

Direction des bibliothèques

AVIS

Ce document a été numérisé par la Division de la gestion des documents et des archives de l'Université de Montréal.

L'auteur a autorisé l'Université de Montréal à reproduire et diffuser, en totalité ou en partie, par quelque moyen que ce soit et sur quelque support que ce soit, et exclusivement à des fins non lucratives d'enseignement et de recherche, des copies de ce mémoire ou de cette thèse.

L'auteur et les coauteurs le cas échéant conservent la propriété du droit d'auteur et des droits moraux qui protègent ce document. Ni la thèse ou le mémoire, ni des extraits substantiels de ce document, ne doivent être imprimés ou autrement reproduits sans l'autorisation de l'auteur.

Afin de se conformer à la Loi canadienne sur la protection des renseignements personnels, quelques formulaires secondaires, coordonnées ou signatures intégrées au texte ont pu être enlevés de ce document. Bien que cela ait pu affecter la pagination, il n'y a aucun contenu manquant.

NOTICE

This document was digitized by the Records Management & Archives Division of Université de Montréal.

The author of this thesis or dissertation has granted a nonexclusive license allowing Université de Montréal to reproduce and publish the document, in part or in whole, and in any format, solely for noncommercial educational and research purposes.

The author and co-authors if applicable retain copyright ownership and moral rights in this document. Neither the whole thesis or dissertation, nor substantial extracts from it, may be printed or otherwise reproduced without the author's permission.

In compliance with the Canadian Privacy Act some supporting forms, contact information or signatures may have been removed from the document. While this may affect the document page count, it does not represent any loss of content from the document.

Université de Montréal

Présence de la musique haïtienne dans la radio locale en Haïti.
Enjeux et perspectives.

par

Edric Richard Richemond

Département de Communication
Faculté des Arts et des Sciences

Mémoire présenté à la Faculté des Études Supérieures
pour l'obtention du grade de
Maître es sciences
en Sciences de la Communication

avril 2009

© Edric Richard Richemond, 2009



Université de Montréal
Faculté des Études Supérieures

Ce mémoire intitulé :

Présence de la musique haïtienne dans la radio locale en Haïti.
Enjeux et perspectives.

présenté par

Edric Richard Richemond

a été évalué par un jury composé des personnes suivantes :

président-rapporteur
Micheline Frenette
Professeur

directeur de recherche
Claude Martin

membre du jury
Dominique Meunier

Sommaire

Ce mémoire se propose d'analyser la plage d'antenne occupée par la production musicale haïtienne dans les stations privées en Haïti. Nous nous proposons aussi de voir avec les acteurs de l'industrie du disque les obstacles à l'épanouissement de ce secteur si indispensable pour une présence continue de la musique locale sur les ondes. Ce travail sera notre contribution au débat qui devra avoir lieu dans un proche avenir sur la production musicale en Haïti et sur la régulation du contenu culturel des médias, car la promotion de l'identité culturelle nationale peut être tributaire d'une cohésion sociale, qui est si nécessaire à tout processus de construction d'une véritable nation. Nous avons utilisé l'approche de l'économie politique de la communication parce que celle-ci, en prenant sa source dans la critique marxiste du mode de production capitaliste, postule que ce sont les propriétaires de médias qui déterminent le contenu de la programmation de ceux-ci, en accord avec leurs intérêts économiques.

La méthodologie de cette recherche a été faite avec trois démarches. La première a été une observation chez un disquaire pour avoir une idée de la distribution du disque en Haïti et ainsi connaître l'état de la production du disque à travers la disposition des produits sur les étagères. Cette visite a montré que la musique haïtienne occupait un espace moindre par rapport à la surface occupée globalement par les disques étrangers dans le magasin. Ensuite, une analyse de contenu a été faite à partir de l'enregistrement sur une semaine (30 minutes/jour) de la programmation musicale de trois principales stations de radio de la capitale (Caraïbe FM, Univers FM et Radio Superstar) qui fournit des données récentes sur la présence des produits locaux sur les ondes. Selon cette analyse, la musique haïtienne n'est représentée qu'à 20,1 % sur les trois principales stations à Port-au-Prince, soit un nombre 27 unités du corpus de 134 chansons/pièces musicales. La catégorie musique étrangère représente 79,7 % du corpus soit 107 pièces musicales.

Pour finir nous avons fait des entretiens semi-dirigés avec huit acteurs concernés sur la présence majoritaire des artistes étrangers dans les stations. Ces entretiens nous ont révélé que cette situation serait la résultante de l'action qu'exercent deux forces sur les responsables ou les propriétaires de station de radio privée. Une force culturelle qui semble être interne ou liée au passé socio-historique d'Haïti, appelée bovarysme collectif, c'est-à-dire la tendance des élites haïtiennes à privilégier les valeurs culturelles étrangères à la défaveur des valeurs culturelles locales. Le fait que ces élites soient propriétaires des principales entreprises qui annoncent leurs produits sur les ondes (banques, supermarchés, magasins, etc.) oblige les stations à configurer leur programmation en fonction des goûts musicaux de ceux-ci. Une autre force culturelle externe liée à la forte demande pour les artistes produits par les grandes multinationales du disque porte aussi les stations radio à réduire l'espace accordé aux artistes locaux, d'autant plus que ces artistes haïtiens sont produits au compte-goutte à cause des faiblesses structurales et économiques de l'industrie du disque haïtien.

Mots clés : Radiodiffusion, politique de communication, industrie musicale, identité, nation, interventions publiques.

Abstract

This inquiry aims at examining the air-play time given to local music product in radio broadcasters in Haiti. It also aims at better understanding the challenges that the Haitian music industry faces, given that the presence of local music on the radio largely determines on it its growth. Premised on our conviction that the promotion of local art works and of cultural identity can help foster the desire of all Haitians to live and prosper together as one nation, this study will represent our contribution to a truly Haitian nation-building process by discussing issues of musical production and media policy. We have relied on the political economy of communication approach to undertake this study. Rooted in the Marxist critique of the capitalist mode of production, this approach argues that media content is determined by the economic interests of media owners.

On a methodological level, our study combines observation and content analysis research techniques. We made some observations in a record store in Port-au-Prince, focusing on the shelf space taken up by musical products by local artists, with a view to exploring the workings of music distribution in Haiti. Our observations revealed that Haitian records occupy a smaller portion of the store's shelf space than records by foreign artists. We undertook a content analysis of excerpts (30 minutes per day during one week) of the radio broadcasts of the three main stations in Port-au-Prince (Caraïbe FM, Univers FM and Radio Superstar). Our analysis shows that Haitian music represented 20,1% of the 134 songs played, and music by foreign artists, 79,7%.

We conducted interviews with radio stations executives, executive producers of local record labels, and scholars about issues related to Haitian music and musical content on the radio. Based on these semi-structured interviews, we came to the conclusion that two cultural forces exert a decisive pressure on the musical programming decisions by media owners. One force relates to Haiti's past as a colonized country and is referred to as 'collective bovarysm': it concerns the tendency of the Haitian elite to favour any foreign cultural value (music, artwork, etc.) over Haitian values. The fact that members of this elite also own the businesses (such as banks, supermarkets and stores) that advertise on the radio, would be another factor that would induce radio station owners to broadcast programs featuring music that reflect their taste. The other, more external force concerns the strong demand for international music stars produced by multinational record companies which would encourage broadcasters to give less airtime to local artists whose record production is jeopardized by the major structural and economic problems that affect the local music recording industry.

Keywords: Broadcasting, media policy, music industry, identity, nation, public measures.

TABLE DES MATIÈRES

| | |
|---|------|
| SOMMAIRE..... | II |
| ABSTRACT..... | III |
| TABLE DES MATIÈRES..... | IV |
| LISTE DE FIGURES..... | VI |
| LISTE DES SIGLES..... | VII |
| REMERCIEMENTS..... | VIII |
| 1- CONTEXTE..... | 3 |
| 1.1 LA MUSIQUE HAÏTIENNE..... | 5 |
| 1.1.1 LA <i>MÉRINGUE</i> HAÏTIENNE..... | 6 |
| 1.1.2 LA TENDANCE « <i>KONPA</i> »..... | 7 |
| 1.1.3 LE MOUVEMENT « <i>RACINE</i> »..... | 9 |
| 1.1.4 RAP ET RAGAMUFFIN AUX COULEURS HAÏTIENNES..... | 10 |
| 1.1.5 <i>RARA</i> ET CARNAVAL : LES PRINCIPAUX ÉVÈNEMENTS MUSICAUX..... | 12 |
| 1.1.6 LA PRODUCTION DE DISQUES EN HAÏTI..... | 13 |
| 1.1.7 LA VENTE DE DISQUES..... | 16 |
| 1.2 LES DÉBUTS DE LA RADIO DANS LE MONDE ET EN HAÏTI..... | 17 |
| 1.2.1 ARRIVÉE DE LA RADIO EN HAÏTI..... | 18 |
| 1.2.2 LE PAYSAGE RADIOPHONIQUE HAÏTIEN..... | 22 |
| CONCLUSION..... | 24 |
| 2- L'ÉCONOMIE POLITIQUE DE LA COMMUNICATION ET LES POLITIQUES CULTURELLES..... | 25 |
| 2.1 L'ÉCONOMIE POLITIQUE DE LA COMMUNICATION..... | 26 |
| 2.1.1 PROCESSUS DE MARCHANDISATION DES MÉDIAS..... | 29 |
| 2.1.2 PROCESSUS DE SPATIALISATION..... | 31 |
| 2.2.1 LA FRANCE ET SES PREMIÈRES POLITIQUES PUBLIQUES DANS LE DOMAINE DES ARTS 36 | |
| 2.2.3 POLITIQUE DE COMMUNICATION ET L'ACTIVITÉ MUSICALE : LA JAMAÏQUE, LE NIGERIA ET LES PHILIPPINES..... | 42 |
| CONCLUSION ET QUESTION DE RECHERCHE..... | 46 |
| 3-MÉTHODOLOGIE..... | 49 |
| 3.1 ANALYSE PAR CODAGE..... | 50 |
| 3.2 OBSERVATION CHEZ UN DISQUAIRE DE PORT-AU-PRINCE..... | 54 |
| 3.3 NOS ENTREVUES SEMI-DIRIGÉES..... | 54 |
| 3.3.2 VALIDITÉS ET FIABILITÉ..... | 56 |
| 4-PRÉSENTATION ET ANALYSE DES DONNÉES DE L'OBSERVATION CHEZ UN DISQUAIRE ET DE L'ANALYSE PAR CODAGE..... | 58 |

| | |
|---|-----|
| 4.1 OBSERVATIONS CHEZ UN DISQUAIRE DE PORT-AU-PRINCE | 58 |
| 4.2 LA RADIO À PORT-AU-PRINCE : NOS OBSERVATIONS DES BANDES AM ET FM | 65 |
| 4.3 ANALYSE QUANTITATIVE DE LA PROGRAMMATION MUSICALE DE TROIS STATIONS DE PORT-AU-PRINCE | 65 |
| CONCLUSION | 69 |
| 5-ANALYSE ET INTERPRÉTATION DES ENTREVUES | 71 |
| 5.1 LA MUSIQUE HAÏTIENNE SELON LA CONCEPTION DES ACTEURS RENCONTRÉS | 71 |
| 5.2 L'ÉCOUTE DE LA MUSIQUE EN HAÏTI | 75 |
| 5.2.1 MUSIQUE ET VIE QUOTIDIENNE | 75 |
| 5.2.3 CHOIX MUSICAL DES STATIONS DE RADIO | 78 |
| 5.2.4 LA PROMOTION DE LA MUSIQUE HAÏTIENNE SUR LES ONDES | 80 |
| 5.2.5 DISCUSSION ET INTERPRÉTATION DES DONNÉES CONCERNANT LA RADIO LOCALE ET LA MUSIQUE HAÏTIENNE | 84 |
| 5.3.1 LES BESOINS DE LA RADIO ET LA PRODUCTION LOCALE..... | 91 |
| 5.3.2 L'ORGANISATION DU SECTEUR DU DISQUE..... | 93 |
| 5.3.3 DISCUSSION ET INTERPRÉTATION DES DONNÉES CONCERNANT LA PRODUCTION MUSICALE | 96 |
| 5.4 PRÉSENCE ÉTATIQUE DANS LA SPHÈRE DE LA RADIO ET LA MUSIQUE EN HAÏTI : PRÉSENTATION DES DONNÉES | 101 |
| 5.4.1 RÉGULATION DU CONTENU MUSICAL ET CULTUREL DE LA RADIO EN HAÏTI..... | 101 |
| 5.4.2 INTERVENTION PUBLIQUE DANS LE CHAMP DE LA MUSIQUE LOCALE | 107 |
| 5.5 CONCLUSION DE L'ANALYSE ET DE L'INTERPRÉTATION DES ENTREVUES | 110 |
| CONCLUSION GÉNÉRALE | 114 |
| BIBLIOGRAPHIE | 122 |
| ANNEXES | I |

LISTE DE FIGURES

| | |
|--|----|
| Figure 1 Les étagères de la musique haïtienne..... | 59 |
| Figure 2 Les nouveaux disques devant la fenêtre | 59 |
| Figure 3 Des disques du groupe Tabou Combo 39 ans d'existence | 60 |
| Figure 4 Des disques d'anciennes gloires et artistes phares des 1980 | 60 |
| Figure 5 Compilation des succès de Wébert Sicot l'un des pères fondateurs du Compas direct..... | 60 |
| Figure 6 Affiche identifiant l'étagère de la musique haïtienne..... | 61 |
| Figure 7 Étagère de la chanson francophone | 62 |
| Figure 8 L'un des espaces réservés à la musique latine..... | 62 |
| Figure 9 L'étagère de la «musique alternative»..... | 62 |
| Figure 10 Barque d'un vendeur de disques sur la rue Bonne-foi à Port-au-Prince... | 63 |
| Figure 11 Un kiosque de vente de disques sur la rue Bonne-Foi à Port-au-Prince... | 63 |
| Figure 12 Bus de transport en commun de Port-au-Prince | 75 |
| Figure 13 Habitacle d'un bus de transport en commun de Port-au-Prince | 76 |

LISTE DES SIGLES

AM : Modulation d'amplitude

BBC : British Broadcasting Corporation, réseau de radiotélévision public britannique

NCCA : Commission Nationale des Arts et de la Culture (dans les Philippines)

CONATEL : Conseil National des Télécommunications (Haïti)

CRTC : Conseil de la Radio Télécommunication Canadienne.

FM : Modulation de fréquence.

HHK : Première station de radio haïtienne.

HH2S : Une des toutes premières stations de radio privée en Haïti fondée en mai 1935.

HH3W : Une des toutes premières stations de radio privée en Haïti fondée en octobre 1935.

IFPI : La International Federation of Phonographic Industry

KDKA : Première station de radio aux États-Unis.

MBC : Chaîne musicale de Port-au-Prince des années 1980 et 1990 qui a récemment changé sa discographie au début des années 2000 pour devenir une station qui diffuse principalement du Hip hop.

NHK : Nippon Hoso Kyokai, réseau de radiotélévision public japonais.

PARI: Philippine Association of Recording Companies (dans les Philippines)

UNESCO : Organisation des Nations Unies pour la Culture, la Science et l'Éducation

REMERCIEMENTS

À mon frère Dimitri et sa femme Lyne pour leur accueil

Introduction

Après l'indépendance d'Haïti le 1^{er} janvier 1804, les dirigeants du nouvel État imposaient à la majorité la culture de l'ancienne métropole, la France (Hurbon, 1979). Ils semblaient vouloir tenter par là de juguler ou mieux de remplacer les pratiques culturelles populaires des anciens esclaves noirs. Or, ces pratiques culturelles populaires avaient constitué le catalyseur de la lutte antiesclavagiste révolutionnaire (Hurbon, 1979). Ainsi, le créole (la langue), le Vaudou (la religion) et toutes les formes d'expressions culturelles populaires qui pouvaient servir de ciment fondateur de l'identité de cette nation ont été mis de côté par les élites économiques, intellectuelles et politiques après l'indépendance.

Après 200 ans, les pratiques culturelles populaires apparaissent comme étant peu valorisées par les élites. La musique haïtienne, est l'une de ces expressions culturelles qui attire notre attention. De nombreuses raisons ont été évoquées au cours des dernières années en vue d'expliquer cette dévalorisation. Les médias, la radiodiffusion en particulier, apparaissent comme un facteur non négligeable dans les recherches d'explications.

Dans le cadre de ce travail, nous tenterons d'analyser certaines dimensions de la place accordée à la musique haïtienne sur les radiophoniques haïtiennes. Notre démarche consiste à identifier les éléments qui permettent de comprendre le développement de la musique comme secteur d'activités culturelles. Nous avons d'abord voulu aussi explorer avec des acteurs concernés du monde de la radio la place occupée par la production musicale haïtienne dans les grilles de programmation. Il nous est également apparu pertinent de nous focaliser aussi sur le secteur de la production de disques en Haïti afin de faire un diagnostic plus complet.

Il s'agira précisément pour nous d'expliquer certains facteurs qui entrent en jeu lorsque les responsables des stations de radio haïtienne conçoivent leur programmation musicale. Nous allons, de ce fait, aborder la présence de la musique haïtienne dans la radio locale comme une réalité concrète dont nous cherchons les causes selon une approche inspirée du déterminisme, en faisant appel à un outil de l'approche subjectiviste (l'entrevue semi-dirigée), vu que ce sont les facteurs

évoqués par les acteurs concernés qui seront considérés (Morgan et Smircich, 1980). Nous commencerons le travail avec un portrait de la situation socioculturelle dans lequel les médias évoluent en Haïti. Ensuite, nous ferons une description du monde de la musique haïtienne avec ses genres, ses caractéristiques et sa production. Il sera par la suite question d'un historique de la radio dans le monde et en Haïti pour compléter ce contexte. Nous aborderons ensuite les considérations d'ordre théorique sur pareil phénomène. Nous profiterons aussi de ce chapitre pour énoncer les principales interrogations qui vont guider cette recherche à partir, bien entendu, de la perspective théorique adoptée. Il sera après question de préciser les outils méthodologies mis en œuvre pour réaliser cette recherche. Ensuite, nous présenterons les résultats relatifs aux divers outils de collecte de données utilisées avant de parvenir à nos conclusions.

1- Contexte

L'histoire d'Haïti est marquée par la présence de mesures dans la législation qui consacrent la mise à l'écart des expressions populaires de la culture haïtienne. À titre d'exemple, le Code rural du Président François Duvalier (1957-1971) faisait obligation aux gaguères (arènes de combats de coqs) de se cantonner dans les milieux ruraux (Duvalier, 1962). La langue haïtienne, le créole, était elle aussi reléguée à l'arrière-plan. Le français apparaît à première vue en situation dominante dans les des institutions publiques et privées (Tribunal, Église, École, Administration, presse, radio, journal, télévision) mais aussi dans le secteur économique (Bebel-Gisler et Hurbon, 1975). D'autres affirment que ce seraient toutes les expressions culturelles de la majorité des Haïtiens qui vivraient cette mise à l'écart dans la haute sphère de la société haïtienne. L'historien Jean Fouchard (1973) nous dit à propos des danses pratiquées dans la bourgeoisie haïtienne entre le 19^e et le début du 20^e siècle que :

« On était d'accord que le créole était notre langue populaire. On était d'accord que la méringue était notre danse nationale. Mais personne ne voulut que le créole et la méringue fussent maîtres des salons bourgeois.

Le bon ton, les convenances de nos élites polies et raffinées s'y opposaient. » (p. 142-143)

Il nous précise que la danse nationale était bien présente dans les festivités organisées dans les hautes sphères de la société, mais qu'elle était « ... bousculée par les valse et les quadrilles... » (Fouchard, 1973, p. 150). Cette adoption de la valse par les bourgeois se produisit un peu partout. Cependant, avec le 20^e d'autres danses d'origine latine vinrent occuper les premiers rangs dans les festivités de la haute société haïtienne. À partir des années 1920, Fouchard (1973) nous dit que l'arrivée du gramophone et du disque amena la musique cubaine et le *Jazz* vers une présence constante dans les dancings et les salons et relégua ainsi la *Méringue* aux oubliettes.

Dans ses analyses sur les problématiques liées à la culture haïtienne, Jean Casimir (2001) précise que depuis la naissance de la nation haïtienne, dans les médias et les institutions comme l'Église et l'École, les expressions culturelles de la

majorité des Haïtiens n'existent tout simplement pas. Ce voile sur les expressions culturelles populaires dans les médias serait un moyen pour les élites d'exclure la majorité de la vie économique et culturelle du pays. À cause de cette exclusion, Haïti est divisé en deux pays (Barthélemy, 1990). Un premier que l'on retrouve dans le monde urbain où vivent les élites économiques et intellectuelles (formant une minorité francophone et chrétienne) et un autre pays composé de la majorité qui parle créole, vénère des esprits vaudous¹, mais qui vit dans une abjecte misère à la campagne (Barthélemy, 1990 ; Augustin, 1999 ; Antoine, 2004). Cette majorité d'Haïtiens forme ce que l'ethnologue Gérard Barthélemy (1990) appelle « le pays en dehors » comme on le dit couramment en Haïti.

Le chercheur Laennec Hurbon définit le versant culturel de cette forme d'exclusion comme une « violence culturelle », c'est-à-dire l'imposition à un groupe de «... modèles-valeurs-pratiques d'une autre culture considérée comme supérieure.» (Hurbon, 1979, p. 49). Il nous dit aussi que la violence culturelle peut exister sous une forme subtile, c'est-à-dire que l'on fait en sorte que les formes culturelles populaires soient bien présentes dans les institutions comme les médias et l'École entre autres, tout en les maintenant dans une zone d'ombre, alors que les valeurs culturelles légitimées (d'origines étrangères) occupent l'avant-scène.

Au niveau de la radio, cette forme d'exclusion subtile peut être documentée dans une certaine mesure. En effet, des travaux ont démontré que, dans les stations de radio privées et dans la radio publique, la culture et la musique haïtienne n'occupent pas les premiers rangs. Dans un décompte du temps d'antenne consacré aux émissions musicales dans la grille de programmes imprimée sur papier, Théodore Fayette (1984) avait montré que quatre des plus importantes stations de la capitale ne consacraient que 33 % des heures de diffusion de leur programmation musicale à la musique haïtienne, alors que 41 % était réservé à la musique étrangère et que 26 % était réservé à la musique variée (la musique du monde y inclut Haïti). Il considérait que cette part de programmation réservée exclusivement à la musique haïtienne était insuffisante, vu que ces stations ont l'obligation logique, selon lui, de

¹ L'adjectif « vaudou » porte la marque du pluriel avec (s) selon le dictionnaire Larousse Compact édité en 2008.

faire la promotion des artistes locaux en leur donnant la priorité. Dans une autre analyse de contenu de la grille de programmation imprimée sur papier de la Radio Nationale d'Haïti, nous avons constaté que la seule station de radio publique d'Haïti ne consacrait que sept émissions culturelles à la production artistique haïtienne soit 12,7% d'une programmation culturelle qui compte 55 émissions (Richemond, 2003). Sur les 187 heures 10 minutes de cette programmation culturelle la station publique ne consacrait que 16,5% (soit 31 heures) aux émissions culturelles dédiées à l'art haïtien, ceci pour remplir sa mission de « Sauvegarder et de promouvoir les valeurs culturelles d'Haïti à travers les contes et les légendes, la musique et le théâtre... » conformément à sa loi organique publiée dans le *Le Moniteur* 2 juin 1977. Dans cette recherche, une émission culturelle était définie comme une émission consacrée à « ... la diffusion de messages tirés du patrimoine intellectuel ou artistique » (Jean-Bernard, 1979, p.73). Ainsi, notre principal objectif dans le cadre de cette recherche sera de pousser plus avant cette problématique afin d'expliquer la position occupée par la musique haïtienne sur les stations locales.

Après avoir introduit notre objet d'étude, dans la section qui suit nous allons faire une brève présentation de la musique haïtienne. Ensuite, nous ferons un historique de la radio dans le monde et en Haïti.

1.1 La musique haïtienne

En Haïti, nous ne pouvons pas parler de musique sans mentionner l'instrument appelé tambour. En effet, le tambour fonde la musique haïtienne. Cet instrument de musique à percussion est venu de l'Afrique avec les Noirs et une multitude de rythmes et de danses connus à l'époque des ethnies africaines qui commencent à être déportées vers l'île de la Caraïbe nommée Hispaniola par les colons espagnols, à partir du 16^e siècle.

Ainsi, ces rythmes sont devenus des éléments importants du Vaudou, la religion populaire. La religion vaudou se constitue de diverses cérémonies rituelles (danses, chants, etc.) faites pour honorer des esprits que les pratiquants appellent « lwa » (loa), « mistè » (mystère) ou bien « zanj » (ange), dans le but de leur adresser des demandes, être protégé, etc. (Augé et Hurbon, 1984 ; Saint-Gérard,

1984). Dans ce contexte les figures rythmiques qui composent le fond musical des cérémonies sont associées à des danses spécifiques qui font partie de rites dédiés spécifiquement à des esprits. Nous pouvons classer ces rythmes selon trois rites ou catégories : les rites Rada, Petro et Congo. Cette classification est proposée par Michel L. Honorat (1955) dans son travail sur les danses haïtiennes. Selon les estimations de Magda Jean-Marc (1999) 124 rythmes résonnent en Haïti. Pour Vogeli Constant (1980), ceux-ci viennent de rythmes basiques de la musique sacrée du Vaudou qui sont : les Ibos, Petro, Nago, les Congos profanes, le *Yanvalou*, le *Mahi*, et le *Djouba*. La polyrythmie est engendrée par une superposition de plusieurs cellules rythmiques (Constant, 1980).

1.1.1 La *Méringue* haïtienne

À côté de la musique sacrée, tous les auteurs consultés font aussi mention des danses profanes dont fait partie la danse appelée *Méringue*. Cette danse utilise comme support des rythmes comme le Petro, le Banda, le Congo, le Ibo, etc. ; c'est-à-dire des rythmes trouvant leurs sources dans le Vaudou, plus précisément dans le culte dahoméen (Constant, 1980). La *Méringue* est aussi une musique avec une mesure de 2/4 (Paul, 1962). Pour Constantin Dumervé (1968), la *Méringue* est un mélange de trois éléments : une inspiration rythmique africaine, une exubérance espagnole et une élégance française prenant héritage dans la cadence langoureuse coloniale.

La *Méringue* est le fruit d'une assimilation. Le concept d'assimilation renvoie à l'adoption et la fusion d'une culture traditionnelle à des éléments empruntés à une autre culture, avec pour résultat l'obtention d'un tout cohérent gardant les caractéristiques essentielles de la culture traditionnelle, selon Panoff et Perrin (1973). C'est un aspect de l'acculturation qui résulte de contacts directs prolongés entre deux cultures différentes et la modification d'une de ces cultures ou bien de ces deux cultures en présence (Panoff et Perrin, 1973). En définitive, nous pouvons simplement dire que la *Méringue* haïtienne est le fruit du contact entre plusieurs cultures et variétés de formes musicales.

