La Ruche, 1-6. Port-au-Prince.
- Diederich, Bernard. 2013. « Le Peuple des Médias ». *Conjonction: La revue franco-haïtienne de l'Institut français en Haïti*, La presse haïtienne: passé et présent, Presse en Haïti: Passé et présent (225): 7-12.
- Dobek-Ostrowska, Bogusława. 2010. *Comparative Media Systems: European and Global Perspectives*. Budapest; New York: Central European University Press. <http://site.ebrary.com/id/10425234>.
- Dobek-Ostrowska, Bogusława, et Michał Głowacki. 2010. *Comparative Media Systems: European and Global Perspectives*. Central European University Press. <https://muse.jhu.edu/book/16039>.
- Donati, Pierpaolo. 2004. « La relation comme objet spécifique de la sociologie ». *Revue du MAUSS* no 24 (2): 233-54.
<https://doi.org/10.3917/rdm.024.0233>.
- Dorais, Louis-Jacques. 2004. « Identités vietnamiennes au Québec ». *Recherches sociographiques* 45 (1): 59.
<https://doi.org/10.7202/009235ar>.
- Dosi, Mohamed A. M., Leonce Rushubirwa, et Garth A. Myers. 2007. « Tanzanians in the Land of Oz: diaspora and transnationality in Wichita, Kansas ». *Social & Cultural Geography* 8 (5): 657-71.
<https://doi.org/10.1080/14649360701633196>.
- Duke University, Libraries. 2015. « Guide to the Radio Haiti Papers, 1968-2003 ». David M. Rubenstein Rare Book & Manuscript Library. 2018 2015.
<https://library.duke.edu/rubenstein/findingaids/radiohaitipapers/>.
- Dunn, John A. 2014. « Lottizzazione Russian Style: Russia's Two-tier Media System ». *Europe-Asia Studies* 66 (9): 1425-51.
<https://doi.org/10.1080/09668136.2014.956441>.
- Duval, Frantz. 2016. « Pourra-t-on arrêter à temps le dysfonctionnement général des institutions haïtiennes ? » *Le Nouvelliste*, 20 août 2016.

- <http://lenouvelliste.com/lenouvelliste/article/161181/Pourra-t-on-arreter-a-temps-le-dysfonctionnement-general-des-institutions-haitiennes>.
- Duvalier, François. 1969. « Décrêt-Loi créant le Conatel ». LE MONITEUR JOURNAL OFFICIEL DE LA REPUBLIQUE D'HAÏTI.
<http://www.conatel.gouv.ht/sites/default/files/DecretCreationCONATEL27Septembre1969.pdf>.
- Erik, Richard. 2000. « UN TRANSNATIONALISME FAMILIAL: L'EXPÉRIENCE DES JEUNES VIETNAMIENS DE MONTREAL ». Mémoire, Québec: Département d'anthropologie FACULTÉ DES SCIENCES SOCIALES UNIVERSITÉ LAVAL.
http://www.collectionscanada.gc.ca/obj/s4/f2/dsk1/tape2/PQDD_0025/MQ51158.pdf.
- Etienne, Sauveur Pierre. 1999. *Haïti: misère de la démocratie*. Port-au-Prince, Haïti : Paris: CRESFED ; Harmattan.
- Francoeur, Chantal. 2012. *La transformation du service de l'information de Radio-Canada*. Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Fraser, Nancy. 2005. « La transnationalisation de la sphère publique ». Mars 2005.
http://www.republicart.net/disc/publicum/fraser01_fr.htm.
- Garant, Maude. 2010. « L'EXPERIENCE DU TRANSNATIONALISME DANS UN CONTEXTE DE RÉGIONALISATION DE L'IMMIGRATION AU QUÉBEC : LE CAS DES IMMIGRANTS A THETFORD MINES ». Mémoire, Québec (Québec): UNIVERSITÉ LAVAL (DEPARTEMENT D'ANTHROPOLOGIE FACULTÉ DES SCIENCES SOCIALES).
www.theses.ulaval.ca/2010/26757/26757.pdf.
- Gauthier, Benoît, éd. 2009. *Recherche sociale: de la problématique à la collecte des données*. 5th ed. Québec: Presses de l'Université du Québec.
- Govain, Renaud. 2014. « L'état des lieux du créole dans les établissements scolaires en Haïti ». Text.
<https://www.contextesetdidactiques.com:443>. 15 juin 2014.
<https://www.contextesetdidactiques.com/724?lang=en>.
- Habermas, Jürgen. 1988. *L'espace public: archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. Critique de la politique Payot. Paris: Payot.
- « Haïti - FLASH : Haïti 3e pire pays au monde en termes d'accès à l'électricité - HaitiLibre.com : Toutes les nouvelles d'Haïti 7/7 ». 2017. www.haitilibre.com. HaitiLibre.com. 2017.
<https://www.haitilibre.com/article-23305-haiti-flash-haiti-3e-pire-pays-au-monde-en-terme-d-acces-a-l-electricite.html>.
- Hallin, Daniel C., et Paolo Mancini. 2004. *Comparing media systems: three models of media and politics*. Communication, society, and politics. Cambridge ; New York: Cambridge University Press.

- . 2017. « Ten Years After *Comparing Media Systems* : What Have We Learned? » *Political Communication* 34 (2): 155-71.
<https://doi.org/10.1080/10584609.2016.1233158>.
- Henriquez, Pradel. 2017. « QUEL EST LE SALAIRE D'UN JOURNALISTE EN HAÏTI ». *Tout Haïti*. 2017.
<http://www.touthaiti.com/economie/2-uncategorised/3558-quel-est-le-salaire-d-un-journaliste-en-haiti>.
- Hilaire, Jeannot. 1993. « Le créole haïtien: nouveau statut et nouveaux rôles ». Dans *La République Haïtienne: État des lieux et perspectives*, KARTHALA, 89-105. Paris.
- HPN. 2013. « Haïti-diaspora-sondage-radio : Caraïbes FM, la station la plus écoutée en diaspora ». juin 2013.
<http://www.hpnhaiti.com/site/index.php/societe/9607-haiti-diaspora-sondage-radio-caraibes-fm-la-station-la-plus-ecoutee-en-diaspora>.
- Hugot, Winnie Gabriella, Phares Gérôme, et Jean-Claude Louis. 2016. « Femmes et médias en Haïti : petites avancées, grands défis ! » 20. Port-au-Prince: Panos Caraïbean.
http://panoscaribbean.org/images/documents/documentshaiti/dossier_presse_coverfull5.pdf.
- Huntington, Samuel P. 1997. *Le choc des civilisations*. Paris: O. Jacob.
- IHSI. 2009. « Rapport Final: Enquête sur les services de télécommunications de 2009 ». Port-au-Prince: MINISTERE DE L'ÉCONOMIE ET DES FINANCES INSTITUTHAÏTIEN DESTATISTIQUEETD'INFORMATIQUE(IHSI).
http://www.ihsi.ht/pdf/enquete/enquette_telecommunication.pdf.
- . 2018. « Indice des Prix à la Consommation –Août2018 ». http://www.ihsi.ht/pdf/ipc/serieIPC/Aout_2018.pdf.
- Jean, Peggy, et Marcel Joseph. 2020. « Moment Vérité sur Signal Fm ». Audio. *Moment Vérité*. Port-au-Prince.
<https://www.youtube.com/watch?v=ZWcqC9r-ICA>.
- Jean-François, Hérold. 2013. « La radio en créole, évolution et problèmes... » *Conjonction: La revue Franco-Haïtienne de l'Institut français en Haïti* Presse en Haïti: Passé et présent (225): 29-37.
- Joachim, Dieudonné. 2019. « 94% des Port-au-Princiens utilisateurs de smartphones emballés par les réseaux sociaux ». *Journal. Le Nouvelliste*. 2019.
<https://www.lenouvelliste.com/article/200331/94-des-port-au-princiens-utilisateurs-de-smartphones-emballés-par-les-reseaux-sociaux>.
- Joseph, Claude. 2016. « La diaspora dans l'effort du développement d'Haïti : Au-delà des slogans ». *AlterPresse*, 7 mars 2016.
<http://www.alterpresse.org/spip.php?article20341#nh1>.