Le musicien/compositeur Raoul Guillaume distingue, la *Méringue* de salon/instrumentale, la *Méringue gaie* et la *Méringue carnavalesque* (Richemond, 2003). Aujourd'hui, cette typologie ne tient plus. La *Méringue* a disparu des salons. Par contre, la forme carnavalesque de celle-ci est encore présente dans les « bandes à pieds » que nous verrons plus loin dans ce chapitre.

Cette disparition, selon Guillaume, est due à une rupture entre les générations (père et fils) qui s'est opérée sous le règne des Duvalier à la présidence d'Haïti entre les années 1957 et 1986 (Richemond, 2003). Selon Jean Fouchard (1973), la *Méringue* a connu ses heures de gloire, lors de l'exposition internationale célébrant le bicentenaire de la capitale Port-au-Prince dans les années 1940. À partir des années 1950, la *Méringue* va laisser sa place à une autre musique, le *Compas direct* ou *Konpa*.

1.1.2 La tendance « konpa »

C'est à partir de 1955 que va commencer l'emprise du *Compas direct* sur le public haïtien. Les dates retenues pour la création de cette musique sont les 25 et 26 juillet 1955 (Boncy, 1987). Cette création est généralement attribuée à Nemours Jean-Baptiste, selon l'ethnologue Sylvio Jean-Pierre (Richemond, 2003). Selon un texte de Ralph Boncy (1987) qui évoque Léon Volcy, manager de Nemours Jean-Baptiste, l'ancêtre du *Compas direct* serait la chanson *Tioule* numéro 3, enregistrée en 1955 par l'Ensemble aux Calbasse.

La formule rythmique du *Compas direct*, selon Boncy (1987), est un 4/4 arrondi par un jeu de basse binaire une deux. Par contre, l'ethnologue Sylvio Jean-Pierre, croit lui que la mesure utilisée est tout simplement à deux temps (Richemond, 2003). Boncy (1987) a poussé plus loin sa description afin d'explicitier le jeu de chaque élément qui compose la structure rythmique du *Compas direct*. Il nous parle du gong, le métronome comme on l'appelle, qui consiste à faire résonner une cloche à vache avec une baguette avant de taper sur une caisse Tom au troisième temps.

Ensuite, il nous parle du jeu du tambour qu'il nous décrit comme immuable, répétant la même figure rythmique au cours du morceau ou de la

chanson. Le jeu de batterie se caractérise par une accentuation sur les cymbales et des roulements occasionnels sur les caisses claires.

Pour Jean Fouchard (1973), le Compas direct représente une tentative téméraire de modernisation de la danse nationale la *Méringue*. Fouchard représente l'un des rares chercheurs et historiens du folklore haïtien qui mentionne l'existence du Compas, même s'il le fait dans un sens péjoratif. Cette attitude envers le Compas peut être due au fait qu'il fut largement sous-estimé, comme nous dit Boncy, à cause de sa démarcation du folklore traditionnel et pour son champ d'action qui est les kermesses, les bals et les casinos (Boncy, 1987).

Sylvio Jean-Pierre pense lui que le Compas direct vient bien du folklore musical haïtien (Richmond, 2003). Pour lui, le Compas est issu d'un rythme Ibo modifié par des formes harmoniques venues de la République Dominicaine (Richmond, 2003). Le musicien Raoul Guillaume pense aussi qu'une partie de cette musique viendrait de la république voisine (Richmond, 2003). Cependant, il pense que le jeu sur les cymbales et l'utilisation du gong sont des éléments qui rapprochent le Compas des traditions musicales haïtiennes. Pour Geneviève Lefebvre, dans son mémoire de maîtrise (1989), le Compas est une modernisation de la « *Méringue* ». Il simplifie la figure rythmique de la *Méringue* et s'est enrichi d'apports extérieurs. Selon elle, il ne faut pas comparer la *Méringue* au *Compas* comme plusieurs ethnologues ont fait dans le passé, mais plutôt le voir « sur base synchronique comme quelque chose d'indépendant » (Lefebvre, 1989, p. 33).

Malgré ce jugement, des ethnologues et historiens de la musique, le Compas est la plus productive des tendances qui ont existé en Haïti jusqu'à présent. Certains labels haïtiens, comme Mini Records de Fred Paul possédaient un catalogue de 150 albums (Boncy, 1987). Cette musique a obligé certains musiciens (attachés pourtant à la *Méringue*) à donner littéralement un nom à leur musique, qui évoque la création musicale de Nemours Jean-Baptiste.

C'est ce qui s'est produit avec la musique de Gesner Henry qu'il a fini par appeler *Konpa Manba* (le *Konpa* au beurre d'arachide). Cinquante ans plus tard, le *Konpa* est associé littéralement à ces figures rythmiques différentes de la création de Nemours Jean-Baptiste. Au cours des dix dernières années, le jeu de la guitare basse

semble s'être enrichi en devenant plus mélodique que rythmique. Sous l'influence de formes musicales américaines (comme le Funk et le Jazz entre autres) les bassistes du *Konpa* du début des années 2000 tendent à mettre le « un deux » traditionnel aux oubliettes.

Le Compas est tout simplement devenu à lui seul à la fin du 20^e siècle la musique populaire haïtienne. Il est très aimé dans les Antilles françaises et est connu en Amérique latine, au Panama entre autres, nous dit Boncy (1987). Durant les dernières années, de très jeunes formations musicales comme *Carimi* font des tournées en Europe, à l'image d'un groupe plus ancien comme *Tabou Combo*. Une part primordiale de marché de la musique haïtienne se trouve en Amérique du Nord, dans les villes de Miami, de New York, de Montréal où se concentrent les plus grandes communautés d'expatriés haïtiens. Les principaux groupes ténors de cette tendance se retrouvent dans ces villes.

1.1.3 Le mouvement « racine »

Après plus d'un quart de siècle de domination du Compas direct, au carnaval et autres scènes musicales (concerts, bals et Kermesses), entre 1986 et 1988 une autre tendance musicale allait faire son entrée sur la scène musicale haïtienne : la musique racine (Jean-Marc, 1999). Selon Magda Jean-Marc (1999), cette tendance prend sa source directement dans le folklore musical haïtien. Pour les ténors des groupes (comme Boukman Eksperyans, Boukan, Marasa, Sambayo, etc.), la musique Racine est le fruit de recherches. Ils ont opté pour l'appellation « Racine » au lieu de celle de « Vaudou », qui relate l'ensemble des savoirs du peuple haïtien, pour mieux s'écarter du piège dans lequel étaient tombées les générations antérieures. Cette dénomination a été aussi adoptée pour démontrer à la face du monde qu'ils ont une identité (Jean-Marc, 1999). Après plus d'un quart de siècle de domination du Compas direct, au carnaval et autres scènes musicales (concerts, bals et Kermesses), entre 1986 et 1988 une autre tendance musicale allait faire son entrée sur la scène musicale haïtienne : la musique racine (Jean-Marc, 1999). Selon Magda Jean-Marc (1999), cette tendance prend sa source directement dans le folklore musical haïtien.

Concernant les spécificités de cette musique, Jean-Marc (1999) nous dit que c'est de la musique vaudou accompagnée qui évoque la situation sociopolitique du pays dans ses textes, avec des instruments et des sons dits modernes comme le Jazz, le Rock, etc. La musique racine utilise le tambour pour marquer le temps afin de faire un travail rythmique et de produire une harmonie dans une symbiose. De ce fait, la musique racine a la possibilité d'utiliser une multiplicité de rythmes venant du patrimoine musical haïtien.

C'est avant tout un genre qui se veut « engagé », porteur de messages pour dénoncer la misère du peuple, la mise à l'écart de sa religion et de sa langue. Certains groupes ont même pris position directement dans les débats politiques en s'associant à des chefs d'État haïtien entre les années 1990 et 2000, en les défendant entre autres, contre des adversaires au Parlement. D'autres ont produit durant cette période des diatribes pour dénoncer la faiblesse et la corruption des gouvernants.

Néanmoins, cette musique n'est présente sur la scène musicale haïtienne qu'au cours des festivités carnavalesques où les groupes font des prestations remarquables chaque année. Par contre, elle semble avoir plus d'emprise sur des mélomanes étrangers que les autres tendances de la musique haïtienne, comme en témoignent les nombreuses tournées que font les groupes ténors du mouvement (Boukman Eksperyans, Boukan Ginen) à travers le monde.

1.1.4 Rap et Ragamuffin aux couleurs haïtiennes

Cette tendance est la plus jeune des expressions musicales pratiquées en Haïti. Pour ne pas tomber dans le piège, que les ethnologues n'auraient pu éviter en niant l'existence du Compas direct dans les années 1960, nous avons cru pertinent de laisser un espace à cette forme d'expression dans cette description de la musique haïtienne. Les propos qui sont présentés ici ne sont pas détaillés comme dans le cas de nos premières descriptions. Celles-ci nous viennent d'une rencontre avec un artisan du mouvement Rap haïtien.

Pour nous parler de cette tendance à deux têtes, nous avons fait appel à l'artiste Marinio Jeune dit « Atlas » du groupe *Amò* qui se trouvait être aussi un étudiant à l'École Nationale des Arts à Port-au-Prince (Richemond, 2003). Selon lui,

nous pouvons dire qu'une musique est du Rap ou non, à partir des paroles de cette musique et à la manière dont elles sont exprimées. Il fait la différence entre faire du Rap et chanter. Faire du Rap consiste à dire des mots, à sectionner et chercher une harmonie entre eux dans la manière de les exprimer (les intonations). Selon lui, l'harmonie dans une chanson rap ne se trouve pas dans le rapport entre la voix de l'artiste et de la mélodie qui accompagne son interprétation. En effet, il s'agit tout simplement de réciter un poème et faire sortir le ton et les émotions. Ainsi selon lui, il est possible de faire du Rap sur n'importe quel rythme musical et même sans musique de fond, car le Rap c'est avant tout le ton. Il pense aussi que l'artiste populaire de la tendance *konpa* Gesner Henry « *Coupé Cloué* », qui ponctuait souvent ses chansons d'histoires sexuelles insolites, faisait du Rap à sa manière. Cependant, ce qui selon lui, a contribué à faire connaître réellement le Rap des jeunes haïtiens c'est la mondialisation. Pour Raoul Guillaume, le Rap appartient à tous les pays de la planète (Richemond, 2003). L'ethnomusicologue Sylvio Jean-Pierre pour sa part précise que le Rap est une musique africaine récupérée par les noirs américains (Richemond, 2003).

Selon Marinio Jeune, le Ragamuffin représente une autre forme qui vient de la Jamaïque. Faire le Ragamuffin, pour lui, c'est chanter sans se soucier de l'esthétique de la voix. L'accent est mis sur le ton, l'expression des mots et le son. Toutefois, le chanteur recherche une harmonie avec la musique d'accompagnement. La différence entre le Rap et le Raga se trouve dans le traitement que l'artiste donne à la mélodie. Dans le cas du Rap, la mélodie est entièrement secondaire. L'emphase est mise sur l'expression des mots, alors que dans le Ragamuffin le point d'or c'est la voix et une harmonie avec la mélodie.

Abordant la question de la non utilisation de supports rythmiques musicaux locaux (traditionnels) par les artistes du mouvement Rap haïtien, Marinio Jeune croit que cela est dû au fait que ceux-ci veulent faire une musique à l'image de l'Occident. Il pense fermement que c'est au contraire en montrant leur identité que les « rappers » haïtiens auront l'attention de l'étranger.

Jeune croit aussi que le mouvement Rap est là pour durer. Car selon lui, Haïti aura son propre Rap en créole et bien haïtien. Au niveau mondial, si le Rap

arrivait à disparaître, ce serait, à cause de ses tendances révolutionnaires, parce qu'il pense que personne ne veut faire de révolutions actuellement dans le monde.

De nos jours, cette tendance occupe une grande place au carnaval. Pour l'année 2001 par exemple, les groupes de Rap et de Ragamuffin ont été majoritaires dans la liste de formation musicale ayant présenté une chanson pour le *Mardi gras* dans *Le Nouvelliste* du 27 février 2001.

1.1.5 Rara et Carnaval : les principaux événements musicaux

Dans notre description de la musique haïtienne, nous ne pouvons omettre de parler des deux principaux événements à caractère musical qui dominent la vie culturelle en Haïti. Le premier auquel nous faisons référence est le Carnaval. Il s'étend principalement sur trois jours au cours du mois de février ou de mars, mais débute dans les faits autour début de l'année, après le 6 janvier la « Fête des Rois » (Paul, 1962). Au cours de cette période d'exercices pré-carnavalesques des défilés et des prestations de groupe musical à pied les « bande à pieds » mènent l'animation (Paul, 1962). Depuis quelques années, des disques jockeys montés sur des camions mettent aussi de l'ambiance avant la période officielle des festivités. Les trois jours officiels se caractérisent, par un défilé de masques et de groupes musicaux de toute tendance, montés sur des chars ou de bandes à pieds pour l'animation musicale.

Parallèlement au Carnaval, il existe un moment culturel très important dans le calendrier des pratiquants du Vaudou et des habitants du monde rural haïtien. La période *Rara*, selon Paul, commence tout de suite après la période carnavalesque, c'est-à-dire le *Mercredi des Cendres* dans le calendrier liturgique de la religion catholique romaine, et prend fin le lundi après le dimanche de la Pâque. Nous pouvons dire cependant, que le *Rara* commence progressivement à être accepté par les populations des villes et même à se déposséder de son caractère sacré et périodique. Aussi nous ne pouvons pas affirmer que le *Rara* soit un carnaval rural. Pour différencier le *Rara* du Carnaval, Paul (1962) nous dit que le dernier est un phénomène de groupe alors que le premier est un phénomène individuel. Cependant, les bandes à pied du Carnaval et les bandes de la période *Rara* ont le même style d'organisation, (Paul, 1962). Une différence peut être observée dans les instruments

que les deux groupes utilisent. Les bandes à pied du Carnaval se composent d'instruments à vent (comme la trompette, le trombone, le saxophone, etc.) et surtout du tambour. La bande à pied, dans le cas du *Rara*, est composée généralement de tambours, de vaccins (instrument à vent fabriqué en fer blanc) et du jongleur de jonc (dénommé major jonc) armé de son instrument (Honorat, 1955).

Cette typologie a tendance à varier aujourd'hui avec les bandes qui évoluent à Port-au-Prince, comme le groupe *Raram*, très apprécié des jeunes lors de spectacles. Les vaccins et les tambours y sont présents, mais une ou plusieurs caisses claires (instrument à percussion étranger retrouvé dans les fanfares) sont ajoutées. Certains groupes *rara* ont de nos jours aussi des cuivres (trompettes, trombones, tuba, etc.). Depuis plusieurs années la période *rara* commence à retenir l'attention du pouvoir public. Selon l'agence de presse sur internet, *Haïti Presse Network*, une enveloppe de cinq millions de gourdes a été allouée pour l'organisation de festivités *rara* dans différentes villes au cours de l'année 2007. Cette information nous dit l'agence vient du sénateur Rudy Hériveaux (Anonyme, 2007). Toutefois, le Carnaval bénéficie d'un cachet beaucoup plus spécial. Pour la même année 2007, l'État a financé les festivités carnavalesques nationales des villes de Jacmel et de Port-au-Prince principalement avec la somme de 80 millions de gourdes (Colbert et Olivier, 2007). Cela peut confirmer l'idée que le Carnaval représente le principal espace d'intervention publique dans le domaine de la musique en Haïti. Lors de la période carnavalesque, les médias diffusent en grande partie des chansons enregistrées pour le carnaval. Cependant, les chansons à caractère *rara* n'ont pas encore cette diffusion intense lors de la période qui lui est consacrée traditionnellement.

1.1.6 La production de disques en Haïti

À l'image d'autres pays du globe, la production de disques en Haïti est passée du support vinyle au disque laser essentiellement au cours des années 1990. La mise en marché d'un disque suit un processus en trois étapes : la production, la promotion et la distribution. La production comprend tout d'abord l'enregistrement et le mixage. Pour cela l'artiste dispose de fonds afin de payer les heures de travail

selon le tarif du studio d'enregistrement. Au bout de ce travail en studio, le produit fini est soumis à un producteur qui contacte une manufacture pour graver les chansons sur des disques compacts. Au préalable, une pochette est conçue par des graphistes pour recevoir chaque exemplaire du disque compact qui sortira de la manufacture. Ensuite, vient la distribution aux disquaires. C'est aussi à ce moment que les producteurs donnent aux stations des exemplaires du disque pour la promotion de l'album sur les ondes radiophoniques (Vogel, 1990).

Selon Bernier Sylvain, un producteur de spectacles et un animateur de musique populaire haïtienne que nous avons rencontré dans le cadre d'une enquête préliminaire sur l'industrie du disque haïtien, le coût de la production d'un album dans le marché haïtien varie selon l'exigence de l'artiste entre 10.000 et 50.000 dollars. Ce coût dépend aussi de la popularité du groupe ou bien des possibilités de vente de l'album. Sylvain affirme aussi qu'un des facteurs essentiels qui l'influence avant tout est l'enregistrement ou le nombre d'heures de travail passé en studio. Il ajoute que les producteurs ne prennent pas généralement en charge le travail en studio. Ainsi, les artistes évaluent aussi le coût de leur album en fonction des frais d'enregistrement consenti lors de la vente à un producteur. Contrairement à ce qui se fait aux États-Unis, le producteur ne prend pas en charge totalement l'artiste à la signature du contrat. Il s'occupe seulement de faire graver des disques, de la distribution et de la promotion de l'album avec les chansons enregistrées qu'il acheté. De nos jours, la production de base pour la mise en marché d'un album, selon Sylvain, est de 10.000 exemplaires. Selon la progression de la vente des premiers exemplaires, le producteur renouvelle son stock à volonté.

La promotion de l'album commence généralement avec la diffusion à la radio d'une chanson qui fera partie du disque (comme « démo »). À la sortie de l'album, le producteur et le groupe (ou l'artiste) produit peuvent avoir deux stratégies de promotion concomitantes. Dans les médias, il existe une méthode de promotion usitée que Sylvain désigne sous le vocable « échange de service ». Cela consiste en une entente entre l'animateur de certaines émissions musicales (ou des directeurs de station) et les dirigeants des groupes, afin d'assurer une rotation régulière de l'album sur les ondes et offrir en échange l'organisation d'une ou

plusieurs prestations ou de soirées dansantes. Généralement, le producteur de son côté fait appel à des outils comme des affiches « posters », t-shirt, etc. Au niveau de l'audiovisuel, certains financent le tournage de vidéoclips.

Sylvain précise plus loin que le profit réel dont le musicien haïtien tire de la production de l'album se trouve dans les soirées dansantes et autres prestations en Haïti, en Amérique du Nord, aux Antilles françaises, en France et en Afrique où se trouvent aujourd'hui les espaces couverts par le marché musical haïtien. Pour ce faire, les groupes, par l'intermédiaire de leur manager, définissent un réseau de « promoteurs » afin de leur assurer des prestations ainsi que des tournées dans les différents lieux couverts par l'album.

Le producteur, de son côté, va définir un réseau de distribution pour la vente et la diffusion de l'album. Certains producteurs choisissent de traiter avec un seul disquaire qui, par la même occasion, devient leur distributeur, alors que d'autres vont établir des accords avec chaque disquaire séparément. En plus de mettre les albums chez les disquaires de son choix, le producteur dans le contexte haïtien sélectionne des stations de radio qui offrent dans leur programmation un espace considérable à la musique haïtienne, afin de faire la promotion de leur produit. Selon Sylvain, cette distribution promotionnelle d'albums aux médias n'en est pas une réellement.

En effet, après l'acquisition de l'album par les stations, les chansons ne font pas l'objet de suivis. La cote des chansons auprès de l'auditoire des stations n'est pas supervisée et des campagnes promotionnelles pour les titres susceptibles d'avoir l'attention du public ne sont pas entreprises.

Selon Sylvain, c'est l'engouement du marché qui détermine le nombre de sorties de nouveaux albums. Les groupes ne produisent pas des albums de façon régulière. Ils s'empressent ou non de produire quelque chose de neuf selon l'accueil et l'appréciation que manifeste le public envers l'album sorti auparavant, lors de prestations et des émissions radiophoniques.

Pour la question de production par tendance, Sylvain croit que la production de disques pour la musique *rasin* (racine) devrait approcher sa mise en marché d'une autre façon pour augmenter ses productions et ses ventes. Selon lui, si

tous les Haïtiens sont « vodouisants », des stratégies de promotion devraient être mises en place pour atteindre ce public-là, à partir de l'angle religieux, et non sur l'aspect politique ou revendicatif que montrent généralement les textes.

Cependant, est-ce que tous les pratiquants du vaudou consentiront à acheter un disque et un lecteur de disques compacts, alors que dans leurs cérémonies, ce sont d'abord les tambours qui les mettent en transe, et ceci, sans ajout d'instruments amplifiés (comme la guitare à distorsion et le synthétiseur) ?

1.1.7 La vente de disques

Si certains albums de nos jours sont tirés à 50.000 exemplaires, la plus grande vente ne peut toutefois se faire en Haïti où un disque compact coûte 400 gourdes (en monnaie haïtienne) soit environ 10 dollars américains. En Haïti, les faibles revenus de la population, le chômage qu'elle subit et aussi le fait que les frais de douane élevés sont autant de facteurs qui concourent à rendre l'achat d'un disque compact inaccessible à toutes les bourses. Toutefois, depuis plus de sept ans, un des principaux quotidiens du pays, avec le support d'annonceurs, organise une foire chaque année. Lors de cette activité, les albums sont vendus à des prix inférieurs à ceux qu'affichent ordinairement les disquaires sur leurs étagères. Sylvain nous dit que cette activité permet aux consommateurs d'acquérir des produits et de participer à des spectacles. Toutefois, il pense que cette activité est peu exploitée, selon lui, les organisateurs devraient inviter des médias étrangers. L'activité serait dans ce sens une occasion pour donner une visibilité internationale à la musique haïtienne et susciter ainsi l'intérêt de producteurs internationaux.

En résumé, nous pouvons affirmer que la musique haïtienne présente une diversité de formes. Celle-ci prend son origine dans la richesse rythmique qu'a hérité le pays des ancêtres africains venus sur cette terre pour y être esclave. Cette culture musicale est donc très marquée par la présence du tambour. Une des premières formes rythmiques à porter le nom de danse nationale a été la *Méringue*, qui, dans les années 50, laisse sa place au *Konpa*.

Les années 80 et 90 vont amener un retour vers la musique polyrythmique de la *Méringue*, avec des emprunts musicaux nord-américains ainsi qu'un nom évocateur « *Rasin* ». Des jeunes musiciens qui s'adonnent à d'autres formes d'expression comme le Rap et le Ragamuffin sont aussi très appréciés du public.

Avant tout, le musicien haïtien ne vit pas de la vente de disques, mais plutôt des prestations (spectacles et soirées dansantes) organisées avec ses réseaux de promoteurs. Ainsi, la production d'un disque pour un groupe musical est d'abord une stratégie de promotion qui sera vendue à un producteur. Et le groupe ne bénéficiera réellement du disque que si celui-ci lui permet d'obtenir des contrats pour des prestations.

1.2 Les débuts de la radio dans le monde et en Haïti

La radiodiffusion est un ensemble de procédés et de techniques permettant la transmission instantanée plus ou moins loin de sons tels qu'ils soient, après l'analyse, le codage et la transformation des ondes. Techniquement, c'est la diffusion par voie hertzienne de sons, en analogique ou en numérique. Guglielmo Marconi est l'un des pères de la Télégraphie Sans Fil, l'ancêtre de la radiodiffusion sonore. Il réalise en 1894 et en 1895 des expériences sur l'échange de signaux hertziens. Aux États-Unis, le Canadien Reginald Fessenden va pousser plus loin les expériences de Marconi en réalisant les premières transmissions de musiques et de voix sur haute fréquence en 1904, (Babaian, 1992).

Une des premières émissions radiophoniques fut réalisée le 2 novembre 1920 avec le reportage de la KDKA de la Westinghouse Electric and Manufacturing Company de Pittsburgh aux États-Unis, sur l'élection présidentielle de Warren G. Harding (Albert et Tudesq, 1981). Aux États-Unis, les premières stations seront des propriétés privées. Les premières lois de 1912 et de 1927 vont consacrer la radiodiffusion comme bien public (Sloan, Statt, et Stovall, 1993). Cela ne va pas empêcher le remplacement progressif des stations à vocation éducative par des stations commerciales au cours des années 1930.

Dé l'autre côté de l'Atlantique, le gouvernement britannique décide de nationaliser le premier poste britannique sous l'appellation de British Broadcasting

Corporation, quelques années après la mise en place de la première station aux États-Unis. Il fallait que le gouvernement prenne possession de cette technologie aux potentiels infinis jusqu'alors sous contrôle privé. Ainsi, le 31 décembre 1926 la BBC est inaugurée avec pour mission : d'éduquer, de distraire et d'informer ; tels que définis par la Charte Royale (Tracey, 1998).

La radiodiffusion un peu partout, en France (Cazenave et Ulmann-Mauriat, 1994) et au Japon (NHK, 1967) entre autres, ont suivi la même trajectoire. Dans ces pays l'État a pris tout de suite des mesures pour assurer un contrôle public sur les postes émetteurs radiophoniques, mais aussi pour créer des stations publiques afin de favoriser un accès national à la radio et jouir de ses potentiels éducatifs et informationnels.

Dans les Caraïbes les premières stations ont une histoire variée en lien étroit avec le contexte sociopolitique et économique de chaque pays (Lent, 1990). En République Dominicaine, les premiers postes appartiennent à la famille du président Trujillo qui régna de main de maître de 1930 à 1960, alors que dans le Honduras britannique (Belize) la première station était à l'initiative de la métropole, la Grande-Bretagne. Cette station a été progressivement confiée à une administration indigène. En 1981, les Britanniques financent partiellement la mise en place d'un studio FM après la proclamation de l'indépendance. À Cuba, dans les années 1930, les premières stations sont des filiales américaines, qui toutefois vont aider à populariser la musique locale et les feuilletons radiophoniques cubains dans le reste de l'Amérique latine.

1.2.1 Arrivée de la radio en Haïti

Le 28 juillet 1915, les Marines débarquent en Haïti avec la mission officielle de freiner l'anarchie qui régnait selon le gouvernement américain, suite au lynchage du président Guillaume Sam. L'occupant avait pour objectif de réformer les mœurs en s'attaquant à la mentalité de l'élite haïtienne et celui d'imposer une éthique du travail, d'élever le niveau de la classe moyenne en la faisant jouir du pouvoir et du prestige, et enfin construire un autre système scolaire qui enseigne les valeurs américaines (Hartt, 1993). Dix ans après le débarquement le Docteur

Freeman, responsable de l'éducation et du développement agricole avait senti le besoin de mettre en place un instrument de persuasion de masse capable d'atteindre l'oreille des élites et des paysans, afin de traverser les « leaderships récalcitrants » (Hart, 1993, p. 2) et de là, aboutir à une unité nationale.

C'est dans ce contexte qu'a été introduite la radiodiffusion en Haïti sous le modèle de service public. En effet, le premier poste émetteur haïtien fut la HHK (Fouchard, 1973). Il était logé dans le Palais des ministères et fut inauguré le 22 octobre 1926 par le gouvernement de Louis Borno. Cependant, la décision d'établir la station était bien américaine, principalement sur l'approbation du Général John H. Russell, Haut Commissaire Américain pour Haïti, en consultation avec le Docteur William W. Cumberland, Contrôleur général des finances haïtiennes et le Docteur Georges Fouche Freeman, Directeur des services techniques (agriculture, commerce, école, instruction rurale). Apparemment, selon David Hart (1993), cette décision a été prise sans trop de discussions avec les leaders politiques ni avec la presse. La station coûta 40.000² dollars à l'État haïtien et son émetteur fut monté par la Western Electric. Les premiers tests eurent lieu en juillet 1926. La fréquence de la station fut d'abord le 830 kilohertz, avant de passer quelque temps après au 920 kilohertz (Hart, 1993).

La principale mission de ce poste radiophonique était de faire l'éducation agricole et de favoriser le développement rural (Antoine, 1989). La station présentait une programmation de deux heures chaque vendredi avec comme contenu de la musique, des chants, des monologues et des conférences (Desquiron, 1997).

Bien avant l'inauguration, la presse de l'opposition avait orchestré une tempête de critiques contre ce projet. Des journalistes comme Ernst Chauvet, du quotidien *Le Nouvelliste* ont manifesté leur opposition à la mise en place de la station en arguant que les Haïtiens n'avaient pas été consultés à propos de ce projet coûteux pris en charge par les fonds publics (Hart, 1993).

La HHK sera taxée d'instrument de propagande américaine, comme le montre le numéro 278 de la publication *Le Pays* avec les mots du journaliste Louis

² Nous utilisons la notation française 00.000 à l'usage en Haïti en lieu et place de l'écriture 00,000 utilisée au Canada.

Callard : « Cette horrible machine... formidable orgue de la barbarie... » répertorié par Desquiron (1997) dans le tome VII de son ouvrage *Haïti à la une* (Desquiron, 1997, p.113). Le gouvernement de Borno et les officiels américains demeurèrent insensibles à ces attaques, nous dit Hartt.

Cependant, ces critiques finissent par avoir gain de cause, puisque la première station de service public d'Haïti ferma ses portes en juillet 1937 sous la pression de journalistes comme Clément Magloire du journal *Le Matin* (Antoine, 1989). Ainsi, le projet d'éduquer par le biais de la radio avait échoué à cause de la presse d'opposition, principalement envers son initiateur le docteur Freeman et ses visées de changements sociaux à travers l'éducation, selon Hartt.

Selon Jean Antoine (1989), l'échec de la HHK a été occasionné aussi par l'impossibilité de celle-ci à couvrir l'ensemble du territoire national, à cause de la faiblesse de son signal et le nombre restreint de récepteurs dans le pays. Les quelques récepteurs n'appartenaient qu'à des membres d'une minorité non intéressée aux émissions de développement rural et d'éducation agricole. En d'autres termes, la HHK n'a pas pu atteindre son principal public cible : les paysans. Elle n'a pas su mettre à profit les nouvelles technologies émergentes dès 1930, qui permettaient de réaliser des émissions en direct sur les affaires publiques.

« The failure of the authorities to seize the opportunities which radio afforded to serve the public interest are illustrated by the negligence to use the new telephone system to bring live news of national interest to the studio ». (Hart, 1993, p. 12)

Au mois d'août 1934, les Marines américains n'étaient plus sur le sol haïtien. La HHK avait considérablement changé de programmation sous la direction haïtienne. Les émissions éducatives et de développement agricole laissèrent la place à l'affirmation culturelle des élites haïtiennes.

« Its use after the occupation had been, in general, the affirmation of Haitian elite cultural values, showing to the world that Port-au-Prince people were not behind those of Paris ». (Hart, 1993, p.24)

La naissance des deux premières stations commerciales d'Haïti sera un autre facteur qui va précipiter cette fermeture. En effet, les stations HH2S et la

HH3W (Hartt, 1993) toutes deux propriétés de riches entrepreneurs, membres de l'élite haïtienne, vont devenir les premières stations commerciales, respectivement en mai et octobre 1935. Les présentateurs vedettes de la HHK n'avaient pas tardé à prendre le chemin de la HH2S (propriété de la Société Haïtienne d'Automobile S.A) vu que la station de l'État ne rémunérait pas les artistes dans le cadre de ses programmes culturels (Hartt, 1993). La HH3W n'était pas moins active en présentant des émissions culturelles hors du commun comme cette étude de la langue créole de juin et de juillet 1936 présentée par Jules Faine (Hartt, 1993). Les deux stations avaient la possibilité d'être en ondes chaque soir, alors que la HHK ne diffusait ses programmes réguliers que les vendredis pour une durée de deux heures seulement.

D'autres stations vont naître dans les années 1950 comme : Radio 4-VEH au Cap-haïtien la deuxième ville du pays. Les stations : Radio Lumière de la mission baptiste (protestante) en Haïti ; et la radio jésuite Radio Manrèse (Lent, 1990) en 1959 constituent les premières avec un caractère religieux. En 1967, le Conseil National de Télécommunication est fondé par le gouvernement de François Duvalier pour réguler les ondes sur le territoire national.

En 1956, le Président Paul Eugène Magloire inaugure la Radio Commerce. Le titre de propriété de cette station n'était pas clair au début, selon Hartt (1993). Cependant, il apparaît que cette station appartenait en fait au Président de la République lui-même. Après son départ pour l'exil, la station devient la propriété de l'État haïtien. Certains pensaient que cette station pouvait suivre l'exemple du réseau radiophonique dominicain La Voz Dominicana du Président dictateur Trujillo de la république voisine, en devenant une radio éducative efficace qui contribuerait à l'unité nationale (Hartt, 1990). Toutefois, ce n'est qu'en mars 1977, sur le site de Radio Commerce, que le gouvernement de Jean Claude Duvalier va inaugurer la 4VRD Radio Nationale avec des missions éducatives et culturelles de service public.

Ainsi, nous pouvons dire que d'un pays à un autre, les débuts de la radio ont été particuliers. Néanmoins, des similarités peuvent être soulignées. Dans presque tous les pays cités, nous avons vu que le privé a joué un rôle de pionnier dans le domaine. Il faut aussi préciser que les États-Unis restent et demeurent l'une

des exceptions où la radio n'a pas pris son expansion sous un modèle de service public c'est-à-dire à partir d'une station gérée par l'État ou le gouvernement.

En Haïti et au Belize, la station fut l'initiative d'une autorité de tutelle et non la concrétisation d'un projet issu de la volonté nationale principalement. Cependant, dans le cas haïtien, la station n'a pas survécu longtemps après le départ de l'occupant qui avait initié sa mise en place. Les ondes ne sont pas restées vides pour autant avant la création de la deuxième station publique du pays. L'initiative privée a pris le relais et plusieurs stations à caractère commercial et religieux ont pris naissance dans les années 50 et 60. Il a fallu attendre le 22 mars 1977 pour avoir une nouvelle station de radio publique avec des missions éducatives et culturelles. Cependant, la radiodiffusion est restée sans objectif global, selon Hartt. La radiodiffusion en Haïti n'est toujours pas un instrument éducatif et culturel important, à cause de l'absence d'une politique nationale orientée dans ce sens. Les mesures concernant ce secteur se trouvent dans la loi de 12 octobre 1978 sur la télécommunication revue par le Décret du 10 juin 1987 concernant la mission de la CONATEL l'organe de régulation qui s'occupe seulement de l'allocation et de la gestion nationale des fréquences (Ministère des Travaux Publics des Transports et des Communications et International Telecommunication Unit, 2003). La loi de 1978 avait exigé des stations commerciales la présence quotidienne d'un contenu culturel et artistique national. Cependant, elle ne précise pas clairement la répartition en pourcentage ou en quota qui devrait être attribuée aux œuvres des artistes haïtiens.

1.2.2 Le paysage radiophonique haïtien

La radio en Haïti se trouve actuellement sous le Décret-loi du 12 octobre 1977 qui concerne les Télécommunications. Selon un panorama du journaliste Gotson Pierre (2001) de l'organisme « Groupe Média Alternatif », il existait 160 stations de radio sur le territoire national en 2001. Parmi ces stations, 130 se trouvaient en fonctionnement. Les stations privées représentent la majorité.

La plupart des stations émettent sur la bande FM. Au cours des années 1990, la bande AM a été abandonnée progressivement par ses anciens opérateurs. Même la Radio Nationale d'Haïti, le diffuseur public, n'y est plus présent

(Richemond, 2003). Selon le directeur technique du média d'État rencontré, la raison de cet abandon est économique. Les coûts de production d'un émetteur AM sont beaucoup plus élevés qu'un émetteur FM. En plus de l'avantage économique de cette décision, les opérateurs ont fait ce choix pour bénéficier de la meilleure qualité sonore qu'offre ce support par rapport à la bande AM (Pierre, 2001).

Le contenu musical des stations en général se constitue de *Konpa*, de *Zouk* (musique venant des Antilles françaises), de chansons françaises et francophones, de musiques de danse latino-américaines et de musiques d'origine américaine.

En guise de conclusion, Gotson Pierre (2001) constate entre autres que la multiplication des stations de radio n'a pas véritablement enrichi l'offre radiophonique. Dans le volet éducatif et culturel il considère qu'il n'est pas possible de parler de progrès. Le contenu médiatique ne s'est pas enrichi, semble-t-il, d'émissions éducatives ou d'émissions culturelles. Les questions sociales liées au mouvement de revendication des organisations de base (comme les organisations paysannes) ne sont pas traitées.

L'écoute quotidienne des stations de radio lors de notre voyage de recherche, en Haïti nous a montré que la bande FM avait considérablement grandi avec la présence de plusieurs nouvelles stations. Cependant, la programmation de ces nouvelles stations, qui sont en grande partie généralistes (c'est-à-dire qui diffusent des émissions d'information, de musique, etc.), semble-t-il, n'innove pas par rapport à la musique haïtienne. Apparemment, dans les stations musicales, la musique est toujours traitée en parent pauvre, alors que la musique antillaise semble occuper une place de choix. Nous pouvons aussi dire que jusqu'à présent le créole (la langue de tous les Haïtiens) ne semble pas représenter l'instrument linguistique privilégié pour atteindre l'auditoire, dans le cadre des émissions culturelles (émissions musicales) de la radio en Haïti.

Si les stations diffusent des éditions de nouvelles en créole et en français, au niveau des émissions à caractère culturel, cette distinction linguistique semble

inexistante. Les émissions sont nominalelement animées en français. La valeur de l'animateur de musique semble se trouver dans sa capacité à manier le français dans sa présentation. L'accès de la majorité des citoyens haïtiens à des expressions artistiques comme le théâtre et la musique, entre autres, sur les ondes radiophoniques est de ce fait un peu bloqué par ce handicap linguistique.

Conclusion

La culture haïtienne a toujours été, semble-t-il, à l'arrière-scène dans les médias depuis l'indépendance (Casimir, 2001), suivant un processus marqué par une violence culturelle (Hurbon, 1979). C'est dans ce contexte particulier que les produits musicaux haïtiens de tout genre (Konpa, Racine, Rap) se trouvent une place sur les ondes. La musique produite est au départ supportée par les artistes eux-mêmes, avant la vente du « *master* » à un producteur de disques.

Toutefois, les prestations (bals, spectacles, festivals) organisées avec leurs réseaux de promoteurs demeurent l'une des principales sources de revenus pour les musiciens. Ainsi, la production d'un disque pour un groupe musical est d'abord une stratégie de promotion qui sera vendue à un producteur. Le groupe ne bénéficiera réellement du disque que si celui-ci lui permet d'obtenir des contrats pour des prestations.

Nous allons essayer de trouver des explications à cette situation dans laquelle évoluent les différents genres de la musique haïtienne dans le cadre d'entrevue avec des acteurs concernés en utilisant une approche théorique particulière. Ce sera justement l'un des principaux sujets traités dans le prochain chapitre.

2- L'économie politique de la communication et les politiques culturelles

Dès son apparition dans les années 1920, la radiodiffusion a été tout de suite vue par les États nations comme porteuse de messages culturels directement liés à l'identité nationale. Elle fut souvent l'objet d'un monopole étatique qui permettait aux valeurs culturelles nationales d'être partagées par les membres et les citoyens de ces nations (Tracey, 1998). Au cours du 20^e siècle, plusieurs gouvernements ont consenti à la mise en place d'un ensemble de mesures (appelée des politiques culturelles) pour garantir la sauvegarde de l'identité culturelle nationale, en vue de maintenir la cohésion sociale de leur nation. Identité culturelle est entendue ici comme l'ensemble des répertoires d'action, de langue et de culture permettant à une personne de reconnaître son appartenance à un certain groupe social et de s'identifier à lui (Warnier, 2004).

C'est ainsi que dans certains pays comme le Canada, la musique et principalement la production de disques est financée par des fonds publics, de manière à assurer à la production musicale locale une présence continue sur les ondes radiophoniques entre autres (Lorimer et Gasher, 2001).

Le concept de politique culturelle ou politique de communication, qui a fait son apparition dans les documents et différents colloques de l'UNESCO dans les années 1970, a pris des formes différentes dans chaque pays (Mattelart, Delcourt et Mattelart, 1984). Il a depuis fait son chemin. Certains théoriciens du paradigme critique de la communication comme Herbert Schiller (1976), Mattelart et Delcourt (1984) considéraient que les politiques culturelles pouvaient être utilisées entre autres pour combattre les dominations culturelles.

Les mesures de régulation du contenu des médias et de la production artistique ou musicale sont liées. Nous ne pouvons évoquer la question d'espace accordé à une musique sur les ondes sans regarder du côté des lois et de l'implication de l'État dans cette question. Cependant, la présence de la musique sur les ondes de la radio nécessite normalement une production nationale de disques.

Ainsi, dans le cadre de notre projet de recherche visant à comprendre la place occupée par la musique haïtienne dans les stations de radio en Haïti, nous nous proposons aussi d'identifier les principaux obstacles qui entravent le développement de la production de disques dans le marché de la musique haïtienne.

De cette manière nous espérons faire de ce travail un document utile pour les discussions et les consultations sur la production musicale sur la régulation du contenu culturel des médias en Haïti, que nous pensons promouvoir dans un proche avenir. La pertinence de cette démarche se situe dans le fait que la promotion de l'identité culturelle nationale peut être tributaire d'une cohésion sociale, qui est si nécessaire à tout processus de construction d'une véritable nation. Nous considérons ici la nation comme une communauté ou un groupe de personnes qui vit ensemble tout en ayant une philosophie et une idéologie commune ainsi qu'un projet commun en plus de partager les mêmes attributs historico-culturels et un territoire (Castells, 1999; Antoine, 2004).

Pour parvenir à expliquer la place actuelle de la musique haïtienne sur la radio locale en Haïti, nous allons faire appel à une approche spécifique. Celle-ci aborde le contenu des médias. Cette approche relie le contenu médiatique aux formes de propriété (privée ou publique) dont les médias font l'objet. Elle nous permettra aussi d'approcher la production de disques avec des outils de recherche appropriés. Cette approche est l'économie politique de la communication.

2.1 L'économie politique de la communication

L'économie politique de la communication est une approche qui considère les relations de pouvoir dans l'utilisation des médias et la production culturelle, ainsi que les processus d'élaboration de mesures de régulation et de politiques culturelles. Nous nous proposons d'explicitier en quoi consiste cette approche, avant de l'adopter dans le cadre cette recherche.

Dans le texte « *The Political Economy of communication* » Vincent Mosco (1996) essaie de retracer les racines de cette approche, ses fondements et ses différences avec les Études culturelles « *Cultural studies* ». Pour commencer, il fait un historique de l'économie politique proprement dite, qui, selon son étymologie,

renvoyait à la gestion de la cité. Avec le temps, la morale philosophique, la praxis de la totalité sociale ont été remplacées par les sciences économiques fondées sur les recherches empiriques sur le comportement du marché. Cette approche de l'économie politique est connue sous le nom de néoclassique. Les nouvelles idéologies religieuses du christianisme ont aussi favorisé le développement de capitaux et l'esprit d'entreprise. En effet, le calvinisme va apporter des changements profonds à la conception religieuse ou chrétienne du travail entre le 17^e et le 18^e siècle. Selon Calvin, nul ne peut être élu de Dieu si cela ne fait pas partie du plan divin. Selon son point de vue, le salut éternel est prédestiné. Pour être parmi les heureux élus, il faut agir en conséquence, faire des œuvres qui nous feront mériter ce cadeau divin. Ainsi, le travail devient une quête de témoignages, de signes afin d'obtenir le salut : « pas de repos pour les fidèles » (Abraham-Frois, G. 2001, p. 22). C'est de là que vient la recherche de l'efficacité professionnelle. Il faut travailler pour avoir des profits, les accumuler et les réinvestir dans la production et non pas dans les dépenses de luxe qui sont œuvres de Satan. « L'entrepreneur » (Abraham-Frois, 2001, p. 23) devient de ce fait le travailleur modèle dont l'enrichissement constitue la preuve de son élection divine, alors qu'il accomplit une fonction sociale essentielle en donnant du travail aux autres. Une relation entre protestantisme et réussite économique est établie.

Le travail devient un facteur de production, la terre et le capital sont valorisés à partir de leur productivité ou l'aptitude à augmenter la valeur du produit final sur le marché. L'économie politique prend naissance dans un contexte de changements dans les mécanismes de production au cours du 18^e et du 19^e siècle avec principalement l'introduction de la machine et de ses forces motrices (le gaz, la vapeur, l'eau ou l'électricité) (Abraham-Frois, 2001).

C'est dans ce contexte économique que vont naître les premières réflexions des économistes classiques. David Ricardo va proposer une théorie sur les valeurs et les prix (Abraham-Frois, 2001). Selon lui, la valeur est déterminée par son utilité. La valeur d'échange d'un bien viendrait de sa rareté et de la quantité de travail nécessaire pour l'obtenir. L'économie politique s'intéresse, selon Ricardo, aux marchandises reproductibles.

La théorie de Marx élabore sa critique à partir de plusieurs éléments de la théorie classique (Abraham-Frois, 2001). Marx accepte la thèse qui fait du travail la source de la valeur. Cependant, il remanie le concept de « valeur » en le dotant de deux composantes différentes : la valeur d'usage et la valeur d'échange du travail, afin de développer une théorie de l'exploitation. La plus-value se développe en capital, suite à l'extension du jour de travail (exploitation absolue) ou l'intensification du processus de travail durant la journée de travail (exploitation relative).

La critique marxiste de l'école classique de l'économie politique nous dit que celle-ci s'intéresse à l'histoire du passage du féodalisme au capitalisme, mais en tendant à ne se limiter et à ne mettre en application qu'une imagination historique lorsqu'il s'agit d'examiner le capitalisme lui-même, de débattre de son inhérence et de la tendance naturelle du capitaliste à appauvrir. Pour Marx, le capitalisme est dynamique, continuellement révolutionné par des nouvelles technologies. Le capitalisme fait toujours face à un tourbillon de conflits et de luttes qui changent ses pratiques de façon continue. Les coutumes, les rituels et les valeurs étant considérés comme d'éventuels obstacles au développement du marché et l'augmentation de la plus-value, les nouvelles technologies ainsi que ces changements continus sont entre autres moyens utilisés pour empêcher leur pérennisation. Schumpeter en 1942 parlait de destruction créatrice pour illustrer cet aspect (Abraham-Frois, 2001).

Pour Marx, la forme immédiate de circulation de capitaux est : Marchandise-Argent-Marchandise (Abraham-Frois, 2001). Mais à côté de cette forme, il distingue le circuit : Argent-Marchandise-Argent, c'est-à-dire la transformation de l'argent en marchandise (avec le travail et la production) et la retransformation de la marchandise en argent (avec la vente). Ainsi, l'argent finit toujours par se transformer en capital.

L'économie politique de la communication prend sa source dans cette tradition et dans les préoccupations marxistes qui se sont consacrées à faire la critique de l'économie politique classique et néoclassique (Mosco, 1996). L'économie politique marxiste a proposé une théorie de l'exploitation de la force de travail de l'ouvrier par le capitaliste et le rôle de cette exploitation dans la circulation

de l'argent ou du capital (Abraham-Frois, 2001). L'économie politique de la communication, à partir de cette perspective, montre comment la communication et la culture sont des pratiques matérielles, comment le travail et le langage s'imbriquent l'un dans l'autre. Les chercheurs qui utilisent cette approche mettent les médias dans un contexte capitaliste global, afin de les étudier d'un point de vue économique et politique.

Il s'agit de déplacer l'attention sur les médias eux-mêmes et de se focaliser sur leurs constituants capitalistes, comme l'accumulation de capital, les salaires, etc. pour situer les médias à l'intérieur des modes de production et de reproduction mis en place par ces constituants capitalistes. La conception de la communication qui en découle est endossée par Mosco dans le paragraphe qui suit :

« My conception of communication follows from a general interest to place social process and social relations in the foreground of research. It therefore begins with the idea that communication is a social process of exchange whose product is the mark or embodiment of a 'social relationship'. Broadly speaking, communication and society are mutually constituted. (Mosco, 1996, p. 72) »

Selon Mosco, il est important de voir la communication comme une pratique socialement constituée. Toutefois, il ne s'agit pas de séparer, dans le cadre de cette approche, les processus liés à l'économie politique des phénomènes communicationnels. Car l'économie politique et la communication sont mutuellement constituées de pratiques sociales et culturelles.

2.1.1 Processus de marchandisation des médias

L'économie politique de la communication s'intéresse aux processus de marchandisation (Mosco, 1996) autrement dit le fait de transformer les valeurs d'usage en valeurs d'échange. La marchandisation constitue aussi la transformation de produits dont la valeur est déterminée à partir de leur capacité à rencontrer les individus et les besoins sociaux, c'est-à-dire la capacité de ces produits à être vendus à un consommateur. Ce processus apparaît dans le champ de la communication sur deux dimensions.

Les phénomènes de communication sont adressés dans le contexte économique parce que des processus de communication et des technologies contribuent au processus de marchandisation générale de l'économie prise comme un ensemble. L'introduction d'ordinateurs et des technologies de la communication dans les canaux de communication de l'industrie de l'habillement, qui permet la diffusion d'informations sur tout le circuit de production, de distribution et des ventes, en est un exemple. Cette innovation a permis d'augmenter la capacité des magasins à faire des inventaires, et d'avoir une quantité d'articles disponibles en fonction de la demande des consommateurs.

L'autre relation entre la communication et la marchandisation se manifeste à travers les processus de marchandisation du travail dans la société, qui pénètrent les processus de communication et les institutions. De ce fait, l'amélioration et la contradiction retrouvées dans le processus de marchandisation sociétal influencent aussi la communication comme pratique sociale. Par exemple, la privatisation et la libéralisation des années 1980 se sont fait sentir dans le secteur public et les médias d'État.

Mosco établit une différence entre commercialisation et marchandisation. La première renvoie à un processus restreint qui réfère à la création de relations entre l'audience et les annonceurs. La publicité représente un exemple pertinent de commercialisation des ondes. Les médias (et leurs audiences) deviennent des outils par lesquels les magasins et les entreprises achètent des espaces pour mettre leurs produits devant les yeux d'acheteurs potentiels et augmenter de ce fait leurs possibilités de vente (Mosco, 1996).

Les médias sont des agents importants de marchandisation. Ce sont des entités économiques avec un rôle direct de création de plus-value à travers la production de biens et d'échanges. Ils jouent aussi un rôle indirect à travers la publicité dans la création de plus-value dans d'autres secteurs de production de biens de consommation. Les médias créent des biens de consommation et élaborent des publicités pour ceux-ci. Cela les rend importants pour le processus de marchandisation dans toute l'économie. La marchandisation se trouve aussi dans les banques de données que constituent des ordinateurs, par des achats en ligne grâce à

l'internet. Elle se présente dans les institutions avec la transformation de lieux publics en espaces commerciaux. Le concept de marchandisation nous permet de lier directement le contenu des médias privés tout simplement à une recherche de profit. Avec la programmation de sa station radio, le propriétaire recherche une audience qui peut permettre la vente d'espaces publicitaire à des annonceurs.

L'une des raisons qui nous ont porté à adopter l'approche de l'économie politique de la communication est son intérêt pour les processus de marchandisation. L'étude de ce processus est pertinente à notre sens pour une recherche sur le contenu musical de la radio en Haïti.

2.1.2 Processus de spatialisation

Un autre processus auquel s'intéresse l'économie politique de la communication se nomme la spatialisation (Mosco, 1996). Le chercheur dans cette perspective étudie les formes de pouvoir à l'intérieur des institutions, il s'intéresse aux monopoles et à l'extension de pouvoir incorporé dans l'industrie de la communication. C'est dans ce processus que l'appropriation des médias est abordée. L'approche économie politique part du postulat que ce sont les propriétaires des médias (radios, télévisions, quotidiens, etc.) qui déterminent le contenu de ceux-ci. En effet, Raboy et Roy (1992) constatent par exemple que l'internationalisation et la privatisation des médias québécois des années 1980 et 1990 ont conduit à une triple « désappropriation culturelle » : au niveau de la collectivité, dont la fonction déterminante sur l'orientation de la culture peut de moins en moins s'exercer ; au niveau des citoyens, qui deviendront à la longue de simples consommateurs/acheteurs de leur propre héritage culturel ; et enfin au niveau des créateurs, qui perdront peu à peu le contrôle de leurs œuvres et de leur profession (Raboy et Roy, 1992, p.118).

Dans cette perspective, l'approche économie politique s'intéresse aussi au processus de construction nationale impliquant les lois et la régulation des médias. Ainsi, elle attribue une attention particulière aux acteurs qui participent à ce processus, c'est-à-dire la bureaucratie gouvernementale, les syndicats ou les mouvements sociaux, les groupes commerciaux, etc. L'économie politique dans ce

cas sert à expliciter les relations de pouvoir qui se trouvent derrière les textes de loi et les mesures mises en place. Robert E. Babe (1995) nous montre comment les idéaux de l'économie politique de la communication sont pertinents pour les processus d'élaboration de politiques. En effet, il nous fait comprendre dans le paragraphe qui suit que :

« Political economy, then, de-illusions us: It highlights rather than obscures the reality of human volition. Nor does it sanction asymmetries in the distribution of power by invoking Abstract Powers. Rather it asks three basic questions: Who gains? Who loses? Who decides ? » (Babe, 1995, p. 82).

Néanmoins, les idéaux de l'économie politique, marqués par l'altruisme, l'autorégulation, la compréhension, etc., ne suffisent pas à amener vers un monde de justice, de paix et de stabilité, précise-t-il. Pendant qu'elle conçoit le monde comme une lutte pour le pouvoir et s'aligne à côté des défavorisés, l'économie politique veut aller plus loin que le combat actuel. Dans ce sens, elle nécessite aussi une philosophie politique, une croyance, une foi, un espoir allant plus loin que les accords et les désirs de pouvoir en reconnaissant à l'être humain une ultime dignité ainsi que l'égalité de tous les humains.