- Joseph, Guyler C. Delva. 2020. « Affaire Matin Caraïbes: ce qu'il faut comprendre de ma vérité ». Facebook. Juillet 2020.
<https://www.facebook.com/josephguylercdelva>.
- Kastoryano, Riva. 2013. « Le nationalisme transnational turc ou la redéfinition du nationalisme par les "Turcs de l'extérieur" ». Dans *Nationalismes en mutation en Méditerranée orientale*, édité par Alain Dieckhoff, 249-66. Histoire. Paris: CNRS Éditions.
<http://books.openedition.org/editions-cnrs/2410>.
- Katz, Elihu. 1957. « The Two-Step Flow of Communication: An Up-To-Date Report on an Hypothesis ». *Public Opinion Quarterly* 21 (1, Anniversary Issue Devoted to Twenty Years of Public Opinion Research): 61. <https://doi.org/10.1086/266687>.
- Katz, Elihu, et Paul F. Lazarsfeld. 2006. *Personal influence: the part played by people in the flow of mass communications*. 2nd ed. New Brunswick, N.J: Transaction Publishers.
- Kempen, Hetty van. 2007. « Media-Party Parallelism and Its Effects: A Cross-National Comparative Study .» *Political Communication* 24 (3): 303-20. <https://doi.org/10.1080/10584600701471674>.
- Kiriya, Ilya. 2019. « New and old institutions within the Russian media system ». *Russian Journal of Communication* 11 (1): 6-21.
<https://doi.org/10.1080/19409419.2019.1569551>.
- Koopmans, Ruud, Paul Statham, Jacqueline Costa-Lascoux, et Marie-Antoinette Hily. 2001. « Citoyenneté nationale et transnationalisme. Une analyse comparative des revendications des migrants en Allemagne, en Grande-Bretagne et aux Pays-Bas ». *Revue européenne de migrations internationales* 17 (2): 63-100. <https://doi.org/10.3406/remi.2001.1779>.
- Lafleur, Jean-Michel. 2015. *Le Transnationalisme politique : Pouvoir des Communautés immigrées dans leurs Pays d'accueil et Pays d'origine*. Cahiers Migrations. Louvain-la-Neuve: Academia-Bruylant. http://www.academia-bruylant.be/index2.php?addr=fr2/fiche_2.php?id=PAP35.
- Lalime, Thomas. 2017. « Pradel Henriquez touche l'épineux problème du salaire des journalistes haïtiens ». Le Nouvelliste. 2017.
<https://lenouvelliste.com/article/175144/pradel-henriquez-touche-lepineux-probleme-du-salaire-des-journalistes-haitiens>.
- Lambert, Ricardo. 2018. « Baisse considérable du rendement scolaire en Haïti ces dernières années ». *Journal Le Nouvelliste*, 25 septembre 2018, sect. Éducation.
<https://lenouvelliste.com/article/192971/baisse-considerable-du-rendement-scolaire-en-haiti-ces-dernieres-annees>.
- Landolt, Patricia, Lilian Autler, et Sonia Baires. 1999. « From Hermano Lejano to Hermano Mayor: The Dialectics of Salvadoran

- Transnationalism ». *Ethnic and Racial Studies* 22 (2): 290-315.
<https://doi.org/10.1080/014198799329495>.
- Le grand dictionnaire terminologique. 2020. « Corruption ». Office québécois de la langue française. 2020.
<http://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/>.
- Lecheler, S., et S. Kruike-meier. 2016. « Re-Evaluating Journalistic Routines in a Digital Age: A Review of Research on the Use of Online Sources ». *New Media & Society* 18 (1): 156-71.
<https://doi.org/10.1177/1461444815600412>.
- Lee, Paul S. N., et Leonard L. Chu. 1995. « Hong Kong media system in transition: A socio-cultural analysis ». *Asian Journal of Communication* 5 (2): 90-107.
<https://doi.org/10.1080/01292989509364725>.
- Lehtisaari, Katja, et Galina Miazhevich. 2019. « Introduction: The Russian Media System at a Crossroads ». *Russian Journal of Communication* 11 (1): 1-5.
<https://doi.org/10.1080/19409419.2019.1567378>.
- Lerner, Daniel, et Wilbur Lang Schramm. 1967. *Communication and Change in the Developing Countries*. University Press of Hawaii.
- Les Échos. 2019. « L'usage d'Internet dans le monde en cinq chiffres ». Les Échos. 9 février 2019. <https://www.lesechos.fr/tech-medias/hightech/lusage-dinternet-dans-le-monde-en-cinq-chiffres-963228>.
- Levitt, Peggy, et B. Nadya Jaworsky. 2007. « Transnational Migration Studies: Past Developments and Future Trends ». *Annual Review of Sociology* 33 (1): 129-56.
<https://doi.org/10.1146/annurev.soc.33.040406.131816>.
- Mabi, Clément, et Anaïs Théviot. 2014. *S'engager sur Internet: mobilisations et pratiques politiques*. Grenoble: Presses universitaires de Grenoble.
- Manigat, Sabine. 2013. « "Une presse de qualité, cela se mérite." Entrevue à Liliane Pierre-Paul ». *Conjonction: La revue franco-haïtienne de l'Institut français en Haïti*, Presse en Haïti: passé et présent, , n° 225: 71-74.
- Margolis, Michael, et David Resnick. 2000. *Politics as Usual: The Cyberspace « Revolution »*. Sage Publications.
- Martiniello, Marco. 2007. « Transnationalisme et Immigration », *Écartés d'identité* N°111 / 2007, , n° N°111: 76-79.
- Martiniello, Marco, et Hassan Bousetta. 2008. « Les pratiques transnationales des immigrés chinois et marocains de Belgique ». *Revue européenne des migrations internationales* 24 (2): 45-66.
<https://doi.org/10.4000/remi.4512>.