Les politiques de communication représentent pour Herbert Schiller (1976) un moyen pour arriver à cette justice sociale mais aussi pour lutter contre les dominations et l'impérialisme culturel. L'impérialisme culturel représente une modalité par laquelle une société entre dans le système du monde moderne. Dans cette modalité, les classes dominantes jouent un rôle prépondérant, car c'est d'abord ces couches sociales qui, suite à une attraction, une pression ou par influence, configurent les institutions sociales de manière à ce qu'elles correspondent aux valeurs et structures des pays dominateurs du centre du système, c'est-à-dire les pays industrialisés.

Pour Peter Wilkin (2001), l'économie politique de la communication au niveau global, au 21^e siècle doit réaliser ses recherches en ayant pour idéal les dimensions que recouvre le concept de « sécurité humaine » (Wilkin, 2001, p. 5) mis de l'avant par le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD). Elle se conçoit selon une approche large qui vise le bien-être humain en couvrant

tous les aspects de la vie humaine pour tous les peuples à la fois, dans les pays en développement et ceux avec une haute qualité de vie.

Le concept va au-delà des indicateurs économiques. Il consiste à mettre les besoins et les aspirations du peuple au centre d'un effort de développement, et de déclarer inacceptable toute discrimination, qu'elle soit sociale, de genre, raciale, de nationalité, religieuse, etc.

Ce concept met l'emphase sur deux thèmes particuliers qui sont centraux à l'idée d'un ordre du monde basé sur un consensus autour de la signification du concept de justice sociale. Premièrement, la satisfaction des besoins devrait être primordiale dans nos institutions politiques, économiques et culturelles ainsi que dans leurs pratiques. Deuxièmement, un ordre social plus sécuritaire ne peut être établi qu'à partir d'une autonomie et de la participation significative des peuples aux institutions et aux procédures qui façonnent la vie politique, économique et culturelle.

Le pouvoir de l'argent tend à réduire la participation dans ces systèmes politiques (Wilkin, 2001). La communication comme industrie et infrastructure devient un mécanisme décisif qui diminue la sécurité humaine (Wilkin, 2001). Elle fait face à de sérieux défis au niveau planétaire. En effet, les nouvelles technologies la mettent en question en restructurant les relations sociales au niveau global par exemple, en changeant les formes de prises de décisions et les pratiques de travail, ainsi que les structures et les pratiques dans les institutions politiques. Enfin, la concentration croissante du contrôle des industries de la communication compromet sérieusement l'autonomie et la participation citoyenne.

L'émergence des États nations modernes était en partie le fruit de la capacité des institutions étatiques à utiliser les moyens de communication pour la promotion des idées d'une culture nationale et d'une histoire commune qui pourraient unir une population à l'intérieur de frontières clairement déterminées. Aussi, la légitimité de la régulation de l'État sur les moyens de communication s'est toujours basée sur des limitations structurelles technologiquement imposées sur ceux-ci (Wilkin, 2001). Les spectres de la radio et de la télévision ne permettaient qu'un nombre limité de stations et cela a nécessité une régulation ainsi qu'une

coordination dans le sens de l'intérêt public afin d'éviter les abus de pouvoir. Cette régulation des flux d'informations par l'État s'est fait de diverses manières avec l'émission de licences ou permis d'utilisation des ondes, entre autres.

Dans certains pays, cette forme de régulation s'est basée sur l'idée que la radiodiffusion est un monopole étatique naturel qui, de ce fait, donne aux stations publiques toute la latitude et les moyens techniques nécessaires pour remplir leurs missions. Les interventions étatiques visaient entre autres à empêcher la domination de pouvoirs privés sur la société et les médias en particulier. Cela a été le cas durant 120 ans, jusqu'aux années 1970 avec le début de la privatisation du secteur médiatique dans plusieurs pays (Wilkin, 2001).

Le débat académique directement lié au processus de spatialisation concernant ce sujet se situe le plus souvent entre le choix de réguler ou déréguler l'espace médiatique. Pour l'économie politique de la communication, la dérégulation n'est pas une alternative. Cela n'équivaudrait qu'à une expansion de la régulation par le marché (Mosco, 1996).

Malm et Wallis (1992) nous offrent une application de l'approche de l'économie politique tournée vers le processus de marchandisation et de spatialisation dans le domaine de la musique au niveau international. En effet, dans leurs travaux, ils étudient les activités musicales et les politiques de communication dans différents pays de l'Europe, de l'Afrique et des Caraïbes. Ils distinguent les différents acteurs qui interviennent dans l'élaboration de ces politiques culturelles, au niveau des organisations internationales, des multinationales de production de la musique et enfin des instances au niveau national comme l'État, les syndicats de musiciens, les radiodiffuseurs, les producteurs de disque, etc. Ces acteurs nationaux selon Malm et Wallis (1992) sont limités dans leur action à cause de l'évolution de médias électroniques qui permet de traverser facilement les frontières. Dans cette recherche datée de 1992, ils ont déploré une emprise de l'industrie du disque sur l'activité musicale au niveau mondial qui tendait à favoriser l'enregistrement, la production de disques et les activités musicales enregistrées (la diffusion de chanson dans les médias, les disques-jockeys) à la défaveur des prestations musicales sur scène (en spectacles, ou en concerts, etc.). De ce fait, selon ces auteurs, il existerait

moins de possibilités pour des musiciens en herbe d'émerger sur la scène musicale sans avoir un contrat avec une grande compagnie de production de disques (Malm, et Wallis, 1992). L'économie politique de la communication nous incitera, dans le cadre de cette recherche, à expliciter certains facteurs qui concourent à donner à la musique haïtienne la place qu'elle occupe sur les ondes radiophoniques en Haïti. Principalement, il s'agira de chercher les relations de pouvoir qui portent les stations de radio à diffuser ou non de la musique haïtienne. De plus, cette approche nous aidera à mettre le doigt davantage sur les freins qui empêchent la production de disques. Nous allons focaliser notre attention sur cet enjeu de construction nationale que représente aussi la régulation du contenu culturel des médias et de production culturelle en lien avec les processus de spatialisation et de marchandisation que permet d'étudier l'économie politique de communication. Avant de continuer, il importe maintenant de se pencher sur le mécanisme de diverses mesures et interventions publiques de différents pays dans le domaine de la culture et régulation des médias, mises en place pour promouvoir la culture et maintenir l'unité nationale.

2.2 Interventions publiques dans le champ de la culture : les politiques culturelles

Avant d'aller vers la méthodologie, il s'agira d'explicitier un concept important dans le cadre du travail. Nous avons brièvement évoqué jusqu'à présent les interventions étatiques dans le domaine de la culture, appelées généralement politiques culturelles ou politiques de communication. Cette section consistera justement à situer ce concept, le définir et enfin voir la couleur qu'il prend dans différents pays du globe. La question de la présence de la musique haïtienne sur les ondes radiophoniques étant au cœur de la problématique de cette recherche, ces mesures représenteront un cadre de référence pour celle-ci. Cette section permettra de voir les formes d'interventions publiques de divers États pour soutenir la culture et garantir à la musique locale un espace sur les ondes des stations de radio à l'intérieur des frontières nationales. Nous ferons ce voyage à travers différents pays du globe. Nous débuterons avec l'exemple français et nous terminerons notre description avec des pays moins avancés tels que la Jamaïque et le Nigéria qui

ressemblent en partie au cas haïtien. Le concept de politique culturelle se définit comme un ensemble de mesures mis en place par des autorités institutionnelles pour canaliser et protéger des biens culturels et stimuler les activités culturelles existantes (Ndeffo Fongué, 2000). Ces mesures concernant la culture et les arts sont souvent l'apanage d'institutions étatiques (Warnier, 2004). La culture à laquelle s'intéressent ces politiques publiques correspond à la définition de Pierre Juneau (1997) qui considère celle-ci comme :

« L'image qu'un pays se renvoie à lui-même et projette vers les autres, quelle que soit la technique d'expression utilisée : théâtre, cinéma, télévision, roman, musique, architecture ou ballet. » (p. 14)

Cette image constitue dans une certaine mesure l'une des nombreuses facettes de l'identité que la nation se construit. De nos jours, les interventions publiques dans ces sphères sont considérées comme des barrages de protections de « l'identité » qui tend à devenir aux yeux des gouvernants plus importante que la défense de l'État ou de la souveraineté politique (Castells, 1999, p. 45). Dominique Walton (2003) considère de son côté que les mesures de régulation du monde médiatique seraient un moyen pour freiner la dégradation des liens sociaux qui s'opère dans les communautés nationales à cause de la « segmentation du marché en autant de marchés » faite par les industries culturelles (p. 37). Cette segmentation transforme les nations en plusieurs groupes de consommateurs distincts, chose certes rentable pour ces industries, mais préjudiciable à la démocratie (Walton, 2003). Dans ces conditions, Walton (2003) estime que l'État doit préserver le « caractère national d'une partie des industries culturelles » et garantir « l'existence d'un service public », afin de maintenir « un minimum de cohésion sociale » en poursuivant sa mission de régulateur (p. 37). Voyons maintenant en détail comment se présentent concrètement les politiques de communication/culturelle dans différents pays du globe.

2.2.1 La France et ses premières politiques publiques dans le domaine des arts

Les interventions publiques dans la culture et les arts n'ont pas toujours eu les objectifs similaires à ce que nous venons de voir. C'est le cas en France, l'un des

premiers pays à mettre en place des lois et des structures pour gérer la vie culturelle. L'action culturelle publique française prend son essor après la Seconde Guerre Mondiale. Toutefois, les premières interventions publiques dans ce domaine en France datent de la fin du 13^e siècle (Fachy et Sagot-Duvaurox, 1994).

Elles apparaissent à l'époque comme l'affirmation du pouvoir royal sur celui des princes et de l'Église qui constituaient les premiers commanditaires d'objets d'art avant cette intervention. Au 15^e siècle le mécénat royal va éclipser progressivement celui des princes. La politique culturelle de Colbert sous Louis XIV se caractérise par la glorification du roi et le prestige du royaume (Fachy et Sagot-Duvaurox, 1994).

La Révolution française va nationaliser cette culture. Toutefois, le Premier Empire va garder l'organisation mise en place par Colbert. Plus tard, Napoléon III va réformer cette structure dans le domaine de la censure et il supprime les privilèges dans la programmation des œuvres dans les théâtres à travers la France.

Au début du 20^e siècle, l'action culturelle de la Troisième République a un bilan mitigé. L'État va s'efforcer de ne pas intervenir, de limiter les dépenses, mais va organiser des événements comme l'Exposition universelle, alors que les artistes vont se trouver en situation précaire (Fachy et Sagot-Duvaurox, 1994). Au niveau de la radiodiffusion proprement dite, les premières politiques datent plutôt de la Troisième République, car à l'époque de ses débuts dans les années vingt, les enjeux culturels dont elle est l'objet aujourd'hui ne constituaient pas, semble-t-il, les premières préoccupations du moment (Olivesi, 2000). Après une période d'hésitations sur le plan juridique et législatif, le secteur de la radiodiffusion sera progressivement étatisé au cours des années 1930. La création des redevances et l'accroissement des ressources forcent l'État à prendre des mesures pour administrer les fonds du secteur de la radiodiffusion.

Trois comités sont mis en place pour prendre en charge respectivement la coordination des émissions, les aspects techniques et des informations. Des dispositions ont été aussi prises pour arriver à l'unification des conditions

d'exploitation des stations régionales, à la réorganisation en 1934 des services centraux de la radiodiffusion, etc. L'autorité du Ministère des Travaux Publics sur le secteur était considérable. La composition de l'association des usagers va se trouver aussi sous sa dépendance.

La Cinquième République est une période fondamentale pour l'intervention publique dans le champ de la culture en France. En effet, après la Seconde Guerre mondiale au niveau politique, c'était l'ère de l'État providence et dans le domaine de l'art celui de la démocratisation culturelle. Des institutions spécialisées ainsi qu'un ministère seront mis en place. La politique du ministre Malraux consistera à essayer de concilier les dimensions esthétique et éducative de la culture (Fachy et Sagot-Duvauroux, 1994).

La culture promue sort du cloisonnement des Beaux-Arts et du patrimoine et embrasse plusieurs formes d'expression. Hormis les adversaires politiques du gouvernement, ce ministère affrontera les critiques des élus locaux et animateurs qui revendiquent une planification culturelle partant de la base.

Plus tard, l'arrivée de Jack Lang à la tête du Ministère de la Culture constitue un autre tournant pour la vie culturelle française. Celui-ci va entreprendre une réconciliation de l'économie avec les Beaux-Arts, entre autres. La culture devient un instrument social pour « l'intégration des minorités sociales ou raciales » (Dubois, 1999, p. 286) en plus d'être un marché professionnel.

Il s'agissait d'un moyen pour détruire symboliquement la hiérarchie sociale en faisant disparaître la hiérarchie culturelle qui en est le reflet. De ce fait, plusieurs activités qui n'avaient pas le statut d'art (comme la bande dessinée, le cirque, le graffiti, etc.) trouvent un financement. Joëlle Fachy et Dominique Sagot-Duvauroux (1994) nous disent que les objectifs poursuivis par les politiques publiques modernes dans la sphère de la culture en France sont entre autres :

Assurer comme autrefois l'unité, le prestige et l'indépendance de la culture nationale par rapport à l'étranger. Promotion des collectivités nationales et locales

_Favoriser la diversité à l'intérieur du pays d'une création pluraliste avec la volonté de se dégager d'un objectif de rentabilisation à très court terme axé uniquement sur la standardisation. L'absence d'intervention publique conduit à l'élimination des genres artistiques dans l'exploitation commerciale est pratiquement impossible » (p.68-69).

Au niveau de la radiodiffusion sonore, c'est le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel qui est chargé de faire respecter les règlements qui vont en droite ligne avec les objectifs de promotion de la culture. La loi en vigueur date du 1 août 2000 elle établit des quotas suivants :

« La règle des 40 % de diffusion de chansons d'expression française, dont la moitié au moins doit provenir de nouveaux talents ou de nouvelles productions, demeure le principe. Cependant, aux termes de l'alinéa 2 bis de l'article 28 de la nouvelle loi, "par dérogation, le Conseil supérieur de l'audiovisuel peut autoriser, pour des formats spécifiques, les proportions suivantes :

- soit, pour les radios spécialisées dans la mise en valeur du patrimoine musical, 60 % de titres francophones, dont un pourcentage de nouvelles productions pouvant aller jusqu'à 10 % du total, avec au minimum un titre par heure en moyenne ;

- soit, pour les radios spécialisées dans la promotion de jeunes talents, 35 % de titres francophones, dont 25 % au moins du total provenant de nouveaux talents. " » (Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, 2001)

Pour montrer les effets positifs d'un environnement radiophonique réglementé, Ivan Bernier (2004) compare les chiffres de vente de disques locaux de la France, qui applique un quota et la Nouvelle-Zélande qui a éliminé ses exigences de contenu local à la radio. Les données montrent que de 1996 à 2001 les ventes des disques provenant des artistes locaux ont augmenté graduellement pour arriver à 59% en France, alors que du côté néo-zélandais ils chutèrent de 2% pour atteindre un maigre 7 %.

2.2.2 Les politiques de communication canadienne

La régulation de la radiodiffusion au Canada a pour but principal de combiner les objectifs sociaux et culturels aux objectifs économiques (Lorimer et Gasher, 2001). Il s'agit de renforcer la structure culturelle canadienne, de fournir des opportunités d'emploi aux Canadiens et de promouvoir les valeurs qui façonnent le Canada. Cette politique est orchestrée par plusieurs organismes. Il y a entre autres le Ministère du Patrimoine Canadien, le Conseil de Radiodiffusion et de Télécommunication Canadien (CRTC) et les gouvernements provinciaux. Selon Lorimer et Gasher (2001), c'est le CRTC qui arbitre tous ces objectifs sociaux, économiques et culturels (et parfois des intérêts politiques) dont fait l'objet la radiodiffusion et les télécommunications. Le CRTC met en place des standards et des règlements concernant le contenu, qui découlent de la Loi sur Radiodiffusion et de la Loi sur les Télécommunications émanant du Ministère du Patrimoine Canadien.

C'est aussi cet organisme qui s'occupe de veiller à la présence d'un contenu local dans les médias. Sur les bandes AM et FM, 30% des enregistrements diffusés en moyenne du lundi au vendredi entre 6 heures AM et 6 heures PM, doit être canadien. Selon les règlements du CRTC, une pièce musicale canadienne :

« a) remplit au moins deux des conditions suivantes:

(i) la musique ou les paroles sont interprétées principalement par un Canadien,

(ii) la musique est composée entièrement par un Canadien,

(iii) les paroles sont écrites entièrement par un Canadien,

(iv) l'interprétation en direct est:

(A) soit enregistrée en entier au Canada,

(B) soit interprétée en entier et diffusée en direct au Canada,

(v) la pièce musicale a été interprétée en direct ou enregistrée après le 1er septembre 1991 et un Canadien ayant collaboré avec un non-Canadien se voit attribuer les paroles et la musique dans une

proportion d'au moins 50 pour cent, tel qu'il en est fait état dans les registres d'une société de droits d'exécution reconnue;

b) est l'interprétation instrumentale d'une œuvre musicale qui remplit les conditions visées aux sous-alinéas a) (ii) ou (iii);

c) est l'interprétation d'une œuvre musicale composée par un Canadien exclusivement pour des instruments;

d) a déjà été reconnue à titre de pièce musicale canadienne conformément aux dispositions d'un règlement d'application antérieure. » (Conseil de la Radio Télécommunication Canadienne, 1986)

Cependant, un problème se pose avec cette définition pour l'industrie du disque canadienne dans le cas des artistes canadiens produits par des compagnies étrangères comme Céline Dion, Brian Adams, etc. Ces artistes canadiens de nationalité sont tout simplement classés dans la catégorie des artistes étrangers selon les règlements du CRTC. Pour encourager la production musicale, les radios et deux associations de l'industrie musicale ont créé en 1982 la Fondation to Assist Canadian Talent on Record. Le gouvernement canadien finance à la hauteur de cinq millions de dollars canadiens un programme nommé Programme fédéral de Développement de l'enregistrement sonore (Lorimer et Gasher, 2001). Cette politique pour soutenir l'industrie de la musique découle en droite ligne des objectifs de l'État canadien à l'égal de celle que ses homologues occidentaux appliquent pour sauvegarder leur souveraineté économique, culturelle et politique. Ces objectifs, dans le cas canadien, sont de protéger l'intégrité du territoire contre les forces centripètes du voisin impérial du sud (les États-Unis), de protéger la cohésion interne de l'entité nationale de la menace de la fragmentation et de protéger l'environnement du marché pour la prospérité des entrepreneurs canadiens (Raboy, 1990).

Le gouvernement essaie de cette manière de marier les objectifs économiques et culturels dans les mesures qu'il met en place. Marc Raboy (1990) nous précise que cette intervention dans la culture et la communication se fait, selon les dirigeants canadiens, dans le but de défendre l'intérêt du public. Cependant,

cette expression tend à occulter les intérêts privés particuliers que l'État défend exclusivement. Raboy (1990), suggère que la souveraineté culturelle (et nationale) soit le catalyseur des politiques de communication pour qu'elles puissent travailler dans l'intérêt du public. La recherche de l'intérêt du public doit se faire en toute équité dans la coexistence des différences entre les publics divers souvent en conflit. L'État doit ainsi jouer un rôle de médiateur neutre pour effectuer un contrôle efficace.

2.2.3 Politique de communication et l'activité musicale : la Jamaïque, le Nigeria et les Philippines

À la Jamaïque, il existait en 1990, 1.298.000 récepteurs de radio en utilisation et une industrie locale de production de disques dynamique (Malm et Wallis, 1992). La musique locale n'a commencé à grandir véritablement qu'à partir des années 1960, suite à une urbanisation qui favorise une concentration de pauvres dans les villes ainsi que la légitimation du mouvement Rasta. Bob Marley émerge de la situation à côté des entrepreneurs comme Chris Blackwell de la maison de production Island Records. À partir de là, a commencé la renommée des artistes du Reggae à travers le monde. Malgré cela, il apparaît clairement selon les chiffres que la musique jamaïcaine n'ait pas une juste place sur les ondes. Selon Malm et Wallis, la musique jamaïcaine n'est présente qu'à 37 % des heures d'antenne radiophonique de ce pays. Les politiques de communication existantes sont à l'initiative de l'UNESCO, qui a aidé à la mise en place de stations locales pour décentraliser la production médiatique.

Dans les années 1980, la loi sur la radiodiffusion est révisée et la Commission sur la Radiodiffusion est réorganisée. La nouvelle loi établit les conditions d'allocation de fréquences et elle fit obligation aux radiodiffuseurs d'attribuer un temps d'antenne aux programmes d'origine jamaïcaine ou interprétés par des Jamaïcains ou bien sont conçus à partir des valeurs culturelles qui sont propres à la Jamaïque. La même loi donna vaguement à la commission un rôle de contrôle. Toutefois, elle ne précisa pas le pourcentage de contenu local qui devait être diffusé par les stations. Le temps d'antenne avantageux qu'obtiennent les

œuvres musicales d'origine étrangère dans les stations jamaïcaines résulterait un peu de l'imprécision de la loi sur l'espace (le quota) réservé aux contenus jamaïcains dans les stations locales. Selon Malm et Wallis (1992), cette politique n'a eu pour effet que de donner au Reggae tout l'espace disponible pour la production musicale locale laissant de côté les autres formes musicales traditionnelles jamaïcaines.

Le Nigéria compte cinq principales formes musicales qui peuvent être identifiées selon la langue qui est utilisée dans les textes des chansons ou les instruments mis à profit dans la composition, nous dit Letts (2003) dans son travail d'analyse. Il y a d'abord la musique **traditionnelle classique** dans laquelle on utilise des instruments traditionnels et des dialectes tribaux et les chansons sont sacrées ou profanes. Les musiciens de cette catégorie sont connus auprès de publics locaux avec des groupes d'âge diversifiés. Il existe aussi une **forme commercialisée des traditions musicales nigérianes (qualifiée de populaire traditionnelle)**, avec l'utilisation d'instruments indigènes et des langues locales sous une forme sacrée ou profane qui constitue une autre catégorie. L'audience de cette musique se compose souvent de personnes qui ont les mêmes origines avec les musiciens (Letts, 2003). La catégorie **traditionnelle contemporaine populaire** comprend des chansons composées à l'aide d'instruments occidentaux (des groupes *rock*), afin de produire des chansons sont aussi sacrées ou profanes. Les langues utilisées sont l'anglais et les langues vernaculaires. Le public de cette catégorie est très large et ses chansons sont popularisées par la radio et la télévision. La catégorie **musique populaire contemporaine** se compose de musiciens qui utilisent des formes de musique étrangère en utilisant des équipements modernes, avec des chansons composées en anglais et en suivant les modes vestimentaires européenne et américaine. Son public se compose d'adolescents et de jeunes adultes. Les prestations musicales sont rares, mais les musiciens sont très présents dans les émissions de radio et de télévision. La dernière catégorie est celle de la **musique populaire étrangère** formée de produits et des artistes venant d'autres États africains ou d'autre coin du monde (Letts, 2003).

Toutefois, la musique traditionnelle avec les instruments de fabrication locale reste la plus populaire des formes musicales surtout dans les régions rurales. La popularité de ces formes traditionnelles est encouragée par les médias, cependant

les formes musicales occidentales et hybrides demeurent les plus populaires dans les villes, selon ce que nous dit Richard Letts (2003). Ce portrait de la musique nigériane rappelle un peu celui que nous avons fait de la musique haïtienne en ce qui concerne les origines traditionnelles rurales des genres les plus populaires. Par contre, le *Rock & Roll* comme forme d'expression musicale rythmique n'est pas pratiqué à proprement parler en Haïti comme au Nigéria. Néanmoins, les musiciens de musique racine haïtien utilisent souvent la guitare avec distorsion chère aux rockeurs. La musique haïtienne tout comme celle du Nigéria prend donc ses racines dans les traditions locales mais est sous forte influence nord-américaine.

Les cinq *majors* de l'industrie multinationale du disque dominaient le marché nigérian avec 90% des ventes dans les années 1980. Au cours des années 1990, la piraterie a forcé ces compagnies à abandonner ce marché (Letts, 2003). On estime que 15 % des disques vendus seulement sont originaux et légaux. Entre 1993 et 1996, de 20,2 millions de copies les ventes chutèrent jusqu'à huit millions, selon la dernière collecte de données recueillies par la « International Federation of Phonographic Industry » (IFPI) (Letts, 2003). Avec le départ des « majeures », l'industrie du disque a été prise en charge par de petits acteurs en connaissance des formalités légales concernant les droits d'auteur entre autres. En 1996, selon les données de l'UNESCO, 65 % des disques vendus du marché nigérian du disque venait d'artistes locaux.

Une politique est mise en place pour entre autres promouvoir l'identité nationale et la diversité ethnique et culturelle. Cependant, Letts (2003) nous dit que ces mesures prévues par la loi ne sont appliquées. Toutefois, le Nigéria semble-t-il est l'un des rares pays au monde à exiger que les stations de radio locales diffusent 80% de contenu local (Letts, 2003). Ce quota nous dit Letts (2003) est respecté par les stations gouvernementales. Les données concernant les stations privées n'étant pas disponibles, impossible de connaître les effets de cette mesure de ce côté là..

Les Philippines sont un des autres pays étudiés par Richard Letts (2003) dans sa recherche comparative. La musique philippine a évolué des formes préhistoriques associée aux rituels animistes qui continuent d'exister dans le monde

rural. Chaque groupe ethnique a ses propres chants épiques. Les musiciens traditionnels utilisent toujours des instruments indigènes qui varient d'une région à une autre selon le matériel disponible et selon une influence chinoise, indienne ou indonésienne. Cette musique a commencé à changer au contact de formes sacrées et profanes occidentales à partir de 1521 avec l'arrivée de Magellan. Après la guerre hispano-américaine de 1898, les formes musicales anglo-américaines font leur entrée dans la vie culturelle philippine avec la venue des jukebox et des phonographes. C'est à cette époque à peu près que des conservatoires et des académies de musique sont mis en place et ainsi le pays commença à former des virtuoses en musique européenne. Pour nous montrer l'étendue de l'influence américaine sur la musique des Philippines au début du 20^e siècle, Letts (2003) nous dit que l'apparition du Jazz fut simultanée entre les pays. Cependant, la tradition latine continua à prospérer à travers des genres comme le « *Zarzuelas* ».

À partir de 1950 la musique devient une industrie avec la création de Villar Records, qui produit du « *Kundiman* » de la musique ethnique folklorique. La globalisation de l'industrie musicale des années 1950 avec le *Rock & Roll* fait naître une variante locale appelée « *Pinoy rock* ». Plus tard les années 1960 et 1970 donnent naissance à des formes de musique métissées réunissant des sons locaux à des formes occidentales comme le « *Rock* » le « *Jazz* » appelées « *Pinoy rock* », « *Pinoy jazz* » ou bien « *Manilla sound* ».

Les musiciens philippins d'aujourd'hui évoluent dans le cadre de concerts, de prestations dans le cadre d'émissions radiophoniques et télévisuelles ainsi que dans des films. D'autres deviennent des porte-parole pour des produits ou des entreprises. Les artistes locaux font aussi des tournées internationales et ont des engagements fixes sur de longues périodes. Ils utilisent les services de gérants et des agences sous le regard régulateur du gouvernement pour gérer les transactions internationales. Il existe différentes organisations professionnelles du monde de la musique comme celle des musiciens, des maisons de production et des radiodiffuseurs, etc. Les musiciens font face à plusieurs problèmes comme l'absence d'assurance santé, le chômage et la violation des droits d'auteur entre autres.

Il existe 39 maisons de production de disques affiliées au Philippine Association of Recording Companies (PARI). Les données sur les ventes proviennent des membres du PARI, dont 60 à 80% acceptent de soumettre leurs chiffres d'affaires. En 1997, ces compagnies ont vendu 11,8 millions de copies qui chutèrent à 6,7 millions en 2002. Aucune donnée n'était disponible concernant ces deux périodes pour montrer la vente de disques des artistes locaux. Il paraît que les ventes de la musique *pop* internationale sont dominantes ainsi que les variantes locales des formes musicales occidentales.

La Constitution de 1987 dans son article 14 met les arts et les lettres sous le patronage de l'État, afin de sauvegarder, promouvoir et populariser l'héritage historique de la nation et les créations artistiques. Cette mission est remplie par plusieurs organes gouvernementaux comme la Commission Nationale de Arts et de la Culture (NCCA). Elle a sous sa tutelle entre autres un comité national sur la musique formé de musiciens, de producteurs, d'experts volontaires.

La loi en vigueur sur la radiodiffusion exige que sur une période d'une heure de temps d'antenne les stations diffusent un minimum de quatre pièces musicales philippines. Toutefois, ce quota n'est pas respecté car la Commission Nationale de Télécommunication manque de moyens pour faire sa surveillance. Les stations préfèrent diffuser la musique étrangère et les formes similaires provenant d'artistes locaux. Deux projets de loi seraient à l'étude pour faire évoluer la situation (Letts, 2003). La première propose de rester au quota en vigueur, mais de retirer les licences après trois infractions. La seconde propose un quota de 60 % de contenu local et une amende pour chaque violation.

Conclusion et question de recherche

En France (l'un des États pionniers dans l'action culturelle publique), les politiques culturelles dans les années 1920 à l'arrivée la radiodiffusion ne la mentionne pas comme espace culturel. Ces politiques du début du 20^e siècle suivirent les traces des précédentes qui voulaient venir en aide d'abord à la création et donner une structure d'organisation qui ferait de la culture un bien public sous la tutelle de l'État. L'objectif des mesures étatiques contemporaines dans ce domaine

veut faire la promotion de la culture française et des formes d'expressions artistiques. De plus, la radiodiffusion fait aujourd'hui partie des enjeux majeurs de la sphère culturelle. En ce sens, la loi dans le domaine de radiodiffusion sonore en vigueur, exige des stations locales un minimum de 40% en français.

Au Canada, la relation entre culture et radiodiffusion est clairement établie de nos jours par le CRTC qui est le garant de la musique canadienne sur la bande AM et FM avec la mise en place de quotas de diffusion. Il veille sur l'application des lois en la matière qui exige entre autre que les pièces musicales canadiennes soient présentes sur les ondes d'une station à 30 %.

À la Jamaïque, la musique locale jamaïcaine obtient 37% des heures antennes, dans un contexte marqué par une industrie du disque locale très florissante. La loi en vigueur oblige les opérateurs à diffuser des artistes jamaïcains, néanmoins elle ne mentionne pas le quota de produits locaux qui doit être en onde de manière quotidienne ou hebdomadaire.

Aux Philippines, la loi en vigueur est précise et fait obligation aux stations de diffuser quatre pièces musicales locales au cours d'une période d'une heure, cependant ce quota n'est pas respecté, alors que les ventes de disques sont dominées par les produits musicaux occidentaux. À l'autre bout du monde, au Nigeria, la loi exige que 80% des pièces musicales diffusées vienne d'artistes locaux. Cette exigence est suivie par les stations gouvernementales et la musique nigériane traditionnelle a une forte présence dans les radiodiffuseurs privés. La vente de disques est composée à 60% de produits locaux, sur un marché dominé par les copies piratées.

En résumé, nous pouvons retenir que toute politique musicale autour de la radio doit impliquer une production de disques dynamique que l'État supporte s'il y a lieu, en plus d'avoir des règlements bien définis concernant le contenu de la radio. Il faut surtout retenir qu'il existe une corrélation entre la présence de musique locale, l'existence d'exigences légales précises de contenu local sur les ondes radiophoniques nationales et le niveau de vente de disques des artistes locaux (Letts, 2003 ; Bernier, 2004). Ces mesures qui existent comme nous venons de le voir un peu partout dans le monde ne sont tout simplement pas présentes en Haïti. Il sera

intéressant de voir comment cette absence de politique agit aussi sur la présence de la musique haïtienne sur les stations locales en plus de répondre à nos principales questions de recherche.

Notre travail bénéficiera de l'éclairage de l'économie politique de la communication. Cette approche nous pousse à identifier les forces socio-économiques, culturelles et politiques qui influencent les stations de radio dans la conception de leur programmation musicale et la place qui y est accordée à la musique haïtienne, ainsi que les causes de la faiblesse du secteur de production de disques en Haïti. En ce sens, les questions de recherche auxquelles nous allons essayer de répondre seront plus précisément : Comment peut-on expliquer la place qu'occupe la musique haïtienne sur les ondes de la radio en Haïti ? Dans quel état se trouvent la production, la distribution et la vente de disques en Haïti ? Quels sont les facteurs socio-économiques qui handicapent le développement de la production de disques en Haïti ?

La musique haïtienne à laquelle s'intéresse cette recherche se définit de deux façons. D'abord comme toute pièce musicale écrite ou composée en langue créole et/ou avec l'un des rythmes musicaux (faisant partie des cultes du vaudou) ou rythmes profanes venant des traditions musicales haïtiennes. Cependant, à côté de cette définition ethnologique, nous allons aussi faire la recherche selon une définition plus large qui considère comme musique haïtienne toute pièce musicale composée ou interprétée par un artiste ayant la nationalité haïtienne.

Pour répondre à nos questions, nous allons exposer dans le prochain chapitre notre démarche méthodologique.

3- Méthodologie

Dans cette section, nous nous proposons d'expliciter la méthodologie qui sera appliquée dans la recherche. Nous avons amplement parlé de l'approche que nous allons suivre plus haut. Cependant, il sera important de la préciser encore une fois dans le chapitre qui est réservé à la méthodologie, c'est-à-dire les mécanismes et les protocoles suivis pour obtenir des réponses aux questions de recherche qui nous intéressent. Ensuite, ce sera l'espace pour présenter les outils et les processus de cueillette de données.

Les outils de cette recherche concorderont bien entendu avec l'approche de l'économie politique de la communication qui nous sert de guide dans le cadre de notre travail. Elle permet d'aborder le fonctionnement des médias en les plaçant dans le contexte global de l'économie capitaliste. Globalement, l'économie politique de la communication cherche à expliciter l'effet des forces culturelles et économiques sur les médias. En ce sens, notre recherche s'évertuera à répondre à trois questions suivantes : Comment peut-on expliquer la place qu'occupe la musique haïtienne sur les ondes de la radio en Haïti ? Dans quel état se trouvent la distribution et de la vente de disques en Haïti ? Quels sont les facteurs socio-économiques qui handicapent le développement de la production de disques en Haïti ?

Pour cela, nos hypothèses de travail sont construites selon des relations causales, ce qui introduit parmi nos instruments de collecte de données un outil comme l'analyse de contenu. Cet outil était nécessaire pour avoir des données quantifiées récentes sur la programmation musicale de trois importantes stations de radio. Il s'agit ici de quantifier à l'aide d'un instrument, la présence de musique haïtienne et des formes de musique étrangères dans la programmation de certaines stations très écoutées à Port-au-Prince. Ensuite, nous avons réalisé des entrevues semi-dirigées afin d'explorer avec des acteurs concernés les éventuels facteurs qui pourraient expliquer la place occupée par la musique haïtienne sur les ondes de principaux radiodiffuseurs privés en Haïti. Bien que l'entretien semi-dirigé

s'inscrive dans une logique qualitative, nous l'avons mis à profit dans le cadre de cette recherche d'inspiration objectiviste dans le but de trouver des réponses à nos questions de recherche autour de la problématique de la production de la musique haïtienne et de sa présence sur les ondes radiophoniques locales, à l'aide de l'opinion de différentes personnalités du monde de la radio et du disque entre autres.

3.1 Analyse par codage

Dans un premier temps, nous avons fait une écoute exploratoire des stations de radio de la capitale dans le but de nous familiariser à nouveau avec la bande FM et de voir les changements par rapport à l'année 2004, c'est-à-dire l'année de notre départ du pays. Les analyses de programmations des stations n'étant pas récentes (Fayette, 1984 ; Richemond, 2003), nous avons soumis le contenu musical de trois des principales stations de la capitale à une analyse par codage pour quantifier la part de la musique haïtienne. Dans ces analyses précédentes, Fayette (1984) et Richemond (2003) sont partis de documents écrits détaillant le contenu de la programmation des stations d'heure en heure de lundi à dimanche. Ainsi, le contenu diffusé effectivement sur les ondes n'a pas fait l'objet ni de codage ou de comptage. Les émissions culturelles étaient classées dans ces deux recherches selon trois catégories : **haïtienne, étrangère et mixte (réservée à la fois aux éléments culturels haïtiens et étrangers)**. L'avantage de cette manière de procéder est qu'elle fait gagner du temps et ne demande pas beaucoup de ressources techniques (comme des bandes magnétiques). Cependant, elle ne permet pas de connaître le contenu manifeste, c'est-à-dire savoir ce qui est effectivement diffusé jour après jour ainsi que les genres prédominants.

L'analyse par codage avec l'enregistrement des émissions à l'avantage de montrer le contenu tel que produit par les responsables de programmes, mais aussi de montrer les genres prédominants, les artistes les plus présents, etc (De Bonville, 2000). Nous avons concentré notre regard sur les stations de Port-au-Prince, parce que c'est dans cette ville que se trouvent les principales stations de radio privées et commerciales du pays. Faute d'avoir des données chiffrées sur les cotes d'écoute des différentes stations de la capitale (non disponibles en Haïti), nous avons fait le choix

de ces trois stations à partir d'entretiens avec des journalistes de la presse écrite et des spécialistes en communication. Il s'agissait pour nous d'avoir des données issues d'observations non structurées de certains informateurs pour nous guider dans notre sélection.

Ainsi, nous avons fait le choix de la station *Caraïbe FM* (qui diffuse des émissions d'informations, des débats politiques et de la musique). Elle fait partie de la majorité des stations sur la bande FM qui conçoit leur programmation qu'on pourrait qualifier de « généraliste » ou de « variée » (c'est-à-dire non uniquement consacrée à la musique ni aux émissions d'informations). La bande FM à Port-au-Prince étant constituée de ces stations « généralistes » en grande partie, nous avons jugé bon d'avoir au moins l'une des plus écoutées pour faire notre analyse. Selon ce que nous ont révélé nos informateurs, *Caraïbe FM* serait justement l'une des plus écoutées. Cette station existe depuis la fin des années 1940 (Hartt, 1993). Au cours des années 1990, elle a migré vers la bande FM sur le 94.5 en stéréo. Elle diffuse aussi ces émissions en direct sur internet. Durant la Coupe du Monde de Football (soccer) FIFA 1998, elle s'est imposée auprès de l'auditoire avec une manière originale de retransmission radiodiffusée en combinant des gags, des potins sur les athlètes vedettes, à des commentaires tactiques et techniques. En dehors de la retransmission d'événements sportifs (compétitions régionales ou internationales de soccer) les principales émissions sont des émissions de débats politiques comme « *Ranmase* », l'émission de variétés musicales « *Canal musicale* » et le magazine « *Matin Caraïbe* » entre autres. La diffusion de ces émissions comprend un espace publicitaire important. Bien entendu, dans le cadre de cette recherche, nous avons fait la sélection des émissions à caractère musical pour trouver nos unités d'analyse.

Nous avons aussi choisi la *Radio Superstar* qui est beaucoup plus jeune que la précédente. Elle est apparue sur les ondes à la fin des années 1980. Elle consacre sa programmation uniquement à la diffusion de la musique de tout genre en passant par le *Konpa* à la *Merengue* dominicaine, le *Zouk*, le *R & B*, etc. Elle émet sur le 102.9 FM stéréo tout en diffusant ses émissions sur internet. Selon un de nos interlocuteurs rencontrés lors des entrevues, cette station est l'une des plus riches en contrats publicitaires de la capitale.

Univers FM est la plus jeune des trois stations que nous avons choisies. Elle émet sur 101.3 en modulation de fréquence et en stéréophonie. Sa programmation est consacrée à la diffusion de ballade du genre *Pop/Rock*, du *R&B*, du *Zouk*, de la musique latine, etc. Selon le journaliste Donald Jean, dans un article daté de janvier 2007 publié par l'agence en ligne Infohaiti.net (repris par le magazine Nation soleil), *Univers FM* ferait partie de quatre stations que possède Patrick Moussignac, l'actuel propriétaire de *Caraïbe FM*.

La station *Radio Ginen* (Guinin) est une autre station commerciale à caractère « généraliste » qui, selon un de nos informateurs, possède une grande écoute. Cependant, dans le cadre de cette recherche, nous avons choisi de préférence la *Radio Caraïbe* parce que celle-ci compte parmi les stations que presque tous nos informateurs nous ont mentionnées. Nos moyens ne nous permettaient pas d'avoir un corpus de stations plus large incluant *Radio Ginen* entre autres. Ainsi, nous avons fait l'enregistrement de trois stations sur plus d'une cinquantaine qui existe à Port-au-Prince.

Notre échantillon n'est donc pas représentatif. Si nous avions étendu notre fiche d'écoute à toutes les stations de la bande FM en Haïti, les chiffres auraient donné un corpus intéressant, toutefois, vu que la grande partie de ces stations sont à caractère « généraliste » avec une grille de programme plus ou moins similaire comme celle de radio *Caraïbe FM*, nous estimons que cela n'aurait pas changé les résultats de manière significative par rapport à ce nous pensons trouver dans notre analyse des trois stations. À Port-au-Prince, il existe au moins quatre chaînes musicales, aucune chaîne consacrée à la musique locale exclusivement et le reste de la bande FM est composée de stations avec une programmation variée (musiques, émissions de nouvelles, débats, etc.). Nous avons procédé à l'enregistrement de ces trois stations en sélectionnant au hasard d'un tirage au sort, c'est-à-dire que nous avons choisi d'enregistrer à diverse période ou tranche d'heure se situant entre 6 heures AM et 12 heures AM ou minuit, des périodes de 30 minutes d'émissions musicales au cours de sept (7) jours, à raison de 30 minutes par jour. Cette période de 30 minutes par jour représentait une manière raisonnable pour nous d'observer la programmation musicale de ces stations heure après heure avec nos ressources

limitées. N'ayant pas des données sur ce que l'on peut considérer comme une période de grande écoute en Haïti, nous nous sommes fié à nos observations et c'est en grande partie pour cela que nous n'avons pas inclus dans cette analyse du contenu musical de ces stations au cours de la période comprise entre 0 h 00 et 6 h 00. En effet, dans le cadre de notre analyse, nous avons enregistré par exemple les émissions de la station *Radio Superstar* le 27 février 2007 entre 10 heures 21 minutes et 10 heures 46 minutes AM, alors que le 28 février 2007, nous avons cette fois gravé sur bande magnétique les émissions musicales de cette station entre 7 heures 46 minutes AM et 8 heures 16 minutes AM. Ainsi, nous avons pu enregistrer les émissions musicales de ces trois stations à différentes périodes de la journée. Avec un nombre de sept cassettes pour chacune des stations retenues, nous avons enregistré 210 minutes de la programmation de chacune de ces stations à raison de 30 minutes chaque jour par station sur une période de sept (7) jours. Certes ces 210 minutes ne peuvent être considérées comme un échantillon représentatif, cependant elles peuvent nous renseigner sur le contenu musical de ces radios au cours d'une semaine à diverses périodes (matin, après-midi et soir). Après, nous avons fait une écoute plus systématique avec une analyse par codage de la programmation musicale de trois stations importantes de la capitale.

Ensuite, nous avons auditionné les 21 cassettes et classé les unités d'analyse en deux principales catégories, la **musique haïtienne** (selon les deux définitions de la musique haïtienne) et la **musique étrangère**. Les pièces musicales ont été codées avec quatre autres sous-catégories : **stations**, **heures**, **genres musicaux**, **origines**. L'entrée « **origines** » a servi à caractériser la musique écoutée selon qu'elle soit haïtienne ou étrangère. Au départ, notre définition de la musique haïtienne dans le cadre de cette enquête avait pris uniquement une orientation ethnologique (c'est-à-dire résultant de recherches anthropologiques sur les spécificités culturelles haïtiennes) à savoir toute pièce musicale écrite ou composée en langue créole et/ou avec l'un des rythmes musicaux (faisant partie des cultes du vaudou) ou rythmes profanes venant des traditions musicales haïtiennes.

Cependant, à côté de cette définition ethnologique, nous avons aussi fait choix dans le cheminement de la recherche d'une définition plus large qui considère comme **musique haïtienne** toute pièce musicale composée ou interprétée par un artiste ayant la nationalité haïtienne.

3.2 Observation chez un disquaire de Port-au-Prince

Les statistiques de vente de disques en Haïti n'étant pas disponibles, nous avons fait une visite d'observation chez un disquaire de Port-au-Prince dans le but de nous faire une idée de la distribution des disques en Haïti et de là, appréhender dans une certaine mesure la production de l'industrie musicale haïtienne. Dans le cadre de cette observation, nous nous sommes intéressé particulièrement à l'espace occupé par les disques haïtiens dans la surface du magasin et les produits disponibles sur ses étagères. Ainsi, il s'agit pour nous de confirmer de cette manière nos appréhensions par rapport à l'idée que nous nous étions faite de l'état de santé du secteur de la production de disques en Haïti.

Nous avons fait l'observation chez un disquaire à Pétion-ville en banlieue de Port-au-Prince. Nous nous sommes arrêté spécialement à ce magasin, tout simplement parce que nous n'avons pas eu la possibilité d'avoir l'accord d'autres propriétaires pour entreprendre notre visite. Les contacts avec d'autres disquaires ont été vains. Ce magasin n'occupe certes pas une grande superficie. Cependant, l'organisation de ses étagères est représentative de ce qui se fait en général dans la vente de disques en Haïti. Ce disquaire n'étant pas le premier que nous avons visité, nous sommes en mesure d'affirmer que ce magasin à Pétion-ville peut servir d'archétype dans une certaine mesure en ce qui concerne l'occupation spatiale même il n'est pas grand comme les autres magasins que nous avons visités dans le passé avant notre recherche.

3.3 Nos entrevues semi-dirigées

L'autre outil utilisé dans le cadre cette recherche a été l'entretien semi-dirigé (Beaud et Weber, 1998) que nous avons utilisé sur le terrain en Haïti. Ces

entretiens ont été faits pour entrevoir la perception des acteurs impliqués dans la radio et dans la production musicale en Haïti. Ces acteurs sont deux responsables de stations de radio et deux producteurs de disques. Un musicien/chercheur et un ethnomusicologue nous ont aidé à voir le point de vue du public, autour de la présence des pièces musicales haïtiennes sur les ondes radiophoniques locales par rapport aux œuvres d'artistes étrangers. Avec les responsables de station, nous avons abordé les caractéristiques de la musique haïtienne, la question du contenu musical de leur programmation et la régulation de ce contenu par l'État. Les questions de la production et de la mise en marché de disques et la promotion sont abordées principalement avec les producteurs. Enfin, la vision de l'État nous a été apportée par un fonctionnaire du Ministère de la Culture et de la Communication.

Ces interviewés ont eu un « degré de liberté », c'est-à-dire que nous avons abordé des thèmes pertinents à cette recherche à travers des questions ouvertes qui devaient donner aux interviewés la possibilité d'élaborer des réponses approfondies et de détailler leurs points de vue. (Aktouf, 1987, p.93). L'entrevue semi-dirigée représente un des meilleurs moyens d'aborder en détail des sujets complexes :

« Yet, because the interview as a research tool is very flexible, it can deal with a variety of subject matter at different levels of details or complexity. It can cop with the general public or specialist groups as informants. » (Brenner, Brown et Canter, 1985, p. 7)

Les acteurs que nous avons rencontrés dans notre cas précis, sont considérés comme des informateurs avisés ou des spécialistes qui nous apportent des éléments de réponse pertinents à nos questions de recherche. Ainsi, nous avons abordé en détail différents thèmes relatifs à la problématique de cette recherche avec ces informateurs. Cela devait nous permettre d'avoir une idée des obstacles qui se dressent en face d'une présence continue et significative de la musique haïtienne sur les ondes radiophoniques locales en Haïti.

Il s'agissait aussi de voir les règles et les valeurs qui dominent la conception de nos intervenants à travers leur discours et de voir la façon dont ils perçoivent les rapports entre la musique haïtienne et la radio, la production de disques locale et l'action de l'État haïtien dans ces questions culturelles. En effet,

nos informateurs ont été aussi interviewés comme des acteurs sociaux qui interprètent leur milieu et qui orientent leurs actions et leur discours en fonction de leurs valeurs (Morgan et Smircich, 1980). Nous avons d'abord transcrit les données des entrevues enregistrées sur cassette. Ensuite, nous avons synthétisé les différents points de vue par rapport aux divers grands thèmes abordés dans un tableau. Par la suite, nous avons mis en rapport nos différents acteurs à partir des opinions qu'ils ont émises sur chaque thème. Pour finir, nous sommes partis de leurs opinions sur les différents thèmes pour en faire sortir des éventuelles réponses à nos questions de recherche à la lumière de nos observations non structurées (c'est-à-dire sans avoir utilisé une grille ou un protocole) de la radio, de la musique et des pratiques sociales haïtiennes.

3.3.2 Validités et fiabilité

Nos entretiens trouvent leur validité interne, à savoir une authenticité de la représentation de la réalité décrite par les données (LeCompte et Goetz, 1982), parce que nous avons soumis nos grilles à des personnes directement concernées. Les acteurs qui sont interrogés ont une pratique qui les relie à ces différents secteurs qui concernent le contenu musical des stations de radio et la production de disques. Cette description témoignera de leur intérêt et de la position qu'ils occupent dans cette industrie directement ou indirectement. Par contre, il nous sera impossible de garantir une validité externe totale, c'est-à-dire de considérer que les concepts émergents de ces entretiens peuvent être associés à la vision de tous les acteurs concernés de près ou de loin par cette problématique (LeCompte et Goetz, 1982). En effet, nos entretiens n'abordent que certains acteurs représentant trois entités concernées par la production musicale haïtienne et le contenu médiatique. Des acteurs issus d'une association citoyenne versée dans la défense des droits culturels n'ont pas été abordés du fait qu'au moment de la recherche une telle entité investie de cette mission qui aurait pu faire office de représentant du point de vue citoyen sur la cette question, n'existait pas encore à notre connaissance.

Les points de vue d'un musicien/chercheur et d'un ethnomusicologue ont représenté un moyen pour nous d'apprécier indirectement la perspective de ces

acteurs ou groupes sociaux concernés, autour de ces questions aussi pertinentes pour une nation. Ainsi, nous avons pu prendre connaissance en partie de l'opinion du citoyen (c'est-à-dire le public haïtien) sur la question. La fiabilité interne, c'est-à-dire la possibilité d'utiliser ou d'approfondir la construction conceptuelle d'autres chercheurs qui ont déjà abordé ce sujet avec des entretiens semi-dirigés, ne pourra pas être garantie puisque notre recherche représente l'une des toutes premières en ce sens (LeCompte et Goetz, 1982). La fiabilité externe de nos données telle que définit par LeCompte et Goetz (1982), à savoir la possibilité ou non d'avoir un autre chercheur indépendant sur la même problématique aboutissant à la même conceptualisation que nous, ne pourra pas être garantie non plus. En effet, nous n'avons pas eu la chance de faire analyser et interpréter nos données par un autre chercheur encore moins eu la possibilité de consulter une autre recherche concomitante sur la même problématique afin de nous assurer de cette forme de fiabilité. Nous avons pu seulement bénéficier des regards de notre directeur de recherche le professeur Claude Martin, pour avoir la conceptualisation la plus fiable possible dans ce contexte limité. Nous avons dû nous appuyer sur le point de vue des acteurs concernés, qui interviennent dans les sphères de la musique, de la radiodiffusion et nos observations du phénomène pour arriver à nos réponses. Vu la complexité de nos questions de recherche, nous avons voulu confronter différents points de vue détaillés autour de cette problématique, afin d'arriver à d'éventuelles réponses qui sont, nous l'espérons, les plus susceptibles d'expliquer la prédominance des pièces musicales étrangères sur les œuvres musicales haïtiennes dans la radio locale en Haïti.

C'est ainsi que nous avons procédé dans le cadre de cette tentative consistant à trouver des éléments de réponses à nos questions de recherche sur la problématique de la présence de la musique haïtienne dans la radio locale en Haïti. En résumé, nous avons d'abord quantifié la présence de la musique haïtienne dans les stations de radio et évalué la place qu'elle occupe sur les étagères d'un disquaire pour nous faire une idée de la distribution et de la production de disques. Ensuite, nous avons eu des entrevues avec différents acteurs qui interviennent dans les sphères de la radio, de la production de disque et de la régulation.

4- Présentation et analyse des données de l'observation chez un disquaire et de l'analyse par codage

Les observations que nous avons faites sur les étagères des disquaires et de la bande FM lors de notre voyage en Haïti serviront de portes d'entrée pour les données recueillies à travers le codage des pièces musicales diffusées par trois stations à savoir *Caraïbe FM*, *Univers FM* et *Radio Superstar*. Les données du codage vont être analysées, mises en contexte et commentées en tenant compte des observations que nous avons faites sur le terrain lors de nos écoutes des différentes stations de la bande FM et de notre présence dans les rues de Port-au-Prince. Après la constatation de la place de la musique haïtienne dans ces stations parmi les plus cotées de la bande FM en Haïti, nous verrons les éventuels facteurs qui déterminent le temps des produits musicaux haïtiens, ceci à partir de l'analyse et l'interprétation des données des entrevues semi-dirigées avec des acteurs concernés rencontrés sur la question.

4.1 Observations chez un disquaire de Port-au-Prince

Pour nous faire une idée plus claire de l'offre de disques produits annuellement dans l'industrie musicale haïtienne, nous avons visité un disquaire de Port-au-Prince. Il s'agit d'un des disquaires qui existent dans la municipalité de Pétion-ville en banlieue de la capitale. Autrefois appelée La Coupe, cette région de la capitale représentait au 19^e siècle un lieu de villégiature pour l'élite économique. Au cours du 20^e siècle, elle est devenue la municipalité des résidences de cette élite. Au tournant des années 2000, plusieurs maisons luxueuses ont été transformées en entreprises commerciales (succursales de banques, magasins, librairies, siège social de compagnie de téléphone, etc.).

Le magasin visité n'est pas grand. Il occupe principalement une salle d'à peu près 14 m² avec de petites salles contigües dans lesquelles on retrouve respectivement les rayons des DVD et la caisse.