- Mathien, Michel. 1989. *Le système médiatique: le journal dans son environnement*. Langue, linguistique, communication. Paris: Hachette.
- . 1992. *Les journalistes et le système médiatique*. Hachette Université Langue linguistique communication. Paris: Hachette.
- Matusitz, Jonathan, et Gerald-Mark Breen. 2012. « An Examination of Pack Journalism as a Form of Groupthink: A Theoretical and Qualitative Analysis ». *Journal of Human Behavior in the Social Environment* 22 (7): 896-915.
<https://doi.org/10.1080/10911359.2012.707933>.
- Meijer, Irene Costera. 2001. « The Public Quality of Popular Journalism: developing a normative framework ». *Journalism Studies* 2 (2): 189-205. <https://doi.org/10.1080/14616700120042079>.
- Mhagama, Peter. 2015. « Radio Listening Clubs in Malawi as Alternative Public Spheres ». *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media* 13 (1): 105-20. https://doi.org/10.1386/rjao.13.1-2.105_1.
- Miège, Bernard. 2010. *L'espace public contemporain approche infocommunicationnel*. Grenoble: Presses universitaires de Grenoble.
- Millette, Josianne, Mélanie Millette, et Serge Proulx. 2010. « Attachement des communautés culturelles aux médias du pays d'origine et aux médias d'ici- Le cas des communautés haïtienne, italienne et maghrébine de la région de Montréal ». Centre d'étude sur les médias (CEM).
- Ministère de l'information et de la Communication. 1986. « Un siècle de législation sur la presse et de la communication en Haïti 1885-1985 ». MCC.
- Moïse, Claude, et Émile Ollivier. 1992. *Repenser Haïti: grandeur et misères d'un mouvement démocratique*. Montréal: Ed. du CIDIHCA.
- Mosco, Vincent. 1996. *The political economy of communication: rethinking and renewal*. The media, culture & society series. London ; Thousand Oaks, Calif: Sage Publications.
- Moussignac, Domingue. 2017. « Un système éducatif « comme un pays en état de guerre » ». *Journal Le Nouvelliste*, 8 septembre 2017. <https://lenouvelliste.com/article/175975/un-systeme-educatif-comme-un-pays-en-etat-de-guerre>.
- Mucchielli, Alex. 2004. « Recherche qualitative et production de savoirs ». *Actes du colloque RECHERCHE QUALITATIVE ET PRODUCTION DE SAVOIRS*, n° 1: 34.
- Mushtaq, Sehrish, et Dr. Fawad Baig. 2016. « Indian Media System: An Application of Comparative Media Approach ». *South Asian Studies* 31 (décembre): 45-63.

- Mwesige, Peter G. 2011. « Les fonctions et dysfonctions démocratiques des débats politiques radiophoniques ». *Afrique contemporaine* n° 240 (4): 109-24.
- Numa, Valéry. 2019. « Vision 2000 à l'écoute: GUY WEWE LIVE AVEK VALERY NUMA SOU VISION 2000 - 26 DÉCEMBRE 2019 ». Audio et vidéo. *Vision 2000 à l'écoute*. Port-au-Prince: Radio Vision 2000. <https://www.youtube.com/watch?v=5SAID2SPuNU>.
- Obijiofor, Levi, et Folker Hanusch. 2011. *Journalism Across Cultures: An Introduction*. Macmillan International Higher Education.
- Organisation Internationale pour les Migrations. S. d. « La migration et le transnationalisme: Chances et défis - Document de travail ». Consulté le 22 avril 2016. https://www.iom.int/jahia/webdav/shared/shared/mainsite/microsites/IDM/workshops/migration_and_transnationalism_030910/background_paper_fr.pdf.
- Panier, Wisnique. 2020. « Participations inattendues dans les débats radiophoniques haïtiens et conflits dans la négociation des règles entre les interlocuteurs ». *Les Études de communication publique*, n° 22.
- Parham, Angel Adams. 2005. « Internet, Place, and Public Sphere in Diaspora Communities ». *Diaspora: A Journal of Transnational Studies* 14 (2): 349-80. <https://doi.org/10.1353/dsp.0.0020>.
- Patterson, Rubin. 2006. « Transnationalism: Diaspora-Homeland Development ». *Social Forces* 84 (4): 1891-1907. <https://doi.org/10.1353/sof.2006.0103>.
- Patterson, Thomas E. 2007. « *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*, by Daniel C. Hallin and Paolo Mancini: Cambridge, England: Cambridge University Press, 2004. 358 Pp. \$75.00 Cloth, 29.99 Paper ». *Political Communication* 24 (3): 329-31. <https://doi.org/10.1080/10584600701471708>.
- Pers. 2020. « Haïti - Degré d'alphabétisation - adultes (% des adultes âgés de plus de 15 ans) | Statistiques ». Perspective Monde. juillet 2020. <https://perspective.usherbrooke.ca/bilan/servlet/BMTendanceStatPays?langue=fr&codePays=HTI&codeStat=SE.ADT.LITR.ZS&codeStat2=x>.
- Pierre Étienne, Sauveur. 2007. *L'énigme haïtienne: Échec de l'État moderne en Haïti*. PUM. Montréal [Québec: Les Presses de l'Université de Montréal.
- Pierre, Serge Philippe. 2014. « La Communication gouvernementale en Haïti : Le Cas de PetroCaribe ». Thèse ou essai doctoral accepté, Montréal (Québec, Canada): Université du Québec à Montréal. <http://www.archipel.uqam.ca/6433/>.