Étagère de la musique haïtienne

Figure 1

Évidemment, nous nous sommes particulièrement intéressé à l'étagère consacrée à la musique haïtienne qui se trouve dans la grande salle. Sur cette étagère nous avons remarqué des espaces vides importants (figure 1), ainsi que la présence prononcée de disques de compilation de succès d'anciennes gloires de la musique haïtienne (figure 3, 4 et 5). Les nouveautés sont placées à une fenêtre constituée de barreaux donnant sur la rue (figure 2).



La fenêtre laissant voir les nouveaux disques

Figure 2



Des disques du groupe Tabou Combo, 39 ans d'existence

Figure 3



Des disques d'anciennes gloires et artistes phares des années 1980

Figure 4



Compilation des succès de Webert Sicot d'un des pères du Compas direct

Figure 5



Affiche identifiant l'étagère de la musique haïtienne

Figure 6

En d'autres termes, les nouveaux artistes ne sont pas légions sur les étagères. Il faut toutefois souligner que cette étagère de musique haïtienne est dominée en très grande partie par des artistes ou des groupes de la musique *konpa*. Ce n'est donc pas par hasard qu'une affiche ce mot « *Kompa* » se retrouve juste au-dessus de l'étagère. Si en dessous de cette affiche on voit clairement des copies du dernier cd du groupe « *Mozayik* » qui évolue plutôt dans le courant vaudou-jazz ou musique racine (figure 6), toutefois, nous avons remarqué que la majeure partie des disques sur l'étagère était de la musique *konpa*. Nous n'avons pas remarqué de boîtes contenant des nouveaux cd sur le sol chose que nous avons observée ici à Montréal dans un magasin de musique haïtienne. La présence de stocks supplémentaires à proximité des étagères peut représenter un indice sur la vitesse à laquelle le produit est vendu ainsi que sur l'ampleur de la demande dont elle fait l'objet. Nous pouvons ainsi interpréter cette absence comme un élément démontrant que le magasin ne dispose pas de beaucoup d'exemplaires de disques en réserve dans ses entrepôts. De plus, cela démontre que les disques sur les étagères ne sont pas tellement demandés.



Etagère de la chanson francophone
Figure 7



L'un des espaces réservés à la musique latine
Figure 8



Photo 12 : L'étagère de « musique alternative »
Figure 9



Barque d'un vendeur de disques sur la rue Bonne-Foi à Port-au-Prince

Figure 10



Un kiosque de vente de disques sur la rue Bonne-Foi à Port-au-Prince

Figure 11

La salle principale contient aussi une longue étagère, apparemment la mieux garnie de cette salle, réservée à la chanson francophone (figure 7). Les nouvelles gloires de la chanson québécoise et les chanteurs vedettes de variété de la France sont bien en vue. La musique latine est présente aussi sur deux petites étagères séparées par la porte menant à la caisse du magasin (figure 8). Dans un

autre côté de la salle principale se trouve l'étagère nommée « *musique alternative* » avec des noms comme Yanni et autres (figure 9).

Il faut dire que grâce au piratage les disques sont aussi dans les rues soit entre les mains de vendeurs ambulants ou bien sur des étagères du coin de la rue ou dans les marchés publics. Sur ces étagères on retrouve beaucoup les DVD des récents films de cinéastes haïtiens ou étrangers. Les disques compacts sont parfois les seuls à être sur la barque comme c'est le cas sur la figure 10, prise à l'angle de la rue des Miracles et de la rue Bonne-foi au centre-ville de Port-au-Prince. Les vendeurs ambulants, semble-t-il, offrent beaucoup plus de copies de disques locaux que les vendeurs de coins de rue. Cela peut vouloir dire que la musique locale est généralement plus demandée de leurs points de vue. Du côté des disquaires de coin de rue, leurs stratégies sont simples pour attirer les clients. Tout comme le disquaire du secteur formel, ils ont des haut-parleurs qui diffusent de la musique si la compagnie d'électricité alimente (figure 11) leur secteur ; ensuite, ils mettent sous les yeux des passants des posters ou la pochette des cd avec une copie couleur ou noir et blanc de la photo sur l'album original (figure 10). Ces disquaires informels mettent en vente les disques contenant les chansons à succès du moment. D'autres disquaires de la rue offrent un catalogue assez pléthorique capable d'occuper tout un coin de rue avec des artistes étrangers comme Bob Marley, ainsi que d'anciens musiciens vedettes haïtiens.

Dans l'ensemble, nous pouvons dire que chez ce disquaire visité, la musique haïtienne occupe un espace moindre par rapport à la surface occupée globalement par les disques étrangers dans la superficie du magasin. Cette observation nous a donné une idée de la distribution de la musique haïtienne. Elle peut être aussi considérée comme un indice qui montre comment la production de la musique haïtienne est faible. La présence remarquée, sur la seule l'étagère qui lui est réservée, des anciennes gloires montre que la production n'est pas dynamique. En conséquence, les nouveaux artistes n'ont pas une grande fenêtre d'opportunité. De ce fait aussi, la production reste stagnante puisque ce sont surtout les artistes de renom qui sont généralement produits, alors que les étagères des disquaires de la rue cherchent à profiter au maximum de la vente des disques (piratés) des quelques

albums mis en marché par cette industrie et contenant les chansons à succès des artistes du moment.

4.2 La radio à Port-au-Prince : nos observations des bandes AM et FM

La bande FM comprend plusieurs nouvelles stations qui n'existaient pas en 2004, année de notre départ du pays. Au cours des récentes années, beaucoup de stations ont commencé à émettre. Une ancienne station de la ville du Cap-Haïtien, station qui a été détruite au cours des troubles politiques avant le départ du président Aristide, compte aussi parmi les nouvelles stations sur la bande FM à Port-au-Prince.

Les tribunes téléphoniques sur l'actualité sociopolitique ou sur le sport sont très présentes. Mais globalement, l'offre de programmation musicale n'a pas changé. Il n'existe pas de station musicale consacrée uniquement à la musique haïtienne. Toutefois, de nouvelles stations musicales sont arrivées récemment sur les ondes. C'est le cas de *Sky FM* qui diffuse de la musique hip hop étrangère et des rappeurs haïtiens. Nous n'avons pas entendu parler de cette station dans notre entretien pour connaître les stations les plus écoutées de Port-au-Prince ni de sa rivale sur le cadran, la station *MBC* qui a un format presque similaire. Les autres chaînes musicales continuent d'exister. Les stations comme *Sweet FM* ont un nombre important de publicités. La musique *zouk* semble y avoir beaucoup plus de considération que les genres haïtiens. La diffusion de chanson *zouk* est précédée de spots annonceurs. À *Univers FM*, la diffusion de cette forme musicale des Antilles françaises semble être beaucoup plus systématique. Une tranche d'horaire entre 6 heures et 7 heures PM lui est réservée. Une écoute particulière de la station *Univers FM* nous a révélé que la discographie semble n'avoir pas vraiment changé par rapport à trois ans avant notre départ d'Haïti.

4.3 Analyse quantitative de la programmation musicale de trois stations de Port-au-Prince

L'analyse par codage que nous avons faite dans le cadre de ce travail consistait à faire une écoute sélective de trois stations de radio de la capitale Port-au-Prince. Nous n'avons pas couvert la programmation de toutes les stations du pays même de toutes celles présentes dans la capitale. Cette analyse a été faite comme

nous l'avons dit avec deux définitions de la musique haïtienne, à savoir une définition ethnologique et une définition tenant compte de la nationalité de l'artiste qui a produit la pièce. Toutefois, dans les deux analyses par codage le résultat est resté le même. La seconde analyse qui prend en compte seulement la nationalité de l'artiste n'a placé qu'une chanson dans la catégorie **musique haïtienne**. Cette chanson vient du groupe *konpa Tabou combo*, elle est titrée « Bons anniversaire », elle utilise un fond musical *pop* américain et elle est chantée en français. Bien entendu, cela n'a pas changé les résultats de manière importante. Nous pouvons conclure dans une certaine mesure que la musique chantée en créole haïtien ou bien qui utilise un fond rythmique répertorié ethnologiquement en Haïti constitue la production musicale haïtienne présente sur les ondes en ce qui concerne cette analyse. Voyons en détail maintenant les chiffres qui sortent de ces 630 minutes soit un corpus de 134 chansons et/ou pièces musicales classées en deux principales catégories, musique haïtienne et musique étrangère.

Tableau 1 Quantité de pièces musicales haïtiennes et étrangères diffusées selon l'analyse par codage de trois principales stations de Port-au-Prince avec la définition ethnologique

| Total de pièces musicales diffusées par origine | Total de pièces musicales haïtiennes diffusées | Total de pièces musicales étrangères diffusées | Quantité totale de pièces musicales diffusées |
|---|--|--|---|
| <i>Caraïbe FM</i> | 16 | 17 | 33 |
| <i>Radio Superstar</i> | 11 | 43 | 54 |
| <i>Univers FM</i> | 0 | 47 | 47 |
| Quantité totale de pièces diffusées | 27 | 107 | 134 |
| Pourcentages | 20,1% | 79,7% | 100% |

L'échantillon donne une idée de l'utilisation des heures d'antenne quotidiennement suivant une période de sept jours entre 6 heures AM et 12 heures AM ou 0 heure 00. Selon les chiffres des Tableau 1 et Tableau 2, c'est la station *Caraïbe FM* qui réserve le plus de place à la musique haïtienne parmi les trois

stations concernées par cette analyse. Elle a diffusé 33 pièces musicales en tout, dont 16 que nous avons classées dans la catégorie haïtienne.

Cependant, cette station a 17 chansons et/ou pièces musicales dans la catégorie musique étrangère (Tableau 1) Caraïbe FM, comme nous l'avons mentionné dans la méthodologie est une station qui diffuse aussi des éditions d'informations sociopolitiques et sportives et des émissions de débat avec des invités en studio. L'espace réservé uniquement à la musique est donc très mince. Évidemment, cela s'est présenté autrement dans les deux autres stations sélectionnées pour cette analyse. Ces deux autres stations sont tout simplement des chaînes musicales.

Tableau 2 Quantité de musiques diffusées par genres dans trois principales stations de Port-au-Prince selon l'analyse par codage avec la définition ethnologique

| Origines | Musiques haïtiennes | | Musiques étrangères | | | | | Total |
|---|---------------------|--------------------------------------|-------------------------------|------------------|------|---|--------------------------------------|-------|
| | Konpa | Autres genres de musiques haïtiennes | Musique pop/variété française | Musiques latines | Zouk | Musique pop nord-américaine et anglaise | Autres genres de musiques étrangères | |
| <i>Caraïbe FM</i> | 13 | 3 | 0 | 7 | 0 | 0 | 10 | 33 |
| <i>Radio Superstar</i> | 7 | 4 | 12 | 18 | 5 | 5 | 3 | 54 |
| <i>Univers FM</i> | 0 | 0 | 8 | 9 | 6 | 12 | 12 | 47 |
| Quantité totale de pièces musicales diffusées cumulées | 20 | 7 | 20 | 34 | 11 | 17 | 25 | 134 |
| Pourcentage | 14,9% | 5,2% | 14,9% | 25,3% | 8,2% | 12,7% | 18,6% | 100% |

La *Radio Superstar* représente l'une des premières de ce genre en Haïti. Dans notre fiche d'écoute, elle a placé un total de 54 pièces musicales avec 43 unités se trouvant dans la catégorie musique étrangère. La catégorie musique haïtienne compte de son côté que 11 pièces musicales diffusées.

La dernière station étudiée est encore une chaîne musicale émettant à Port-au-Prince, *Univers FM* qui existe depuis peu d'années sur la bande. Cette station se

spécialise dans la diffusion de ballades. Des Haïtiens qui produisent dans cette catégorie avec des rythmes issus de la musique traditionnelle haïtienne et qui chantent en créole du *Jazz* du *Blues* ou de la musique *pop* américain d'après la Deuxième Guerre mondiale³ comme Émeline Michel, Beethova Obas, Yole et Ansy Dérose ne sont pas présents. Sur la totalité des 47 pièces diffusées nous n'en avons trouvé aucune qui pouvait entrer dans les critères fixés dans le cadre de ce travail pour distinguer les pièces musicales haïtiennes. Néanmoins, dans notre autre analyse par codage avec la définition basée sur la nationalité, c'est cette station qui a placé la chanson *pop américaine* du groupe *konpa Tabou Combo* « *Bonne anniversaire* ».

Au niveau des genres musicaux le *Konpa* (voir chapitre sur la musique haïtienne) représente la tendance haïtienne la plus présente sur les trois stations. En fait, la presque totalité des musiques haïtiennes diffusées fait partie de cette forme d'expression musicale soit 20 pièces musicales, qui représentent 14,9 % du corpus de 134 chansons/musiques (Tableau 2). Parmi ces chiffres la musique des vedettes du groupe *Zenglen* est très présente sur les ondes à savoir celle du batteur Jean Hérard Richard avec son album réalisé avec l'ancien chanteur de ce groupe Gracia Delva ainsi que l'album de l'ancien pianiste du groupe Nickenson Prud'homme. Nous n'avons trouvé nulle part une chanson de musique racine. Le Rap créole n'est pas présent non plus.

La musique latine, c'est-à-dire les rythmes issus des pays de l'Amérique latine (*Mambo, Salsa, Merengue, Reggaeton, Tejano*, etc.) viennent en tête avec 34 musiques diffusées soit 25,3 % du corpus (Tableau 2). Le Tejano est la musique des artistes américains d'origine latine. Elle est très présente dans les données avec principalement la chanteuse décédée Selena Quintanilla Perez dit Selena.

La catégorie « **Autres genres de musiques étrangères** » vient tout de suite après avec un chiffre de 25 pièces musicales soit 18,6 % du corpus. Dans cette

³ Cette musique se caractérisait par la présence d'un orchestre. Elle était la musique pour adultes par opposition à celle qu'écoutaient les adolescents aux États-Unis dans les années 1950 et 1960. Les artistes les mieux connus sont Franck Sinatra, Nat King Cole, Sammy Davis Junior, etc. En France, le chanteur Charles Aznavour à ses débuts est considéré comme une des têtes de cette forme musicale. Le couple de chanteurs Yole et Ansy Dérose compte parmi les plus célèbres qui ont pratiqué cette forme musicale dans les années 1980 en Haïti.

catégorie se trouve les pièces instrumentales de l'artiste grec Yannis Hrysomallis dit Yanni, du *R&B* américain, de la musique *pop* instrumentale, etc.

Ensuite, vient la grande catégorie de la musique pop/variété nord-américaine (Etats-Unis et Canada) et anglaise qui comptent 17 chansons diffusées soit 12,7 % (Tableau 2). Dans cette catégorie nous avons mis les chansons de Brian Adams, de Céline Dion (en anglais) à côté des pièces musicales chantées par Garou (en français). Ces artistes canadiens sont très présents dans la programmation des stations musicales.

Les chansons françaises arrivent aussi avec le compte de 20 chansons soit 14,9 %. Dans cette catégorie, nous retrouvons la musique de Frédéric François et de Claude Barzotti.

Nous pouvons dire que selon les chiffres de l'analyse par codage, la musique haïtienne occupe moins de temps d'antenne par rapport à ce qui est accordé à des musiques étrangères dans la programmation de trois principales stations sur la bande FM à Port-au-Prince. Cette musique haïtienne n'est présente en grande majorité qu'à partir du genre *konpa*, alors que d'autres tendances, comme la musique racine, sont complètement absentes. La musique latine remporte la palme dans cette analyse suivit de la catégorie « **Autre genres de musiques étrangères** » de musique étrangère qui est composée de musique *pop* instrumentale de *R&B*, etc.

Conclusion

Nous pouvons dire que la visite chez un disquaire de Pétiion-ville a montré un peu comment la production de la musique haïtienne était réduite du point de vue de la quantité. Elle a aussi montré un manque de variété sur les étagères réservées à celles-ci. L'espace qu'occupe cette seule étagère de la musique haïtienne dans le magasin visité, nous confirme aussi cette appréhension.

L'écoute quotidienne des stations de radio lors de notre voyage en Haïti, nous avait montré que la bande FM avait considérablement grandi avec la présence de plusieurs nouvelles stations. Mais apparemment, la programmation de ces nouvelles stations qui sont en grande partie généralistes, n'innovait pas par rapport à la musique haïtienne. La musique antillaise semblait occuper une place de choix.

Les chiffres de l'analyse par codage ont confirmé que la musique haïtienne occupait une place moins importante par rapport aux produits musicaux étrangers dans la programmation musicale de trois principales stations sur la bande FM à Port-au-Prince. Cette musique haïtienne est présente en grande majorité qu'à partir du genre *Konpa*, alors que d'autres tendances comme la musique racine sont complètement absentes. La musique latine a remporté la palme dans cette analyse, elle est suivie de la catégorie « **Autre genres de musiques étrangères** » et de la musique nord-américaine et anglaise. Ces chiffres apportent un minimum de légitimité à notre recherche qui vise à connaître les facteurs éventuels qui porteraient les responsables de station à attribuer un temps d'antenne moins important aux produits musicaux haïtiens au bénéfice des pièces musicales étrangères dans leur programmation.

Maintenant, nous pouvons aborder le problème avec les acteurs concernés interviewés après avoir, dans une certaine mesure, mis le doigt sur ses manifestations au niveau de la programmation de trois principales stations de radio de Port-au-Prince et dans le champ de la distribution de la production musicale locale avec la visite d'un disquaire.

5- Analyse et interprétation des entrevues

Dans ce chapitre du mémoire, nous allons voir en détail les points de vue de chacun des acteurs rencontrés dans le cadre de nos entrevues semi-dirigées. Il s'agit ainsi de confronter les différentes visions ou réponses qui sont sorties de nos conversations avec chacun de nos interlocuteurs. Nous allons essayer de voir pour chacune des dimensions les points de convergence et les points de divergence. Ensuite, nous tenterons de faire nos conclusions pour chacune de ces dimensions du travail en partant principalement des points de convergence avec l'éclairage de nos observations non structurées (c'est-à-dire sans avoir utilisé une grille ou un protocole), ainsi que nos conversations avec d'autres acteurs concernés hors d'un contexte structuré (c'est-à-dire rencontrés hors du cadre formel des entrevues semi-dirigées).

5.1 La musique haïtienne selon la conception des acteurs rencontrés

Les acteurs rencontrés dans le cadre des entrevues semi-dirigées nous ont donné leur définition de la musique haïtienne. Cette question représentait l'une des dimensions centrales du travail, tout simplement parce que pour arriver à une politique publique de communication en Haïti centrée sur la musique et la radio, il faut, bien entendu, que l'État et les acteurs concernés arrivent à définir l'objet de cette politique.

L'un des points de convergence retrouvé dans la conception des acteurs se trouve dans l'idée selon laquelle une musique haïtienne doit être le fruit de la création d'un artiste de nationalité haïtienne. Cette vision de la musique haïtienne est endossée par les deux producteurs interrogés ainsi qu'un responsable de station de radio.

Toutefois, le deuxième producteur rencontré nous avoue l'existence d'un débat sur la question entre ceux qui disent que la musique haïtienne représente toutes les œuvres musicales d'un musicien haïtien et d'autres qui pensent plutôt que la musique pour être haïtienne doit s'adresser aux Haïtiens du point de vue

linguistique, c'est-à-dire être écrite en créole. Le point de vue commercial sur la chose de ce second producteur rencontré (c'est-à-dire la possibilité de toucher un marché plus grand qu'Haïti et les Antilles françaises) le fait pencher pour la première définition qui fait appel à la nationalité de l'artiste ou musicien à composer et/ou interpréter la pièce musicale. La question de rythme paraît comme secondaire, selon sa définition de la musique haïtienne.

L'autre producteur croit au contraire que la musique produite par l'artiste haïtien doit avoir une couleur locale et être conçue à partir d'instruments indigènes pour être considérée comme haïtienne. Ainsi, pour lui la question de nationalité de l'artiste ne peut en aucun cas être l'unique critère pour caractériser la musique haïtienne.

La conception de ce producteur rejoint dans une certaine mesure le point de vue d'un responsable de station qui voit la musique haïtienne comme une représentation de l'identité haïtienne avec comme instrument symbole le tambour. Cet instrument à percussion est pratiquement incontournable dans la musique haïtienne et selon ce responsable de station une définition de celle-ci doit prendre ce fait en considération.

C'est un peu dans ce sens qu'un des chercheurs en musique haïtienne interrogés abonde en nous disant que la musique haïtienne prend sa base dans la musique coutumière, c'est-à-dire la musique pratiquée dans la vie quotidienne dans les temples vaudous, le Carnaval et le *Rara*, les bals champêtres, etc. C'est également ce que nous a confié en d'autres mots le fonctionnaire du Ministère de la Culture et de la Communication rencontré qui pense tout simplement que la musique haïtienne c'est la musique folklorique et le *Konpa*. Cette tendance, qui donne à la musique haïtienne un point d'ancrage dans des pratiques ou des instruments musicaux traditionnels ou indigènes, apparaît comme dominante parmi les points de vue des différents acteurs.

Toutefois, selon ce que nous a révélé le chercheur/musicien, une définition de la musique haïtienne n'est pas une chose aisée. Il nous affirme que pour réaliser une telle définition on ne peut pas tenir compte de la question de la nationalité seulement, car selon lui, il existe des artistes de nationalité étrangère qui font de la

musique haïtienne. Pour lui, qualifier une musique d'haïtienne demande de faire appel au répertoire de musiques qui ont pris naissance en Haïti, ensuite il faut faire une distinction entre les genres empruntés et les genres locaux.

Presque tous les acteurs rencontrés ont justement bâti leur définition à partir de la question des tendances ou des genres pratiqués. Les genres pratiqués ne sont pas tous issus du terroir. Le fonctionnaire du Ministère de la Culture et de la Communication et l'un des chercheurs en musique haïtienne parlent des genres empruntés qu'ils distinguent des genres locaux. Presque tous les acteurs ont reconnu l'existence d'un Rap haïtien. D'autres ont aussi ajouté le Reggae comme un autre genre de musique haïtienne.

L'autre chercheur rencontré, un ethnomusicologue, a de son côté refusé de nous énoncer une définition. La complexité et la grande difficulté d'une telle entreprise se trouvent selon lui, dans le fait que la musique haïtienne est sous une forte influence de formes musicales étrangères. De ce fait, cette musique subit une hybridation continue en entrant en contact avec ces formes étrangères en plus des genres qui sont empruntés. Un des changements le plus marquants qu'il observe est l'utilisation de la langue anglaise dans les chansons.

Cet ajout linguistique dans les chansons *konpa*, particulièrement s'explique aussi du fait que les groupes phares sont basés aux États-Unis. Leur public est en grande partie composé de jeunes américains anglophones d'origine haïtienne.

Deux responsables de station de radio considèrent eux que la musique haïtienne n'est chantée qu'en deux langues, le créole et le français. Ainsi, selon ces acteurs, les chansons *konpa* chantées en espagnol comme c'était le cas dans les années 70 et 80 ne peuvent être considérées comme musique haïtienne, pas plus que la fameuse chanson du groupe de musique racine *Ram* titrée « Ibo lele » présente dans la bande sonore du film « Philadelphia » de Jonathan Demme. En plus de la question de la langue évoquée par ces deux responsables de stations comme critère pour qualifier une musique d'haïtienne, l'un d'entre eux pense particulièrement que le texte doit aborder des problèmes socio-économiques haïtiens.

La musique haïtienne, selon la tendance dominante qui a émergé des points de vue des acteurs rencontrés, prend sa source dans la musique traditionnelle locale

avec l'utilisation des instruments traditionnels comme le tambour. C'est aussi une musique qui est l'œuvre d'un artiste de nationalité haïtienne, selon l'un de nos informateurs. Elle comprend plusieurs genres qui dérivent de la musique traditionnelle (musique ou folklorique), un genre conçu par un Haïtien (le *Konpa*), et des genres empruntés qui viennent de l'étranger (comme le Rap ou le Reggae). C'est une musique qui est chantée en deux langues, en créole et/ou en français, et qui de nos jours comprend des chansons interprétées en partie en anglais.

Ces deux définitions se rapprochent dans une grande mesure, de celles que nous avons élaborées pour l'analyse par codage. Beaucoup de points apportés par certains acteurs demeurent donc l'objet de discussions. Dans quelle mesure le facteur de la nationalité par exemple peut-il être déterminant dans une définition de la musique haïtienne ? Dans quelle mesure la chanson « Hips don't lie » de Shakira Isabel Mebarak Ripoll dit « Shakira » et de l'artiste de nationalité haïtienne Wyclef Jean peut-elle être considérée comme une musique haïtienne ?

Des questions similaires ne pourront être répondues que de manière pluridisciplinaire, c'est-à-dire en tenant compte des facteurs ethnologiques, démographique et juridico-administratifs, auprès du public, le peuple haïtien. Bien entendu, cela devrait être une des activités centrales à réaliser pour la mise en place effective d'une nouvelle régulation du contenu de la radio.

En effet, comme nous dit l'ethnomusicologue que nous avons rencontré, le public haïtien est en mesure de faire la distinction entre les œuvres haïtiennes des œuvres étrangères malgré les hybridations, les influences et l'usage de l'anglais. Toutefois, nous allons retenir pour l'instant qu'il existe au moins deux principaux moyens de définir la musique haïtienne. Premièrement, on peut capitaliser sur la présence des traditions musicales haïtiennes (utilisation du tambour ou des rythmes recensés ethnographiquement) et/ou les langues (créole ou français). Deuxièmement, on peut se baser sur la nationalité de l'artiste qui a écrit ou bien qui interprète l'œuvre musicale.

Maintenant, quelle place occupe cette musique haïtienne, dans laquelle se retrouvent tous les haïtiens, dans la vie quotidienne ? Comment le peuple écoute-t-il la radio par rapport à cet attachement qu'il ressent envers la musique locale ?

5.2 L'écoute de la musique en Haïti

Cette section traitera de l'usage de la musique dans la vie quotidienne d'abord, avant de parler de sa présence en Haïti sur les ondes radiophoniques. Les acteurs vont nous apporter leur point de vue sur la question. Cette section du travail représentera la principale partie où nous essayons de répondre directement à la question de recherche qui voulait déterminer les forces qui agissent sur les responsables de station de radio lorsqu'ils conçoivent leur programmation musicale.

5.2.1 Musique et vie quotidienne

La musique occupe une place importante dans la vie quotidienne. Selon le chercheur/musicien contacté dans le cadre de ce travail, la musique est présente en Haïti dans les moments de joie dans les deuils, les naissances, etc. Cette musique est présente sur une forme coutumière dans les bals champêtres, le *Rara*, dans les temples vaudous et aussi sous des formes urbaines. De plus, il affirme que tout Haïtien est potentiellement un musicien. En effet, il nous explique que l'écoute de la musique en Haïti se fait de manière active. Lorsqu'un Haïtien écoute une musique généralement selon lui, il fredonne, tape du pied ou chante.

L'un des indicateurs de l'ancrage de la musique dans la vie quotidienne du peuple haïtien se trouve dans la présence constante de la musique dans les véhicules de transport en commun, selon l'ethnomusicologue qui abonde dans le même sens que l'autre chercheur en musique haïtienne interviewé. De plus, il ajoute qu'un véhicule qui diffuse continuellement de la musique avec ses haut-parleurs embarque beaucoup plus de clients/passagers qu'un véhicule non équipé de systèmes de son.