- Pierre-Paul, Lilianne. 1997. « La presse haïtienne des années 80: Rupture, affirmations et tâtonnements ». Dans *Les journalistes parlent...*, Édition La Ruche. Port-au-Prince.
- Pilote, Anne-Marie. 2015. « Quand le journaliste devient politicien : de la transmission d'informations aux arcanes du pouvoir ». *Assemblée Nationale du Québec*, 45.
- Portes, Alejandro, Luis Eduardo Guarnizo, et William J. Haller. 2002. « Transnational Entrepreneurs: An Alternative Form of Immigrant Economic Adaptation ». *American Sociological Review* 67 (2): 278-98. <https://doi.org/10.2307/3088896>.
- Poupart, Jean, et Groupe de Recherche interdisciplinaire sur les Méthodes qualitatives, éd. 1997. *La recherche qualitative: enjeux épistémologiques et méthodologiques*. Montréal: Morin.
- Rachédi, Lilyane, Josiane Le Gall, et Véronique Leduc. 2010. « Réseaux transnationaux, familles immigrantes et deuils ». *Lien social et Politiques*, n° 64: 175-87. <https://doi.org/10.7202/1001408ar>.
- Radio 4VEH. 2020. « Faire Un Don | 4VEH ». 2020. <https://www.4veh.org/fr/faire-un-don/>.
- Randolph S., Bourne. 1916. « Trans-National America ». 1916. <http://www.theatlantic.com/past/issues/16jul/bourne.htm>.
- RankInfo, Web. 2019. « Tous les détails des résultats financiers de Google (octobre 2019) ». WebRankInfo. 31 octobre 2019. <https://www.webrankinfo.com/dossiers/google/resultats-financiers>.
- RAVAZZOLO, Elisa. 2009. « Modalité de participation au dialogue dans une émission radiophonique interactive ». Text. <http://www.revue-signes.info>. 30 juillet 2009. <http://www.revue-signes.info/document.php?id=1181>.
- Raynaud, Joy. 2011. « Les TIC sont-ils les nouveaux territoires de la diaspora chinoise ? » *Netcom. Réseaux, communication et territoires*, n° 25-1/2 (août): 63-82. <https://doi.org/10.4000/netcom.311>.
- Razy, Élodie, et Virginie Baby-Collin. 2011. « La famille transnationale dans tous ses états ». *Autrepart*, n° 57-58 (juillet): 7-22.
- Renois, Clarens. 2016. *Sortir Haïti du chaos*. C3 Éditions. Port-au-Prince.
- Rhodes, Leara. 1999. « Haitian Media as a Political Press ». *Journal of Haitian Studies* 5/6: 44-59.
- Richard, Philippe. 2019. « Qu'est-ce qu'une plateforme numérique? - IT Social | Média des Enjeux IT & Business, Innovation et Leadership ». 2019. <https://itsocial.fr/enjeux/strategie-enjeux-dsi/digital-strategie-enjeux-dsi/quest-quune-plateforme-numerique%e2%80%89/>.
- Rioux, Sébastien, et Frédérick Guillaume Dufour. 2008. « La sociologie historique de la théorie des relations sociales de propriété ».

- Actuel Marx*, n° 43 (août): 126-39.
<https://doi.org/10.3917/amx.043.0126>.
- Roc Pierre Louis, Luné. 2020. « "Les médias haïtiens dans la crise du coronavirus ou l'épreuve du trilemme de Münchhausen (1ère partie)" ». *Les Carnets Nord/Sud* (blog). 17 avril 2020.
<https://lescarnetsnordsud.blog/2020/04/17/lune-roc-pierre-louis-les-medias-haitiens-dans-la-crise-du-coronavirus-1/>.
- Rosales, Rey G. 2013. « Citizen participation and the uses of mobile technology in radio broadcasting ». *Telematics and Informatics, The Digital Turn in Radio: Understanding Convergence in Radio News Cultures*, 30 (3): 252-57.
<https://doi.org/10.1016/j.tele.2012.04.006>.
- Sahoo, Sadananda, et B. K. Pattanaik. 2013. *Global Diasporas and Development: Socioeconomic, Cultural, and Policy Perspectives*. Springer Science & Business Media.
- Saint-Pré, Patrick. 2018. « Les transferts de la diaspora représentent 34% du PIB d'Haïti en 2017 ». *Le Nouvelliste*, 2018, sect. Économie. <https://lenouvelliste.com/article/182459/les-transferts-de-la-diaspora-representent-34-du-pib-dhaiti-en-2017>.
- Sandré, Marion. 2013. « Quelle place pour le citoyen-auditeur dans le discours radiophonique? Analyse de genres participatifs ». *Cahiers de praxématique*, n° 61 (décembre).
<http://journals.openedition.org/praxematique/1932>.
- Sauvageau, Florian, Simon Thibault, Pierre Trudel, et Samatha Bradshaw. 2018. *Les fausses nouvelles, nouveaux visages, nouveaux défis: comment déterminer la valeur de l'information dans les sociétés démocratiques?*
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/usherbrookemgh-ebooks/detail.action?docID=5541171>.
- Sayad, Abdelmalek. 1999. *La double absence: des illusions de l'émigré aux souffrances de l'immigré*. Collection Liber. Paris: Seuil.
- Seethaler, Josef. 2017. « Media Systems Theory ». Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/obo/9780199756841-0185>.
- Sérant, Vario. 2005. « Il faut sauver le journalisme en Haïti ». Alterpresse. 2005.
<https://www.alterpresse.org/spip.php?article3507>.
- . 2007. *Sauver l'information en Haïti*.
- Seymour-Üre, Colin. 1974. *The political impact of mass media*. Communication & society. London, Beverly Hills, Calif: Constable; Sage Publications.
- Smith, Denis. 2013. « Nationalisme ». Dans *L'encyclopédie canadienne*. Canada.
<https://www.thecanadianencyclopedia.ca/fr/article/nationalisme-2>.

- Stebig, Jonathan, et Yveline Deverin. 2011. « L'appropriation des TIC par les diasporas : Analyse des répercussions potentielles dans les pays d'origine L'exemple d'un cybercafé du quartier « Hackney » à Londres. » Text. <http://revues.mshparisnord.org/netsuds>. 2011. <http://revues.mshparisnord.org/netsuds/index.php?id=221>.
- Sundaram, Hari, et Thanassis Rikakis. 2006. « Experiential Media Systems ». Dans *Encyclopedia of Multimedia*, édité par Borko Furht, 225-33. Boston, MA: Springer US. https://doi.org/10.1007/0-387-30038-4_73.
- Tanikella, Leela. 2009. « Voices from home and abroad: New York City's Indo-Caribbean media ». *International Journal of Cultural Studies* 12 (2): 167-85. <https://doi.org/10.1177/1367877908099498>.
- Taylor, Steven J., Robert Bogdan, et Marjorie L. DeVault. 2016. *Introduction to qualitative research methods: a guidebook and resource*. Fourth edition. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Théodat, Jean-Marie. 2004. « Haïti, le français en héritage ». *Hermes, La Revue* n° 40 (3): 308-13.
- Toussaint Desmoulins, Nadine. 1996. *L'économie des médias*. Paris: Presses universitaires de France.
- UNESCO. 2019. « Statistiques sur la radio ». UNESCO <http://www.unesco.org/new/fr/unesco/events/prizes-and-celebrations/celebrations/international-days/world-radio-day-2013/statistics-on-radio/>.
- Unicef. 2017. « Statistiques | Haïti | UNICEF ». Unicef. 2017. https://www.unicef.org/french/infobycountry/haiti_statistics.html.
- Van Den Bos, Matthijs, et Liza Nell. 2006. « Territorial Bounds to Virtual Space: Transnational Online and Offline Networks of Iranian and Turkish-Kurdish Immigrants in the Netherlands ». *Global Networks* 6 (2): 201-20. <https://doi.org/10.1111/j.1471-0374.2006.00141.x>.
- Vertovec, Steven. 1999. « Conceiving and researching transnationalism ». *Ethnic and Racial Studies* 22 (2): 447-62. <https://doi.org/10.1080/014198799329558>.
- Voigt-Graf, Carmen. 2005. « The construction of transnational spaces by Indian migrants in Australia ». *Journal of Ethnic and Migration Studies - J ETHN MIGR STUD* 31 (2): 365-84. <https://doi.org/10.1080/1369183042000339972>.
- Voltmer, Katrin. 2013. *The media in transitional democracies*. Contemporary political communication. Cambridge: Polity.
- von, Sarah El Richani vorgelegt. 2014. « Comparative Readings of the Lebanese Media System ». Thesis, Germany: Philosophischen Fakultät der Universität Erfurt. <https://www.db->