Bus de transport en commun

Figure 12



Habitacle d'un bus de transport en commun de Port-au-Prince

Figure 13

Selon l'ethnomusicologue rencontré dans le cadre de cette recherche, la radio n'est pas le médium privilégié que les gens utilisent pour rentrer en contact avec la musique dans le quotidien, mais plutôt les véhicules de transport en commun et les lecteurs de disques compacts et de DVD. Selon ces observations, il affirme que chaque ménage (à Port-au-Prince tout au moins) possède au moins un poste récepteur de radio lecteur de DVD que l'on alimente à l'aide de piles ou bien d'autres sources d'énergie, à cause des longues périodes de coupure électrique. Vu que les longues coupures de courant électrique font partie du quotidien de la population, le premier point de contact avec la musique pour la majorité des Haïtiens de manière quotidienne se trouve dans le transport en commun.

Bien entendu, ce sont les disquaires de la rue qui permettent à la majorité d'écouter des copies de disques compacts de leurs artistes chéris moyennant une somme raisonnable de 50 Gourdes (environ 2 dollars américains).

Comment la radio en Haïti, selon ce que nous disent tous les acteurs, module-t-elle son contenu musical par rapport à cet auditoire particulièrement entiché de musique ? Comment l'auditoire fait-il son choix d'écoute ?

5.2.2 L'écoute de la radio

Le chercheur/musicien rencontré pense que le nombre d'auditeurs d'une d'une station dépend surtout de la puissance de son émetteur. Selon l'ethnomusicologue rencontré dans le cadre de la recherche, la décision de l'auditoire d'écouter une émission ou une autre est motivée par son appréciation de

l'animateur. Cependant, il croit aussi que les stations sont créées pour plaire à un public déterminé.

Trois acteurs rencontrés dans le cadre de nos entrevues semi-dirigées nous ont dit que les émissions de musique haïtienne seraient parmi les plus écoutées sur la bande FM. D'abord, un des deux producteurs rencontrés nous dit que ces émissions partagent cette place avec les émissions d'informations. Les émissions de musique haïtienne (principalement les émissions de *Konpa*) sont les plus écoutées de l'auditoire, nous confirme aussi l'ethnomusicologue. Par contre, il pense que cela est dû à une volonté d'avoir les derniers ragots, les remous et le compte-rendu des prestations des groupes de *konpa*.

Depuis quelques années, cet intérêt pour les artistes et les musiciens est exploité et encouragé par deux magazines consacrés aux arts et spectacles qui profitent de leurs colonnes pour publier aussi quelques informations intimes sur ces vedettes. Toutefois, tous les musiciens n'ont pas la même attention du public. Ce serait surtout les musiciens de quelques groupes phares de la musique *konpa* qui causeraient des attroupements de fans dans les rues lorsque ces artistes doivent se rendre pour faire leurs achats par exemple. Cela peut vouloir dire tout simplement que le public haïtien est attaché aux artistes locaux ainsi qu'à leurs produits musicaux.

Cependant, selon un des producteurs rencontrés les annonceurs ont un préjugé défavorable par rapport à la musique haïtienne. Ils croient que la diffusion de musique comme du Rap, du R&B (venant d'artiste étranger) sur une station donne à cette station l'attention des jeunes.

Le troisième responsable de média interviewé confirme cet intérêt particulier de l'auditoire pour les émissions de musique locale. Par contre, il affirme aussi que l'écoute de la radio en Haïti au niveau musical se fait selon une habitude de programmation et une habitude d'écoute. Cette habitude veut que les programmeurs placent les chansons moins rythmées (des ballades) au début de la journée et les chansons rythmées comme celles du *Konpa* avant le milieu de la journée. Il avoue aussi que la radio haïtienne travaille en fonction d'un auditoire qui est accoutumé à l'écoute de chansons françaises et de musiques latino-américaines.

5.2.3 Choix musical des stations de radio

Le troisième responsable de média rencontré nous a dit aussi que sa station était née avec l'idée d'avoir une programmation « métissée » combinant la diffusion de la musique haïtienne à des musiques étrangères et aussi selon les habitudes de programmation musicale de la radio en Haïti et en fonction des habitudes d'écoute de l'auditoire. Selon le second responsable de station, la programmation musicale de sa station suit le cadre établi à l'avance de chacune des émissions de la grille de programme de sa station et les rythmes du moment, c'est-à-dire à la demande de l'auditoire, recueillie à partir des appels téléphoniques.

Le premier responsable nous dit que la diffusion de chansons étrangères dans la programmation lui était imposée par l'auditoire. Le public haïtien comme bien d'autres est en contact avec les artistes mondialisés par les multinationales du disque par le biais de l'internet, de la télévision. Les produits des grandes industries culturelles multinationales représentent une autre force culturelle qui s'exerce sur la programmation musicale de la radio en Haïti.

« À partir de l'internet il y a des gens qui restent au courant des derniers tubes *Hip Hop*, du *R&B*, des chansons américaines ou hispanophones. (...)

Le monde étant aujourd'hui un village global, si vous voulez avoir une écoute hyperbranchée chez les jeunes il faut se plier.»

Responsable de station 1 (Question 9, Réponse 9)

Ainsi, ce responsable a souligné l'incidence de la mondialisation des industries culturelles sur le choix musical de sa station. Il nous affirme que dans le cas des disques haïtiens, les chansons sont écoutées par des employés de la station d'abord avant d'être soumises à l'appréciation de l'auditoire. Ensuite, l'album est présenté et des petits hit-parades sont aussi organisés. De plus, une sélection de chansons à partir du contenu des albums est opérée en fonction du caractère des émissions de la grille de programmation.

Cependant, un des producteurs interviewés (qui, dans un passé récent, était responsable de la programmation d'une station à Port-au-Prince) pense lui que le choix musical des stations de radio privée est d'abord motivé par une recherche de publicités auprès des annonceurs.

Ces annonceurs pensent que ce sont les jeunes qui déterminent l'achat de biens et de services de leurs parents. Pour preuve, il nous avoue que selon lui les stations qui diffusent le moins de musiques haïtiennes sont celles qui obtiennent le plus les faveurs des annonceurs et de contrats publicitaires. Il nous a cité l'exemple de la station Radio Superstar qui représenterait selon lui, l'une des stations disposant le plus d'annonceurs sur la bande FM à Port-au-Prince.

« Il y a un autre problème. La radio qui ne diffuse pas de la musique haïtienne est celle qui possède le plus de sponsors, parce qu'ils disent que c'est cette radio qui est suivie par la jeunesse. Assez souvent certains disent que ce sont les enfants qui font les décisions d'achat pour les parents. Vous trouvez des magasins spécialisés qui attribuent leurs publicités dans cette démarche-là. Les compagnies de téléphone s'intéressent à la jeunesse parce que c'est elle qui achète les cartes de recharge. Elles vont aussi donner leur publicité à ces stations. Je suis certain que si je fais une station spécialisée dans la musique haïtienne aujourd'hui je ne vais pas trouver de publicité. »

Producteur 1 (Question 18, Réponse 18)

Le chercheur/musicien rencontré s'est fait un peu l'avocat de la programmation musicale de ces stations privées. Il conçoit les stations privées comme des entreprises commerciales dont le principal but est le profit. Si la diffusion de musique étrangère amène une plus grande écoute (donc une grande visibilité pour les annonceurs) les responsables des stations vont aller dans le sens de leurs intérêts économiques et feront fi de la musique locale.

Si l'écoute est objectivement mesurée, une attitude de ce genre peut être légitimée par les responsables de marketing. Mais, dans le cas haïtien, ces enquêtes se font très rares. Comment expliquer ce comportement des annonceurs envers certaines stations et leurs contenus ?

Dans les prochains paragraphes, nous allons justement apporter des éléments de réponses à cette question tout en explicitant le point de vue des acteurs à propos de l'objectif de promotion de la culture ou plus précisément de la musique, que les radiodiffuseurs acceptent d'endosser en se pliant à la Loi sur les Télécommunications en Haïti et à la tutelle de l'État à travers le CONATEL.

5.2.4 La promotion de la musique haïtienne sur les ondes

Le choix musical des stations selon ce que disent les responsables de station veut donner une place considérable à la musique haïtienne pour répondre à des objectifs de promotion de la culture locale. Les trois responsables de média rencontrés nous ont donné des chiffres qui assuraient une priorité à la musique haïtienne sur les musiques étrangères. La différence entre leurs points de vue est réellement apparue dans le pourcentage attribué à la musique haïtienne dans leur programmation respective. Le premier a parlé de 80 %, le second de 70 % alors que le troisième évoque un chiffre de 60 % pour quantifier l'espace qu'occupe la musique haïtienne dans le contenu musical de leur station respective. Les trois responsables rencontrés estiment que la programmation de toute station de radio en Haïti devrait prioriser la musique haïtienne en lui accordant le pourcentage le plus important. Ces chiffres sont en contradiction avec ceux de l'analyse par codage de la programmation musicale d'une des stations dont nous avons rencontré le responsable de programmation. Peut-être que ces responsables considèrent ces chiffres sur une journée de 24 heures en incluant les heures de diffusion comprises entre 12 heures AM (ou 0 h 00) et 6 heures AM.

Les trois responsables de stations rencontrés ont montré dans leur point de vue que l'objectif de promotion des artistes locaux, confié par la loi de 1977, leur tenait à cœur. Par contre, d'autres acteurs rencontrés ont décrit un tableau un peu moins joyeux en termes d'espace de promotion, de tranches d'heures et d'émissions accordées à la musique haïtienne à la radio.

En effet, les deux producteurs rencontrés ont décrit un sombre tableau de la situation concernant la présence et la promotion effective de la musique locale sur la bande FM. Le premier nous dit que la musique haïtienne n'a généralement qu'un espace de diffusion entre 10 heures et midi. Cet espace est réservé à la diffusion de chanson *konpa* exclusivement, alors qu'une autre tendance comme la musique racine ne fait pas l'objet d'émission spécialisée pour sa promotion. D'autres artistes comme Émeline Michel qui chantent principalement des ballades en créole ne sont pas diffusées sur les ondes.

L'autre producteur est du même avis. La musique haïtienne pour les stations de radio en Haïti c'est au *Konpa* à qu'on attribue le maximum de temps réservé à la production musicale locale. Sur les ondes des chaînes musicales comme la *Radio Superstar* et *Sweet FM* le temps attribué à la musique locale (toute tendance confondue) est encore beaucoup moins, comparé aux stations de type « généralistes », selon lui. Il ajoute que pour obtenir un espace de promotion pour leurs disques sur les ondes, les producteurs doivent généralement payer les stations. Les émissions de musique haïtienne sont parmi les plus écoutées sur la bande certes, mais il est contre la manière dont les propriétaires de médias commercialisent celles-ci. La musique n'est pas diffusée à cause de son existence, mais plutôt parce que les responsables de station reçoivent de l'argent pour cela.

Un des responsables de station interrogée à propos de ces plaintes concernant le manque d'espace de promotion gratuite pour la musique haïtienne, pense que la lacune se trouve du côté des producteurs. Il pense que la radio actuellement fait la promotion gratuitement pour les groupes. Il croit aussi que ce serait tant mieux si les stations pouvaient rentabiliser certaines promotions (c'est-à-dire la promotion des bals ou spectacles par exemple), non pas la promotion de la musique haïtienne proprement dite.

Toutefois, ce même responsable nous avoue que l'espace culturel haïtien (y compris la radio) est marqué par un bovarysme, c'est-à-dire une tendance à faire primer les produits culturels des voisins comme les États-Unis ou la République Dominicaine.

« Il y a beaucoup de *bovarysme* si vous voulez, d'envahissement de l'espace culturel haïtien par la proximité avec les États-Unis, notamment, la République Dominicaine, etc. » **Responsable de station 3 (Question 14, Réponse 14)**

Ce concept mentionné par ce responsable de station vient des travaux de l'anthropologue Jean Price-Mars (1973) au cours des années 1920 qui parle du « *bovarysme collectif* »⁴, c'est-à-dire un préjugé favorable observé chez les élites

⁴ Le concept de *bovarysme collectif* vient des travaux anthropologiques de Jean Price-Mars, sous l'inspiration du roman *Madame Bovary* de Gustave Flaubert. Ce roman au 19^e siècle, critiquait les

haïtiennes qui tendent à valoriser les valeurs culturelles étrangères au détriment des valeurs culturelles locales. Ce responsable de station croit que la radio est le meilleur moyen pour faire le transfert des valeurs culturelles haïtiennes aux générations à venir. Une façon pour nous dire peut-être que la radio haïtienne ne remplit pas tout à fait cette mission actuellement.

Le chercheur/musicien interrogé sur la question pense que la musique n'occupe pas une place restreinte comme le croient les producteurs. Il nous dit que sans être un auditeur assidu de la radio, il croit que sur la bande FM dans l'ensemble, la musique haïtienne est toujours présente. Toutefois, il admet la possibilité d'un comportement abusif de certaines stations qui peuvent fonctionner pendant une journée sans diffuser de musique locale.

C'est plutôt un tableau sombre, comme celui décrit par les producteurs que le fonctionnaire du Ministère de la Communication fait dans sa vision de la promotion de la musique locale à la radio en Haïti. Selon lui, le nombre d'heures accordé à la musique haïtienne varie d'une station à une autre. La promotion de la musique haïtienne sur certaines stations se résume à quelques heures en début de matinée et en soirée alors que pour d'autres, cet espace est encore plus restreint.

La langue utilisée pour faire la promotion de la musique haïtienne a fait l'objet d'un consensus entre les responsables de stations encore une fois, mais aussi avec un des producteurs interviewés dans le cadre de cette recherche. Pour le premier responsable de station rencontré, l'animateur de musique haïtienne doit à la fois faire son travail en créole et en français. Car selon lui, de cette manière il sera en mesure de parler pour tout le monde. Il présume tout simplement que ceux qui comprennent le français peuvent aussi comprendre le créole.

L'utilisation d'une langue ou d'une autre dépendra de la capacité de l'invité en studio à répondre en français ou en créole, selon le second responsable de station interviewé. Il pense aussi que la diffusion d'une émission en français en dehors de Port-au-Prince serait inappropriée. Toutefois, il croit que toute émission

femmes qui avaient tendance à confondre la réalité de leur vie quotidienne avec la réalité fictive des histoires romanesques qu'elles ont lues. À partir du mot bovarysme qui en découle, Price-Mars proposa ce concept pour dénoncer les pratiques que les élites haïtiennes mettaient en œuvre depuis l'indépendance d'Haïti pour se concevoir comme des descendants de la France, tout en rejetant le mode de vie de la majorité des Haïtiens (dans la paysannerie) et ses racines africaines.

musicale ne peut être animée en créole ; il cite en exemple la musique classique. Pour finir, il conçoit que derrière la question de langue de diffusion d'une émission se trouve un enjeu lié à des notions de classes sociales en Haïti. Car une émission animée en créole ou en français s'adresse à des classes sociales différentes. L'animation dépendra aussi, selon lui, en grande partie des sentiments de l'animateur.

Le dernier responsable de radio rencontré dans le cadre de la recherche nous a dit que la question de langue n'est pas primordiale. Selon lui, les émissions de musique haïtienne peuvent être diffusées indépendamment en français ou en créole.

Le premier producteur rencontré dans le cadre de la recherche pense que les émissions de promotion de musique haïtienne peuvent faire place aux deux langues officielles du pays. Il reconnaît toutefois que le français est celle d'une minorité d'Haïtiens et que pour s'adresser à la majorité, il faudrait prioriser le créole à 80 % surtout lorsqu'il s'agit de diffuser des nouvelles.

Bien qu'il reconnaisse l'importance de la langue créole dans le contexte musical haïtien (car les artistes chantent dans cette langue), il croit que le français doit toujours être utilisé dans l'animation des émissions de musique haïtienne. Si animation veut dire humour et que le français représente l'outil linguistique le plus approprié pour faire du style et de l'élégance, selon lui, cette langue doit rester présente dans l'animation des émissions musicales. Le créole peut alors continuer à être utilisé pour les interviews et la diffusion d'informations.

Le fonctionnaire du Ministère de la Communication rencontré croit lui aussi que les émissions peuvent se faire selon un pourcentage de 80% en créole et de 20% en français. Il reconnaît toutefois que la langue créole est la langue de 100% des Haïtiens, tout en précisant qu'il n'y a pas de problème à faire intervenir le français dans une émission d'animation de musique haïtienne.

L'autre producteur interviewé prend complètement le contre-pied de tous les autres acteurs rencontrés sur la question. Selon lui, les émissions de musique haïtienne devraient se faire tout simplement en créole parce que les textes des chansons sont écrits dans cette langue. De plus, il affirme que les auditeurs sont

généralement des Haïtiens, que ce soit à partir des ondes radiophoniques en Haïti ou par le biais de l'internet. Il pense que la pratique d'animer des émissions de musiques haïtiennes en français est ridicule. Il trouve qu'une animation de musique haïtienne pour les Haïtiens dans une langue autre que le créole serait inconcevable. Il croit que l'utilisation du français dans les émissions de musique haïtienne comme le *Konpa* n'obéit qu'à une seule raison, un désir de faire preuve de snobisme, comme c'est en général le cas en Haïti lorsque quelqu'un s'exprime en français.

5.2.5 Discussion et interprétation des données concernant la radio locale et la musique haïtienne

La musique en Haïti rythme la vie quotidienne. Malgré le fait que la radio ne demeure pas le premier moyen pour le public d'entrer en contact avec la musique, les radiodiffuseurs exploitent à fond cette caractéristique de la vie haïtienne. Le choix musical des stations prend sa source dans ce contexte et privilégie d'abord la musique étrangère pour plusieurs raisons. La force économique que les annonceurs exercent sur le contenu de la radio se manifeste dans le choix délibéré que ceux-ci font des stations qui laissent le moins d'espace possible à la musique locale au bénéfice des musiques étrangères.

Les radiodiffuseurs privés feraient ce choix pour avoir l'oreille de la jeunesse et répondre aux besoins des annonceurs qui croient que cette grande partie de l'auditoire n'est pas très attachée à la musique locale. Les responsables de stations, dans ce contexte, laissent manifester leur *bovarysme collectif* (c'est-à-dire le préjugé favorable qu'ils ont pour les œuvres culturelles étrangères) et relèguent en second plan la musique locale, d'autant plus que l'auditoire est comme tout le monde sur la planète sous le charme des vedettes nord-américaines du Hip-hop et donc est aussi touché par les multinationales de l'industrie du disque.

Dans leurs discours, les responsables de radio se sont dits favorables à donner la priorité à la musique haïtienne, alors que les producteurs se sont plaints du manque d'espace disponible pour la promotion pour leurs produits. La langue des émissions de musique haïtienne a fait apparaître un consensus entre plusieurs des différents acteurs rencontrés. Les émissions peuvent selon eux se faire en créole et

en français dans l'ensemble, avec une priorité à un pourcentage de 80% à accorder au créole, selon certains des acteurs. Mais un des acteurs croit tout simplement que cette utilisation est superflue, car les auditeurs des émissions de musique haïtienne sont généralement des créolophones.

Dans ce contexte la musique haïtienne peut donc être diffusée et être promue car les haïtiens semblent en raffoler comme nous montre l'observation du répertoire des véhicules de transports en commun qui sillonnent la capitale et le pays tout entier et ne se soumettent bien entendu qu'à la demande des passagers pour faire leur choix musical.

Toutefois, il paraît aussi que cette attirance pour la musique haïtienne n'est pas la même dans toutes les couches de la société, selon ce que nous avons observé. Le répertoire des bals de salons des jeunes des hautes couches socio-économiques de la société haïtienne semble être un peu plus éclectique que celui des autres couches de la société.

C'est peut-être pour cette raison que les annonceurs sont plus portés à offrir leurs publicités à des stations qui priorisent des chansons produites par des artistes étrangers à longueur de journée, puisque les enfants issus des couches sociales aisées de la société veulent avant tout du *R&B* et du *Hip-hop* nord-américain, sans oublier le fait qu'ils sont aussi ceux qui ont beaucoup plus la possibilité d'acquérir des biens et des services en dollars américains. Ces enfants de l'élite économique du pays, semble-t-il, sont en contact continu avec toutes les dernières vibrations ou trouvailles nord-américaines via la télévision par câble, l'antenne parabolique et par internet. Ils vont de nos jours en grande partie dans des écoles qui suivent les programmes du cycle secondaire de la France ou des États-Unis. Ainsi, ils sont coupés de la réalité culturelle haïtienne tant dans leur formation académique que dans leurs contacts avec la télévision ou la radio. Ils ont à leur disposition tout ce qui est nécessaire pour s'évader culturellement de la terre où le tambour est roi. À partir de cela, se perpétue l'idée que leurs parents veulent leur transmettre, à savoir que tout ce qui est haïtien (ou issu de la matrice de la majorité de la population empreinte de créole ou de tambour) est inculte, vulgaire et même barbare.

Ajoutons que selon nos observations, l'un des principaux points par lequel, semble-t-il, ces enfants entrent en contact avec la langue nationale et la culture haïtienne (ses symboles et ses légendes) demeure leurs conversations avec les travailleurs domestiques (servantes, gouvernantes, garçons de cour, etc.) employés par leurs parents. En d'autres termes, les valeurs culturelles haïtiennes leur sont transmises à travers la présence chez eux, de gens qui occupent un palier inférieur au rang social qu'ils occupent. Ces enfants, dans ces conditions, sont mentalement prédisposés pour entretenir la conception selon laquelle tout ce qui est haïtien (créole, musique, arts, etc.) est aussi synonyme de « bas peuple », de pauvreté, manque amplement de prestige social et est sans valeur.

Le *bovarysme collectif* dans ce contexte doit se manifester pas seulement dans le choix musical, mais aussi dans le choix linguistique des animateurs, afin que les émissions soient avant tout au goût des élites économiques. Par exemple, les émissions de musique haïtienne (de *Konpa*) sont présentées en français, sont intitulées aussi dans cette langue, alors que la grande majorité des textes chantés par les musiciens de la musique *konpa* ou des autres tendances est généralement en créole haïtien.

En parlant le français ou bien un créole « francisé », l'animateur de l'émission montre qu'il n'est pas ignorant. Il fait surtout valoir cette compétence linguistique afin d'être considéré par ces auditeurs comme membre à part entière de la minorité (l'élite économique) qui s'exprime généralement en français et se sert de formules ou de vocables de langue créole pour épicer ses conversations avec ses pairs. Donc pour l'animateur, c'est une manière de se distinguer du « peuple » analphabète « inculte » et pauvre, car le créole est la langue des pauvres et des analphabètes. Il n'agit pas ainsi pour se faire comprendre, mais surtout pour chercher une reconnaissance sociale. Comme nous a dit l'un des producteurs rencontrés, il s'agit tout simplement d'une forme de snobisme assez courante dans la société haïtienne. Le locuteur haïtien scolarisé qui sort de l'École haïtienne s'exprime en français devant un auditoire haïtien (donc créolophone en majorité) dans le but d'épater ou d'obtenir un certain prestige social selon Yves Saint-Gérard (1982) et Laennec Hurbon (1979). Il se comporte ainsi afin de faire valoir sa maîtrise de la

langue des élites économiques et masquer ses origines sociales modestes (Hurbon, 1979 et Saint-Gérard, 1982). L'animateur d'émission de musique haïtienne ne fait que reproduire et perpétuer ce comportement en face de l'auditoire de sa station lorsqu'il utilise le français pour faire son travail.

Le responsable de station privée de son côté soigne son image auprès de l'élite. Il rend son image moins indigeste pour celle-ci et fait en sorte que ses valeurs, « sa prestigieuse langue française » soient bien présentes dans la programmation de sa station. Il est plus confortable avec cette conception de sa programmation d'autant plus que lui aussi aspire ou fait déjà partie de cette élite avec des goûts culturels très éclectiques. De cette manière, surtout le responsable de station privée trouve un autre moyen pour aller chercher des contrats publicitaires. D'ailleurs, lors de l'embauche de l'animateur il paraît que la compétence linguistique française est primordiale, selon nos observations. Il suffit d'écouter les publicités pour les écoles professionnelles de journalisme et de communication pour voir comment l'expression orale française représente l'élément central de leur curriculum. C'est sans doute une des principales exigences du marché du travail pour les étudiants qui veulent devenir journalistes, présentateurs et animateurs de radio et de télévision.

Comme le dit la Constitution de 1987, Haïti possède deux langues officielles le créole et le français, mais elle précise que tous les Haïtiens sont unis par une langue commune, le créole. En effet, la grande majorité de la population s'exprime et ne vit que dans cette langue. Toutefois, c'est aussi la langue des défavorisées dans la société haïtienne, dans le monde rural et dans les villes.

La station qui voudrait prioriser la culture de la majorité des Haïtiens dans ses expressions artistiques et linguistiques sur les ondes n'aurait pas la vie facile. En dépit du fait qu'une station pareille risque de rafler une immense partie de l'auditoire, elle serait en difficulté si elle devait vivre de publicités. En effet, les principaux annonceurs (comme les supermarchés, les maisons de commerce, certaines banques commerciales, etc.) appartiennent en grande partie aux membres de cette élite, qui voit mal la présence assidue de ces « vulgaires valeurs culturelles » sur la bande FM. Dans ces conditions, une station qui veut être le porte-parole des

valeurs culturelles haïtiennes aura du mal à faire valoir sa grande écoute. Les annonceurs auront tout simplement tendance à aller trouver une station mieux cotée dans l'élite économique, « les gens les plus solvables », pour promouvoir et vendre ces produits et services.

Cela peut être une explication à ce qu'on a observé avec une toute nouvelle station dénommée « *Radyo Ginen* » (*Radio Guinin*) au milieu des 1990. Le nom de la station était assez évocateur. En effet, dans la mythologie du Vaudou (la religion de la majorité des haïtiens) le *Ginen* symbolise l'Afrique, la terre des ancêtres, mais aussi dans la mémoire collective ce mot renvoie à la « pourvoyeuse de tout ce qui peut permettre à l'être humain de mener une existence confortable » (Castor, 1998, p.76). Donc, le concept était de faire une radio comme le dit le slogan de la station « *natif natal* » bien ancrée dans la culture et l'identité de la majorité des Haïtiens.

Toutes les émissions (sauf les émissions de *konpa*) étaient diffusées entièrement en créole. Il y avait même la diffusion de prévisions astrales (les horoscopes) dans la langue nationale chaque matin après les informations strictement nationales. Des sondages d'opinion avaient fait de cette station l'une des plus écoutées de Port-au-Prince. Cependant, cela n'avait pas amené pour autant, semble-t-il, les annonceurs à faire le pas vers la station.

Le directeur général de la station a fait quelque chose qui paraissait inédit dans la radio en Haïti, il a tourné des spots pour demander littéralement sur les ondes des contrats de publicité. Il a aussi pressé ses auditeurs de faire la même chose lorsqu'ils se présenteraient dans une maison de commerce, pour aider leur station favorite. La station existe toujours et demeure, selon un animateur de radio vedette rencontré, l'une des plus écoutées de la capitale, en étant la seule station de Port-au-Prince à émettre sur AM et FM. Aujourd'hui *Radyo Ginen*, c'est aussi une chaîne de télévision qui diffuse ses émissions principalement sur les petits écrans de la capitale.