thueringen.de/servlets/MCRFileNodeServlet/dbt_derivate_000330
62/Dissertation_El_Richani_Sarah.pdf.

Waters, Johanna L. 2005. « Transnational Family Strategies and Education in the Contemporary Chinese Diaspora ». *Global Networks* 5 (4): 359-77. <https://doi.org/10.1111/j.1471-0374.2005.00124.x>.

Wikipédia. 2017. « Phone-In ». Dans *Wikipedia*.
<https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Phone-in&oldid=800821108>.

———. 2020. « Numérique ». Dans *Wikipédia*.
<https://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Num%C3%A9rique&oldid=171706617>.

Listes des Annexes : Les outils de collecte de données empiriques.

Nous présentons ici les principaux outils qui ont été utilisés pour collecter les données empiriques analysées dans cette étude. Il s'agit particulièrement des questions qui ont été utilisées pour réaliser des entrevues avec chacun des petits groupes de participants.

Annexe 1 : Guide d'entretien avec les journalistes

Guide d'entretien	
<p>Étudiant : Wisnique Panier Programme : Doctorat en communication publique Département : Information et communication/Université Laval Directeur de thèse : Jean Charron Groupes cibles : L'Association Nationale des médias haïtiens (ANMH) et le Conseil National des télécommunications (CONATEL) Objet : Entretien sur le rapport des radios avec les instances de régulation</p>	
Prise de contact	Bonjour, M. XY, je vous remercie d'avoir répondu favorablement à ma demande d'entretien relatif à mon travail de terrain. Cet entretien pourra avoir une durée de 45 à 60 minutes. Encore une fois, merci de m'avoir accepté ma demande.
Présentation	Comme je vous ai dit, je suis Wisnique Panier, doctorant en communication publique à l'Université Laval. Je travaille sur l'impact du numérique sur le fonctionnement de la radio en Haïti. Je me demande si le numérique change quelque chose au fonctionnement du système radiophonique haïtien. J'aimerais avoir votre avis sur la question.
Question générale	
<ul style="list-style-type: none"> • Depuis combien de temps travaillez-vous à la radio, ou êtes-vous en lien avec l'industrie de la radio ? 	
<ul style="list-style-type: none"> • Depuis que vous travaillez à la radio, quels sont les principaux changements que vous avez observés dans le monde de la radio en Haïti ? 	
<ul style="list-style-type: none"> • Quels sont, selon vous, les principaux facteurs qui expliquent ces changements ? 	
<ul style="list-style-type: none"> • Y a-t-il, selon vous, des changements qui sont spécifiquement liés au développement et à l'utilisation des outils numériques ? 	
<ul style="list-style-type: none"> • Selon vous, la fin de la dictature des Duvalier a-t-elle provoqué des changements dans le système médiatique haïtien ? Si oui, lesquels ? Sinon, pourquoi ? 	
<ul style="list-style-type: none"> • Qu'est-ce que l'introduction du créole comme langue de communication à la radio apporte comme changement dans le fonctionnement de cette dernière ? 	
Thématique 1 : Changement dans la relation du public avec les journalistes	
<ul style="list-style-type: none"> • Qu'est-ce qui change dans vos habitudes de travail depuis l'arrivée des technologies numériques ? 	
<ul style="list-style-type: none"> • Et dans votre relation avec le public ? 	
<ul style="list-style-type: none"> • Qu'est-ce qui change dans votre relation avec les sources d'information et avec les autres journalistes ? 	
<ul style="list-style-type: none"> • les technologies numériques changent-elles quelque chose dans la composition du public qui vous écoute ? Ou dans ses habitudes d'écoute ? 	
Thématique 2 : Participation du public dans les débats	
<ul style="list-style-type: none"> • Avant l'arrivée des technologies numérique, par quel moyen les auditeurs participaient-ils à vos émissions ? 	

<ul style="list-style-type: none"> • Est-ce les technologies numériques, notamment le téléphone portable favorise une plus grande participation sur le plan local particulièrement des gens des villes de province ?
<ul style="list-style-type: none"> • Dans quelle circonstance faites-vous appel à la participation du public dans vos émissions ?
<ul style="list-style-type: none"> • Qu'est-ce que vous constatez comme changement :
<ul style="list-style-type: none"> • Dans la fréquence de participation des auditeurs dans vos émissions,
<ul style="list-style-type: none"> • Dans les méthodes ou les formes de participation,
<ul style="list-style-type: none"> • Dans le nombre de participants,
<ul style="list-style-type: none"> • Y a-t-il une grande participation des membres de la diaspora dans vos émissions ?
<ul style="list-style-type: none"> • La participation de la diaspora amène-t-elle de nouveaux sujets dans le débat public national ? Par exemple la question de TPS et la double nationalité.
<ul style="list-style-type: none"> • À combien estimez-vous le pourcentage de participants de la zone métropolitaine de Port-au-Prince, de la diaspora et des régions ?
<ul style="list-style-type: none"> • Y a-t-il des interventions directes par : SMS, WhatsApp, Messenger, Facebook autre... ?
<ul style="list-style-type: none"> • Qu'est-ce que ça change dans les pratiques journalistiques le fait de diffuser la radio sur téléphone portable à l'aide des plateformes comme Zeno radio et audio Now ?
<ul style="list-style-type: none"> •
<p>Thématique 3 : Relations des radios avec la diaspora comme public</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Je m'intéresse aussi avec la diaspora, qu'est-ce que le numérique change dans les rapports des radios avec la diaspora ?
<ul style="list-style-type: none"> • La diaspora est-elle importante pour vous comme public et pourquoi ?
<ul style="list-style-type: none"> • Dans quelle mesure les technologies numériques facilitent-elles la participation de la diaspora dans le débat public national ?
<ul style="list-style-type: none"> • Les préoccupations exprimées par la diaspora dans les débats publics sont-elles les mêmes que les participants nationaux ?
<ul style="list-style-type: none"> •
<p>Thématique 4 : Relations des radios en elles</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Votre radio a-t-elle des liens de collaboration avec des radios de la diaspora et des villes de province ?

<ul style="list-style-type: none"> • Comment décririez-vous les relations de votre radio avec celle de la diaspora et des villes de province ?
<ul style="list-style-type: none"> • Est-ce que vous avez le sentiment que votre radio a une certaine domination sur les radios de la diaspora et des villes de province ?
<ul style="list-style-type: none"> • Votre émission ou d'autres programmes de votre radio sont relayés par combien d'autres radios ? Dans combien pays et dans combien de villes ? Par combien de radios locales et dans combien de villes ? Quelles sont les conditions ?
<ul style="list-style-type: none"> • Quand une radio relaye une autre, quels sont les conditions de partenariat ? Qui paie d'autre ?

<ul style="list-style-type: none"> • Qu'est-ce que cela apporte à la radio le fait d'être relayé par des radios de la diaspora et des autres villes du pays ?
<ul style="list-style-type: none"> • Est-ce que votre radio relaye des émissions d'autre radio de la diaspora et des autres villes de province ? Sinon, pourquoi ?
<p>Thématique 5 : Rapport journalistes et sources d'information</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Quelles sont vos principales sources d'information ?
<ul style="list-style-type: none"> • Avec le numérique, est-il plus facile pour vous d'accéder aux sources d'information ?
<ul style="list-style-type: none"> • Qu'est-ce qui change dans vos habitudes de collecte des informations ?
<ul style="list-style-type: none"> • Les technologies numériques vous amènent-elles de nouvelles sources d'information ?
<ul style="list-style-type: none"> •
<p>Thématique 5 : Concurrence avec les autres acteurs du système</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Le fait pour le public et les annonceurs de faire leur propre publication sur les réseaux sociaux, les blogues ou leur site internet, les considérez-vous comme de nouveaux concurrents ou des alliés ?
<ul style="list-style-type: none"> • Quels sont les avantages et les inconvénients des réseaux sociaux pour les stations de radio ?
<ul style="list-style-type: none"> • Les considérez-vous comme une extension de votre auditoire ?

Annexe 2 : Guide d'entretien avec les auditeurs

Guide d'entretien	
<p>Étudiant : Wisnique Panier Programme : Doctorat en communication publique Département : Information et communication/Université Laval Directeur de thèse : Jean Charron Groupes cibles : un échantillon de 30 auditeurs en Haïti et 10 dans diaspora. Il s'agit des micros-trottoirs d'une durée de 5 à 10 minutes.</p>	
Présentation et demande de consentement verbal	<p>Je suis Wisnique Panier, étudiant au doctorat en communication publique à l'Université Laval. Je travaille sur l'impact du numérique sur le fonctionnement de la radio en Haïti. Je me demande si le numérique change quelque chose au fonctionnement du système radiophonique haïtien. J'aimerais avoir votre avis sur la question. Je voudrais vous poser quelques questions sur votre relation avec les radios en Haïti. C'est totalement anonyme. Ça va prendre environ 5 minutes. Êtes-vous d'accord ?</p>
Questions Public	<ul style="list-style-type: none"> • Est-ce que vous écoutez la radio souvent ? Et pourquoi ?
	<ul style="list-style-type: none"> • Quels moyens utilisez-vous pour écouter la radio ? Pourquoi ce choix ?
	<ul style="list-style-type: none"> • Est-ce que l'accès à la radio est maintenant plus facile pour vous qu'avant le numérique ? Justifiez votre réponse.
	<ul style="list-style-type: none"> • Est-ce que vous publiez des informations sur les médias sociaux ? SI oui, avez-vous le sentiment de faire un travail de journalistes ? Justifiez votre réponse.
	<ul style="list-style-type: none"> • Qu'est-ce qui change dans vos habitudes de consommations médiatiques depuis que vous utilisez les outils numériques ?
	<ul style="list-style-type: none"> • Êtes-vous déjà intervenu dans une émission de radios ? Si oui, combien de fois et par quel moyen ?
	<ul style="list-style-type: none"> • Est-ce que vous vous sentez plus proches des journalistes et des radios qu'avant ?

Questions spécifiques pour diaspora	<ul style="list-style-type: none"> • Quels moyens utilisiez-vous pour écouter la radio en Haïti avant et pendant l'arrivée des outils numériques ?
	<ul style="list-style-type: none"> • Vous êtes maintenant à l'étranger, pourquoi vous écoutez la radio émettant depuis Haïti ?
	<ul style="list-style-type: none"> • Par quel moyen écoutez-vous les émissions radiophoniques ?
Mot de la fin	Je vous remercie d'avoir répondu à mes questions. Votre contribution notre étude est très appréciée.

Annexe 3- Guide d'entretien avec les instances de régulation

Guide d'entretien	
<p>Étudiant : Wisnique Panier Programme : Doctorat en communication publique Département : Information et communication/Université Laval Directeur de thèse : Jean Charron Groupes cibles : L'Association Nationale des médias haïtiens (ANMH) et le Conseil National des télécommunications (CONATEL)</p>	
Prise de contact	Bonjour, M. XY, je vous remercie d'avoir répondu favorablement à ma demande d'entretien relatif à mon travail de terrain. Cet entretien pourra avoir une durée de 45 à 90 minutes. Encore une fois, merci de m'avoir accepté ma demande.
Présentation	Comme je vous ai dit, je suis Wisnique Panier, doctorant en communication publique à l'Université Laval. Je travaille sur l'impact du numérique sur le fonctionnement de la radio en Haïti. Je me demande si le numérique change quelque chose au fonctionnement du système radiophonique haïtien, particulièrement dans les relations des instances de régulation avec les radios. J'aimerais avoir votre avis sur la question.
Thématiques et questions	Questions pour le directeur général ou un autre cadre du CONATEL
	Depuis combien de temps travaillez-vous pour CONATEL ?
	Quels sont les principaux changements que vous observez dans le monde de la radiodiffusion en Haïti pendant les deux dernières décennies ?
	Pensez-vous que la loi actuelle sur la radiodiffusion est adaptée à la situation actuelle du système radiophonique ?
	Avec le numérique, qu'est-ce qui change dans les relations entre le CONATEL et le monde radiophonique ?
	Y a-t-il lieu de modifier les lois sur la radiodiffusion en fonction du développement des technologies numériques ?
	Si oui quels sont, selon vous, les principales raisons qui justifieraient une nouvelle loi sur la radio diffusion ?

	Sinon, pourquoi ?
	Le fait que l'espace public radiophonique haïtien s'étend au-delà des frontières d'Haïti, en ce sens que la diaspora a un accès direct et instantané dans l'espace radiophonique national, pose-t-il un problème du point de vue de la loi ?
	Quelles nouvelles pratiques radiophoniques méritent d'être prises en compte dans une nouvelle législation ?
	Avez-vous une idée du nombre de stations de radio qui fonctionne sans autorisation dans le pays ?
	La loi sur la radiodiffusion ne prend pas en compte les radios communautaires alors qu'elles sont très nombreuses, comment expliquez-vous cela ?
	Questions pour le président de l'ANMH
	Parlez-nous de la relation de l'ANMH avec ses membres ?
	Quel est le rôle de l'ANMH dans la régulation de ses médias membres ?
	Quelle est la relation de l'ANMH avec les autres associations de patrons et de journalistes du pays ?
	Vu la diffusion des radios traditionnelles sur Internet, y a-t-il des changements dans la mission initiale de l'ANMH ?
	Est-ce l'ANMH joue un intervient pour régler la concurrence entre ses membres pour les ressources disponibles ?
	Est-ce que l'utilisation des technologies numériques change quelque chose dans les rapports de l'ANMH avec les stations de radio ?
	Quels sont, selon vous, les plus grands défis de l'ANMH à l'ère du numérique ?
	Un journaliste qui quitte un média membre de l'ANMH, peut-il être embauché dans un autre média membre de l'ANMH sans aucun problème ?

Conclusion	Je vous remercie d'avoir répondu à mes questions. Votre contribution à cette étude est très appréciée.
------------	--

Annexe 4- Guide d'entretien avec des responsables de Marketing

Guide d'entretien
Étudiant : Wisnique Panier Programme : Doctorat en communication publique Département : Information et communication-Université Laval Directeur de thèse : Jean Charron Groupe cible : Responsables de marketing des radios
Bonjour, M. XY, je vous remercie d'avoir répondu favorablement à ma demande d'entretien relatif à mon travail de terrain. Cet entretien pourra avoir une durée de 45 à 90 minutes.
Comme je vous ai dit, je suis Wisnique Panier, doctorant en communication publique à l'Université Laval. Je travaille sur l'impact du numérique sur le fonctionnement de la radio en Haïti. Je me demande si le numérique change quelque chose au fonctionnement du système radiophonique haïtien, particulièrement dans le modèle économique des radios. J'aimerais avoir votre avis sur la question.
Thème 1 : Rapport des stations de radio avec les annonceurs
• Quel est le rôle du service de marketing de votre institution ?
• Quelle est la principale source de financement de votre radio ?
• Y a-t-il d'autres sources de revenu qui permet de financer les activités de la radio ?
• Qu'est-ce que les technologies numériques changent dans votre modèle économique ?
• Est-ce que les technologies numériques changent quelque chose dans les relations de la radio avec les annonceurs ?
• Comment évaluez-vous ce marché par rapport au marché local ?

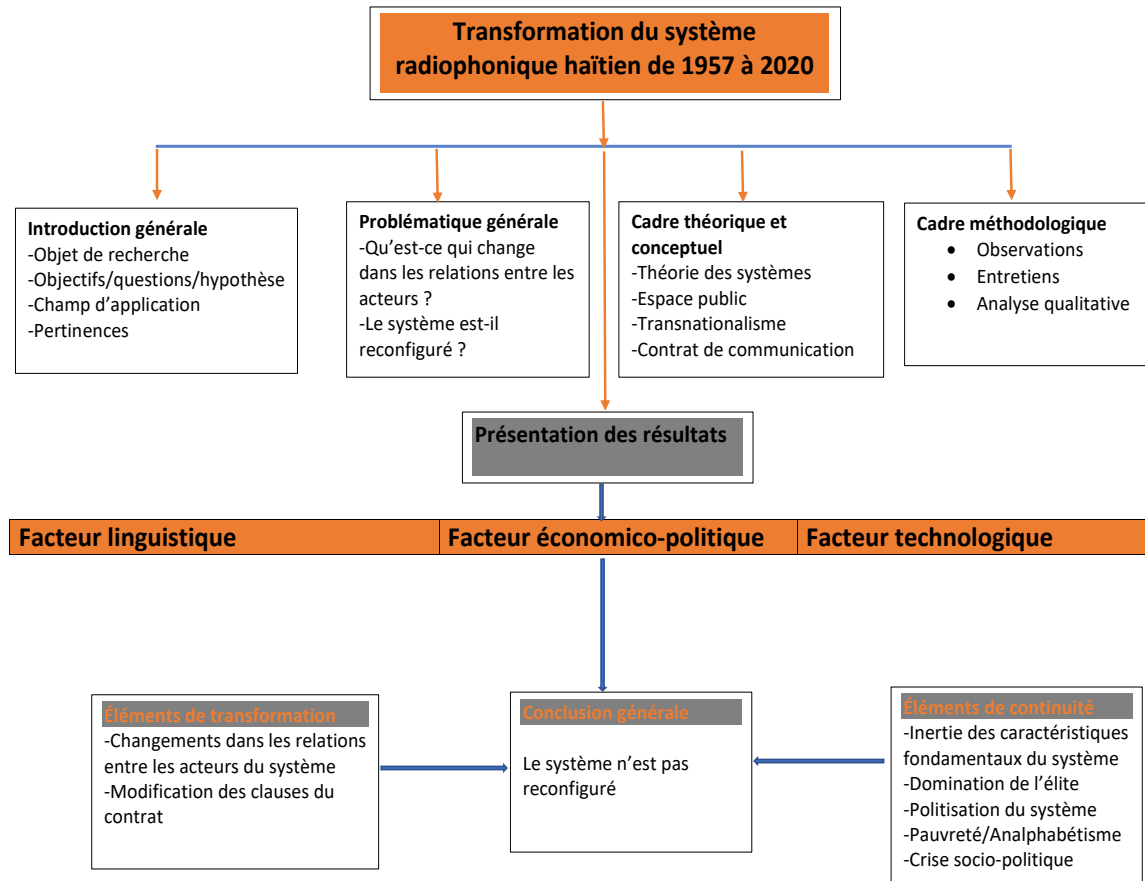
Modèle économique : Diaspora comme marché publicitaire

- Le modèle économique des radios est-il le même depuis l'arrivée des technologies numériques.
- Pourquoi vous cherchez à rejoindre la diaspora ?
- Dans quelle mesure peut-on dire que la diaspora représente un marché publicitaire pour votre radio ou les annonceurs ?
- Quels sont les produits publicitaires qui sont destinés spécifiquement à la diaspora ?
- Y a-t-il une demande du côté de vos annonceurs pour la diaspora comme un marché publicitaire ?
- Qu'est-ce que la diaspora représente pour vous en termes de recettes publicitaires ?
- De quelle manière la diaspora représente pour vous une nouvelle source de financement ?
- Y a-t-il parmi vos annonceurs qui a des produits spécifiques pour la diaspora ?
- Quelles sont les principales entreprises pour lesquelles la diaspora représente un public cible ?

Annexe 5 : Grille d'observation dans les radios

Annexe 4- grille d'observation	
Objet : Transformation du système radiophonique haïtien à l'ère du numérique	
Objectif : observer le travail du personnel de la radio au quotidien afin de collecter des données importantes pour notre thèse	
Notre observation va se porter sur :	
<ul style="list-style-type: none"> • Les éléments d'information relatifs aux changements dans les pratiques journalistiques ; • Les éléments d'information sur les relations qu'entretiennent les radios avec les sources d'information, leur public, sur les relations qu'elles entretiennent entre elles et toutes les questions visant à comprendre la transformation du système radiophonique haïtien ; • L'observation des nouveaux outils technologiques utilisés pour la collecte, la production, l'archivage, la diffusion et la mise à jour des informations. • L'observer du travail des producteurs, des metteurs en ondes, des journalistes en studios et assister à la réunion de rédaction. 	
Date :	Radio observée :
Secteur observé	Observations :
Salle des nouvelles	▶ ▶ ▶ ▶
Salle de production	▶ ▶ ▶
Salle de mise en ondes	▶ ▶ ▶
Service de marketing	▶ ▶ ▶ ▶

Annexe 6- Représentation schématique du résumé de la thèse



Annexe 7- Liste des thématiques

	Fréquence	% Codes	Cas	% Cas
 Habitudes de travail des journalistes				
• Les désavantages du numérique pour les acteurs				
• Les moyens traditionnels de travail	5	1.2%	3	10.3%
• Nouveaux moyens de perfectionnement et d'autonomie	3	0.7%	3	10.3%
• Nouvelles formes de diffusion des informations	7	1.6%	6	20.7%
• Nouvelles formes de traitement des informations	7	1.6%	4	13.8%
• Nouvelles formes de collaboration entre les acteurs	4	0.9%	2	6.9%
• Nouvelles méthodes d'archivage des informations	1	0.2%	1	3.4%
• Simplification des infrastructures techniques dans les radios	3	0.7%	3	10.3%
 Relations des journalistes avec le public				
• Amplification de la participation	1	0.2%	1	3.4%
• Attachement des haïtiens de la diaspora avec les médias haïtiens	5	1.2%	3	10.3%
• Consommation de contenus via le téléphone portable				
• Consommation en Podcasting	4	0.9%	3	10.3%
• Consommation Via les plateformes numériques	6	1.4%	6	20.7%
• Consommation via les récepteurs traditionnels	4	0.9%	1	3.4%
• Émergence de nouvelles formes de participation	16	3.7%	8	27.6%
• Interactions directes et instantanées entre journaliste et public	8	1.8%	7	24.1%
• La diaspora comme public cible	20	4.6%	15	51.7%
• Le public comme nouveau concurrent	5	1.2%	5	17.2%
• Les formes traditionnelles de participation	1	0.2%	1	3.4%
• Les préoccupations de la diaspora	10	2.3%	8	27.6%
• Rapport du public haïtien avec les radios haïtiennes de la diaspora	2	0.5%	2	6.9%
• Rapprochement des journalistes et du public	6	1.4%	6	20.7%
• Un accès direct des haïtiens de la diaspora et des régions	2	0.5%	2	6.9%
 Introduction du créole dans la radio				
• Accès de la radio à un plus grand nombre de personnes	16	3.7%	12	41.4%
• Un instrument de lutte contre la dictature	4	0.9%	2	6.9%
• Une rupture avec le français comme langue de domination	10	2.3%	9	31.0%
 Changement de régime politique ou de gouvernement				
• Absence de liberté sous la dictature	7	1.6%	7	24.1%
• Les effets négatifs du changement de régime sur le système médiatique	7	1.6%	5	17.2%
• Une libéralisation de la parole publique	5	1.2%	4	13.8%
• Une multiplication de nombre de radios	7	1.6%	5	17.2%
 Relations des radios avec les sources d'information				
• Les outils numériques comme moyens privilégiés de collecte d'information	13	3.0%	11	37.9%
• Les sources comme concurrents	1	0.2%	1	3.4%
• Les sources traditionnelles d'informations	1	0.2%	1	3.4%
• Un rapprochement des journalistes et des sources	2	0.5%	2	6.9%
• Une diminution de la concurrence entre les journalistes	1	0.2%	1	3.4%
• WhatsApp comme intermédiaire	1	0.2%	1	3.4%
 Autres changements dans le système				
• Autres changements	16	3.7%	10	34.5%
 Relations des radios entre elles				
• Les radios de provinces et de la diaspora comme relais des radios de Port-au-Prince	3	0.7%	3	10.3%
• Un renforcement de la domination des radios de Port-au-Prince	5	1.2%	4	13.8%
• Une diminution de la concurrence	1	0.2%	1	3.4%
• Une relation de domination des radios de Port-au-Prince	4	0.9%	4	13.8%
 Relations des radios avec les annonceurs				
• Les annonceurs comme médias	1	0.2%	1	3.4%
• Les annonceurs comme nouveaux concurrents	2	0.5%	2	6.9%
• Les réseaux sociaux comme moyen de survie	1	0.2%	1	3.4%
• Une baisse considérable des ressources économiques des radios	2	0.5%	2	6.9%
 Relations des radio avec les réseaux sociaux				
• La crédibilité des radios				
• Les réseaux sociaux comme moyen d'élargissement du public	8	1.8%	5	17.2%
• Les réseaux sociaux comme nouveaux concurrents	8	1.8%	6	20.7%
• Les réseaux sociaux comme partenaires ou extensions	6	1.4%	5	17.2%
• Les réseaux sociaux comme sources d'information	5	1.2%	4	13.8%
 Fin du monopole de la visibilité des médias				
• Contact direct des annonceurs avec le public				
• contact direct des sources avec le public				
• Une confusion du rôle des acteurs				
• Une généralisation de la concurrence	1	0.2%	1	3.4%
 Relations des journalistes entre eux				
• Groupes WhatsApp comme outils de partage et d'échange	5	1.2%	4	13.8%
• Une meilleure collaboration entre les journalistes	3	0.7%	3	10.3%