Pourquoi confier ces messages publicitaires à une station qui diffuse rarement cette musique dans laquelle les enfants des « gens cultivés et surtout solvables » se retrouvent ? Pourquoi faire affaires avec une station qui parle continuellement la langue des petites bourses et du petit peuple ? Ce sont peut-être

les questions que se posent les responsables d'agence de publicité et surtout le directeur de supermarchés ou de magasins qui vend ses articles en dollars américains.

Néanmoins, pendant le Carnaval la musique locale devient la reine des ondes radiophoniques et fait le bonheur des grandes maisons de commerce. À ce moment-là, l'élite danse, se défoule auprès de la majorité haïtienne, autour des principales places publiques du Champ de Mars à Port-au-Prince, aux sons de mélodies de différentes tendances de la musique haïtienne. Mais, cette musique perd son trône de reine des ondes et de la vie culturelle mondaine « dans la haute société » dès le « Mercredi des Cendres » pour faire place à la programmation habituelle.

Avec sa programmation, normale le radiodiffuseur haïtien peut donc renforcer et répondre aux besoins d'évasion culturelle ou de « *bovarysme collectif* » que les personnes (les plus solvables) de la « haute société » veulent sur les ondes. Ainsi, les annonceurs (les grands magasins, les supermarchés, les banques commerciales, etc.) vont récompenser ces stations qui font fi le plus possible de leurs obligations légales envers les musiciens haïtiens, d'autant plus que la production musicale locale reste très maigre, alors que les multinationales du disque produisent régulièrement de nouvelles et d'anciennes stars internationales qui ne laissent pas le public haïtien indifférent.

En effet, la production mondiale du disque est contrôlée par « quelques grandes entreprises multimédias » qui « produisent en masse des contenus de leur choix et les commercialisent auprès du grand public solvable avec l'aide des médias (radios, presse, magazines spécialisés) » (Warnier, 2004, p. 45). Ces entreprises multinationales, étant implantées partout sur la planète, ils peuvent mettre en place des stratégies mondiales avec l'appui de leur grande puissance financière (Warnier, 2004). Selon Warnier (2004), la production et l'exportation de biens culturels au niveau planétaire sont contrôlées par des entreprises faisant partie de la triade Amérique du Nord-Europe-Asie. C'est entre autres pour cette raison-là que les productions des artistes nord-américains et européens ont un écho auprès de l'auditoire de la radio en Haïti.

Le responsable de station dans ce contexte doit se presser pour acquérir lui-même les dernières coqueluches américaines de la musique rap ou du *R&B* ou encore de la chanson francophone pour suivre ce courant généré par ces géants mondiaux de marketing et de production de biens culturels. Ce responsable de station va acheter ses disques chez un disquaire, parce qu'évidemment la radio haïtienne ne se trouve pas dans les stratégies de promotion des multinationales de la musique. Dans le but de plaire à son auditoire, qui lui, est touché via l'internet et la télévision câblée par ces vastes campagnes promotionnelles mondiales orchestrées à la sortie des albums, ce petit sacrifice est consenti.

La force économique des annonceurs se combine avec deux forces culturelles pour porter sur la programmation musicale des stations à être la plus éclectique que possible, selon ce que nous déduisons des entrevues avec deux acteurs concernés par la problématique de cette recherche. Ces forces culturelles semblent être de nature interne ou bien liées au passé socio-historique d'Haïti que certains appellent *bovarysme collectif*. Une autre force, qui prend sa source dans le contexte mondial des modalités d'échanges et de la production de disques, agit sur aussi sur les responsables de station.

La faible production de disques de musique haïtienne peut dans ces conditions représenter une bonne raison pour concevoir la programmation musicale la plus éclectique possible. Cet enjeu doit donc être pris à cœur dans toute tentative qui vise l'élaboration de mesures pour réguler le contenu musical de la radio en Haïti. Nous allons essayer de comprendre la situation de ce secteur à travers les différents points de vue des acteurs interviewés.

5.3 La production de disques en Haïti

La capacité de production de l'industrie a effectivement été évoquée comme une cause possible qui empêche les stations de musiques variées d'accorder une présence beaucoup plus accentuée à la musique haïtienne. La radio comme médium fait appel à l'audio pour atteindre le public, et de ce fait donne une place de choix à la musique. Cependant, ce médium dépend de la production de disques qui permet aux stations de diffuser aisément des pièces musicales sans faire intervenir

un orchestre ou un groupe de musiciens dans leurs studios. Le secteur de la production de disques de par le monde marche de pair avec les radiodiffuseurs. Le point de vue des acteurs directement impliqués, à savoir les producteurs, est primordial pour comprendre la situation du secteur. Mais, voyons ce que disent les responsables de station.

5.3.1 Les besoins de la radio et la production locale

La musique a toujours occupé en Haïti tout comme à l'étranger une place de choix dans la programmation culturelle de la radio. La loi haïtienne en vigueur sur la radiodiffusion fait obligation aux responsables de programmer des artistes haïtiens dans leur contenu culturel. C'est pour cela que nous avons jugé bon de questionner les responsables de station rencontrés sur la santé de l'industrie locale du disque et surtout sa place dans leur programmation. Le premier responsable de station rencontré commence par nous montrer les progrès du secteur au niveau du volume d'exemplaires qui sont mis sur le marché à leur sortie. Il nous dit que le secteur met en vente ses albums avec un volume de départ de 40.000 copies au contraire des 5.000 exemplaires d'il y a quelques années. Il croit qu'aujourd'hui la vie des musiciens est plus florissante par rapport à jadis par le simple fait que l'offre et la demande pour les disques aient augmenté.

Toutefois, dans la visite chez le disquaire, nous avons pu avoir des indices sur l'état de la production de disques en Haïti du point de vue du nombre d'albums que l'industrie met sur les étagères au cours d'une année pour différents artistes et les différentes tendances. C'est un peu ce que nous a révélé le premier responsable de station interrogé. Il croit que la production de la musique haïtienne, toutes tendances confondues, ne parvient pas à répondre aux besoins des stations de radio qui, selon lui, sont toujours à l'affut de nouvelles parutions pour satisfaire la soif de leur auditoire. L'offre et la demande de copies de cd a certes augmenté, les albums sortent avec plus d'exemplaires qui sont écoulés principalement en dehors du pays. Cependant, l'industrie ne met que quelques nouveaux albums sur les étagères du disquaire chaque année. Selon le premier responsable de station, ce serait cela qui pousserait des stations à programmer des émissions de musique locale et des

émissions de musique étrangère ou variée et à voir le public comme pluridimensionnel ou bien un auditoire au goût musical diversifié.

Le deuxième responsable de station de radio rencontré voit plutôt la condition de production des artistes et la vie des musiciens comme un sacrifice dont ils ne tirent pas souvent de profit économique appréciable. La principale raison qu'il évoque pour expliquer ce manque à gagner des artistes est la piraterie ou bien le commerce de copies illégales de disques compacts dans les rues. Il croit aussi que la malhonnêteté de certains producteurs, qui refusent de respecter les termes de leur contrat envers les musiciens, représente un autre facteur. Ces deux éléments font de la production de disques en Haïti un casse-tête.

Le premier producteur rencontré nous précise que le secteur était en plein changement. Il nous dit que les producteurs seraient actuellement dans une campagne informelle contre la piraterie, car, dans un passé récent, certains parmi eux entretenaient la vente de copies illégales.

Toutefois, le producteur, généralement, ne produit pas n'importe qui selon le deuxième responsable de station interviewé. Ce sont les artistes de renom de Port-au-Prince qui obtiennent généralement ce privilège. Il en résulte une production de quelques albums dans l'industrie que la radio épuise rapidement. Il constate aussi que pour certaines tendances de la musique haïtienne comme les ballades, la production fait montre d'un manque criant.

Cependant, le troisième responsable pense lui au contraire de ses confrères que la production locale actuelle est en mesure de satisfaire amplement le besoin en contenu musical de la radio en Haïti. Il croit que le secteur du disque n'a pas chômé. Selon lui, ce secteur connaît un essor depuis les années 1990. Cette musique produite localement se présente selon lui, sous différentes tendances et formes musicales, avec un groupe comme *Strings* (qui exploite la musique flamenco) entre autres. Il cite aussi d'autres artistes qui font un alliage entre la musique racine (ou folklorique) avec du Jazz. La quantité d'albums produits dans l'industrie, de son point de vue, satisfait les besoins de sa programmation tout simplement parce que cette production lui permet de faire dosage de manière à avoir un contenu musical

très haïtien tout en étant métissé avec des œuvres musicales venant d'artistes étrangers.

Il ne croit pas qu'il y ait une inflation ou un manque de musique haïtienne sur le marché, toutefois il admet qu'il y a nécessité d'une augmentation de la production de disques. Il pense aussi que l'état actuel de cette production est un effet du manque de moyen et de support dont fait l'objet la production artistique et les musiciens en particulier. Les principales dépenses sont consenties avant tout par les orchestres ou les artistes au prix d'efforts qu'il trouve considérables compte tenu du contexte de production.

Dans une certaine mesure, le premier producteur rencontré croit lui aussi qu'il y aurait amplement de productions locales permettant à la radio de diffuser seulement de la musique locale. Il croit que la variété musicale diffusée par certaines stations comme la *Radio Superstar* serait réalisable en ne diffusant que de la musique haïtienne. Un manque de production ne peut toutefois justifier en aucun cas, selon lui, la diffusion continue de musique étrangère sur les ondes.

5.3.2 L'organisation du secteur du disque

Le premier producteur confirme dans une certaine mesure les affirmations du troisième responsable de station rencontré. Pour produire un album, le musicien doit d'abord consentir une dépense très lourde au départ. Il doit trouver des fonds pour investir dans l'achat d'heures d'enregistrement dans un studio à Port-au-Prince ou en Amérique du Nord. Après cela, un producteur (un particulier qui possède des moyens économiques) va lui acheter le « *master* » et de ce document sonore original ce producteur va faire graver des disques qu'il mettra sur le marché.

Pour la distribution et la vente au niveau local, le premier acteur de la production de disques interrogé nous dit que ce sont en général les disquaires qui contactent les producteurs pour placer leur commande et de là ces disquaires s'organisent pour la vente au détail. Il nous affirme que la compagnie dont il est l'un des responsables a organisé un réseau de distribution de disques vers les villes de province, chose qui n'existait pas auparavant. La promotion se fait avec le tournage de vidéo-clips et le paiement de journalistes et d'animateurs de station de radio à

partir de la source de revenus principale des groupes, leurs prestations (bals, spectacles, festivals, etc.).

L'autre producteur rencontré va dans le même sens. Il nous dit que le secteur de la production du disque en Haïti est tout simplement artisanal, car selon lui, il n'existe pas encore en Haïti de véritable maison de production. La production musicale reste l'apanage d'entreprises individuelles sans grand budget et sans la possibilité d'avoir accès à des crédits bancaires. Il croit lui aussi que la distribution des albums en Haïti se concentre à Port-au-Prince. À l'extérieur du pays, les acteurs du secteur font appel aux services de « *AD Music* » à Paris et de « *Section Zouk* » pour la distribution aux Antilles. Selon lui, les ventes les plus importantes d'exemplaires sont réalisées à l'extérieur du pays. Il affirme que sur une population de 8 à 10 millions, les producteurs n'arrivent pas encore à faire une vente de 10.000 exemplaires.

« C'est quelque chose de très artisanal. Je vais vous expliquer. Nous avons un paquet de producteurs, mais nous n'avons pas de maisons de production. Ce que nous appelons maison de production ici, chacun de ces labels est géré par une personne. Ce sont des entreprises individuelles sans grand budget et qui ne peuvent avoir accès au crédit pour ce produit. Je peux vous donner les noms les plus connus du secteur comme Antilles Mizik ou bien Nouvèl Jenerasyon, des plus anciens comme Mini Records ou Geronimo Records tous sont constitués d'un individu, donc une entreprise personnelle. Il n'y a aucune grande compagnie sur le marché. » **Producteur 2 (Question 6, Réponse 6)**

À cause de leurs limites budgétaires, les producteurs ne peuvent donc pas promouvoir adéquatement les chansons à l'intérieur du pays et encore moins à l'étranger, sur des stations françaises (l'un des marchés traditionnels de la musique haïtienne) entre autres.

« Le producteur ne dispose que d'un petit budget. Déjà en Haïti, il confronte des problèmes dans la promotion de son produit, comment va-t-il s'y prendre pour faire la promotion de ce même produit dans une station de radio en France ou bien en Belgique. Ces choses n'arrivent que par accident. » **Producteur 2 (Question 10, Réponse 10)**

Il poursuit pour dire que certains de ses congénères sont réticents à donner leurs produits à toutes les stations du pays, car selon eux, toutes les stations n'ont pas la même importance. Mais, il croit qu'une promotion normale doit viser à mettre le produit disponible dans la discothèque de toutes les stations indistinctement.

Depuis quelques années, les producteurs et les artistes font appel à un autre moyen de promotion en plus des médias traditionnels. Il s'agit de rendre disponibles leurs musiques dans les véhicules de transport en commun de Port-au-Prince qui diffusent comme nous l'avons indiqué plus haut de la musique à longueur de journée. Selon le deuxième producteur rencontré, ce moyen est effectivement utilisé pour la promotion des disques en Haïti. Cependant, les chauffeurs ou leurs compagnons de travail qui font office de disque-jockeys ne diffusent en grande partie que les chansons les plus demandées sur les ondes des stations de la capitale, pour ainsi se plier aux désirs des passagers. Dans ces conditions, le contenu musical haïtien de la radio exerce une influence considérable sur la discographie des véhicules de transport en commun.

Selon le deuxième producteur interrogé, ses congénères ne disposent non plus d'une structure pour faire la recherche de talents. Souvent, les artistes produits ont déjà une renommée ou bien disposent déjà d'un groupe important de fans qui vient les supporter régulièrement dans une boîte de nuit de Port-au-Prince et des villes de province. Il faut ajouter que les boîtes de nuit constituent le principal espace d'évolution de la musique pour les prestations. Il n'existe pas beaucoup de salles de spectacle.

« Les producteurs traditionnels, ceux qui étaient déjà sur le terrain ce sont des gens avec un budget réduit. Ils sont obligés de guetter les bons coups, c'est-à-dire qu'il recherche des groupes qui marchent très bien pour produire leurs albums, afin de se garantir un minimum. Ils ne vont pas se risquer à produire un nouvel artiste. Maintenant, qui va produire le nouvel artiste ? Comment va-t-il faire son apparition sur le marché ? (...) Nous connaissons des compagnies comme *Universal* ou *Sony* qui ont des départements consacrés à la recherche de nouveaux artistes.

Les producteurs ici recherchent des produits déjà fin prêts. Ils recherchent des groupes *konpa* qui évoluent régulièrement dans une

boîte de nuit, ayant une promotion garantie pour l'album qu'ils veulent mettre sur le marché ».

Producteur 2 (Question 7, Réponse 7)

5.3.3 Discussion et interprétation des données concernant la production musicale

L'industrie du disque haïtien se compose d'entreprises individuelles sans gros budget sans crédit bancaire. Dans ces conditions, ce sont avant tout les musiciens du genre *konpa* qui obtiennent les faveurs des producteurs, vu que ce sont ceux-ci qui ont en général la possibilité d'évoluer régulièrement dans une boîte de nuit, le lieu principal de représentation de la scène musicale haïtienne. De plus, les sponsors qui veulent avoir une visibilité garantie vont souvent aller vers des groupes déjà cotés et qui évoluent régulièrement, comme nous l'a affirmé le deuxième responsable de radio rencontré. Ainsi, ce sont aussi les groupes *konpa* qui peuvent plus facilement trouver un sponsor pour la production de leur album.

La musique *konpa* se prête beaucoup plus à la clientèle des boîtes de nuit (avec leurs soirées dansantes) que la musique racine et le Rap haïtien. Le public des boîtes de nuit est constitué en grande partie de couples qui viennent pour danser bien enlacés sur les pistes. Cette assistance des boîtes de nuit se compose aussi de professionnels, et autres gens en mesure de se procurer des billets d'entrée de 250 à 500 Gourdes pour se détendre avec un groupe d'amis ou seuls. Cette partie du public est, semble-t-il, la plus dense selon ce que l'on observe dans les soirées dansantes de nos jours.

Les autres tendances comme la musique racine se veulent plus une musique de spectacle qui nécessite un espace plus large, et pour laquelle la danse en couple est, en général inadaptée. Toutefois, il existe un groupe de la tendance racine qui possède un lieu pour évoluer chaque semaine, comme nous précise le deuxième producteur rencontré dans le cadre de la recherche. Il s'agit du groupe « *Ram* » dans lequel évolue et dirige le directeur de l'Hôtel Oloffson Richard Auguste Morse.

De manière hebdomadaire, cette formation versée dans la musique racine fait une prestation dans l'enceinte de cet hôtel, devant les clients, des résidents et aussi des couples. Le groupe présente un répertoire qui favorise la danse libre

comme cela se déroule dans une cérémonie vaudou. Mais, il interprète aussi des pièces pouvant être dansées en couple avec un rythme que Richard Morse désigne sous le nom de « *Konpa siwèl* » dans ses entrevues avec les médias. Est-ce une exigence de la clientèle ou un effort d'hybridation, fruit d'une recherche artistique pour allier une forme originelle (traditionnelle et rurale) du *Konpa* avec des instruments électroniques ?

Les groupes de musique racine comme « *Ram* et *Boukman* » sont actuellement produits par des labels étrangers. Cette perspective ne s'offre pas souvent à un groupe de la tendance rap qui n'arrive pas comme les musiciens de la tendance racine à trouver facilement un des producteurs locaux pour graver des disques. Nous pouvons comprendre que dans ces conditions, comme nous dit le premier producteur et l'un des responsables de radio interrogés il n'est pas donné à tous les artistes de produire un album et que la variété au niveau des artistes et des tendances musicales sur les tablettes des disquaires fasse aussi défaut.

Les groupes et les artistes rap arrivent tout de même à se faire une place sur les ondes que les collègues de la musique racine ne semblent pas obtenir. Le fait que sa production exige le plus souvent moins d'instruments et donc moins de travail de mixage donne peut-être la possibilité à la musique rap et *raggamuffin* haïtiennes de produire des simples ou des « démos » beaucoup plus facilement à défaut de mettre de véritables albums sur le marché. Ils bénéficient de la possibilité d'enregistrer dans les studios de certaines stations de la capitale avec l'apport d'un technicien qui les pourvoit d'une musique de fond pour leurs chansons. Toutefois, cela ne se fait pas gratuitement. Selon un informateur, ils doivent payer quelques centaines de dollars américains pour l'utilisation du studio et le droit d'utiliser cette musique de fond originale, composée néanmoins à partir de logiciels informatiques. Ainsi, les coûts de production d'une chanson rap sont beaucoup moindres par rapport à une chanson racine ou *konpa*. Dans le cas de ces deux tendances, l'enregistrement des instruments en plus des voix, des arrangements, etc. font passer de longues périodes très coûteuses en studio. Les musiciens de la tendance racine souffrent beaucoup plus de cette situation, car leurs chansons sont rarement diffusées hormis la période du Carnaval. Du côté de la tendance rap par contre, les chansons commencent à

avoir une présence plus constante sur les ondes. Le Rap possède un répertoire assez riche de chansons et certaines stations arrivent même à lui consacrer une émission.

La présence de la musique haïtienne sur les ondes de la radio en Haïti est liée à la situation de l'industrie du disque local qui doit principalement produire les œuvres musicales des artistes haïtiens. Une industrie peu florissante handicape la radio dans une grande mesure, qui doit sans cesse se renouveler pour ne pas lasser l'auditoire. Comment faire dans ces conditions pour satisfaire un public qui est toujours à la recherche de nouveaux tubes, de nouvelles vibrations ?

C'est dans ce contexte que deux responsables de radio rencontrés nous disent que la production de disques au niveau local ne satisfait pas les besoins de la radio locale. Le second nous précise même que la production souffre d'un manque surtout dans la catégorie ballade. Un autre responsable pense au contraire que cette production de disques convenait amplement aux besoins de la programmation musicale de la station qu'il dirige, c'est-à-dire une station qui se veut métissée tout en étant très haïtienne, d'autant plus que les conditions de production ne sont pas optimales pour les créateurs haïtiens. Un producteur rencontré croit que la production actuelle donne la possibilité de mettre en place une radio spécialisée dans la musique haïtienne avec toutes ses tendances.

Les producteurs dans l'ensemble ont souligné les limites structurelles et économiques de l'industrie du disque. Le secteur se caractérise par des entreprises individuelles et non de véritables maisons de production. La distribution locale de disque n'est pas confiée à une institution spécialisée. Pour la distribution à l'extérieur d'Haïti, en France et dans les Antilles françaises c'est bien le cas.

À cause de ces limites, les producteurs ne sont pas en mesure de faire adéquatement la promotion de leurs produits surtout à l'extérieur du pays puisque c'est surtout en dehors du pays que sont réalisées les meilleures ventes.

Ces contraintes les empêchent d'avoir une structure pour la recherche de talents. L'industrie se contente de produire des artistes confirmés qui évoluent régulièrement dans une boîte de nuit, le plus souvent des groupes *konpa*, évoluant dans la musique la plus appropriée pour la danse en couple et la clientèle des boîtes de nuit. Dans ces conditions, ce sont les groupes de la tendance *konpa* qui

bénéficient des faveurs des producteurs locaux vu que la scène musicale haïtienne ne possède pas beaucoup de salles de spectacle. Les quelques festivals auxquels peuvent participer les groupes racine et les groupes rap (beaucoup plus appropriés pour des spectacles) ont lieu principalement durant l'été en Amérique du Nord.

À part le moment du Carnaval, ces groupes n'occupent pas la scène musicale à l'exception du groupe racine « *Ram* » qui dispose d'un espace hebdomadaire pour satisfaire ses fans. Ainsi, les groupes racine ne peuvent pas être présents sur la scène à cause du manque d'espace approprié pour leur évolution. Les groupes racine qui n'ont pas la chance d'être produits par un étranger et de faire des tournées hors du pays sont obligés d'attendre la période du Carnaval. Les groupes de rap et de *ragga* bénéficient actuellement de possibilité, en plus des collègues musiciens de la tendance racine d'avoir une présence remarquée sur les ondes. Les coûts de production d'un « simple » ou « démo » dans le cadre de cette tendance étant faibles, les rappers ont la possibilité de mettre de temps à autre de nouvelles trouvailles sur les ondes.

La production de disques en Haïti ne peut pas être florissante comme l'affirme l'un de nos interlocuteurs de la radio, puisque l'industrie dans son ensemble connaît des problèmes financiers. La vente de disques en dehors du pays semble permettre aux producteurs de tirer profit des maigres fonds qu'ils investissent. La configuration actuelle de la scène musicale haïtienne au niveau local et dans la diaspora favorise les tendances de la musique *konpa*. Mais, cela empêche aussi les artistes de sortir de la communauté haïtienne. Les groupes sont obligés d'évoluer dans les mêmes boîtes de nuit en Haïti ou bien dans les principaux châteaux forts de la diaspora haïtienne.

Les quelques groupes *konpa* qui ont la possibilité d'évoluer en dehors de ses sentiers battus (en Afrique, en Europe ou Asie) y trouvent un moyen pour se vanter aux yeux des autres groupes. Vu que la présence de ces groupes ne vient pas d'un mouvement global, la musique haïtienne dans son ensemble n'en profite pas. En effet, cela ne semble pas ouvrir véritablement la voie pour la performance d'un nombre considérable d'autres groupes *konpa*.

Dans la musique racine, le tableau est différent. Selon nos observations, les groupes racine, semble-t-il, sont beaucoup plus présents à l'étranger dans les pays où la diaspora haïtienne n'est pas très présente. L'esprit semble aussi plus tourné vers la fraternité, l'entraide entre les « *sanbas* » (les chanteurs et instrumentistes de la musique vaudou). Ce comportement pourrait s'expliquer peut-être par le fait que ces musiciens se veulent porteurs d'une idéologie qui veut valoriser les valeurs musicales traditionnelles haïtiennes. Ils ont peut-être compris aussi que l'épanouissement de leur forme d'expression musicale dépend du rayonnement non pas d'un groupe, mais de toutes les formations au niveau local et encore plus au niveau international.

Au cours des dernières années, certains groupes ont pris des positions politiques dans leurs chansons en faveur ou contre des gouvernements en place. Cependant, il paraît que cela n'a pas porté atteinte à leur façon de concevoir la musique racine comme un mouvement.

Globalement, les performances des groupes racines et des groupes *konpa* à l'extérieur du pays montrent que la musique haïtienne a un potentiel indéniable pas seulement aux yeux des Haïtiens, mais aussi des étrangers. En effet, la production pourrait tirer avantage de cette attirance qu'ont certains publics étrangers pour notre musique. Mais d'abord, il faut trouver un moyen pour vendre plus de disques au niveau local. Bien sûr, un pareil changement dans le marché ne peut intervenir que si le pays arrive à satisfaire les besoins de ses citoyens en plus de donner la possibilité à la majorité de la population d'avoir un emploi stable. Cela impliquerait un développement socio-économique. Mais en attendant, le marché parallèle du disque fonctionne dans les rues de Port-au-Prince et devient un gagne-pain rentable pour certains.

Comment arriver à vendre des disques originaux à bas prix aux petites bourses qui font l'acquisition de copies illégales ? Toute décision en la matière impliquerait l'État qui vient de mettre en place un organe pour la protection des droits d'auteurs. Cela impliquerait d'autres interventions publiques comme le suggèrent les acteurs dans les paragraphes suivants. Cependant, comment impliquer la radio dans cette dynamisation du secteur de la musique ? Comment l'État garantir-

il actuellement la présence d'un contenu musical haïtien sur les ondes comme il est prescrit dans la loi de 1977 ?

5.4 Présence étatique dans la sphère de la radio et la musique en Haïti : présentation des données

La présence du pouvoir public dans les deux sphères de la musique et de la radio est une question centrale dans le cadre de cette recherche. Justement dans les paragraphes qui vont suivre il sera avant tout question de voir comment les acteurs perçoivent les mécanismes actuels de régulation de la radiodiffusion en Haïti. Ils vont aussi nous dire, selon eux, comment devrait se faire la régulation de ce secteur par les autorités publiques. Ensuite, le débat portera principalement sur l'intervention publique dans le domaine de la musique.

5.4.1 Régulation du contenu musical et culturel de la radio en Haïti

L'organe de régulation que la loi sur la radiodiffusion reconnaît se nomme le Conseil National des Télécommunications. Pour monter une station de radio, c'est à cette institution qu'il faut s'adresser. Justement, l'un des responsables de radio rencontrés a fait mention d'un pourcentage de production locale que doit contenir le projet de programmation des stations afin que celui-ci obtienne leur licence du CONATEL pour commencer à émettre. Les autorités publiques demanderaient qu'un pourcentage de 80 ou de 90% de la programmation proposée soit consacré aux artistes locaux. Nous n'avons pas pu confirmer ou infirmer cette affirmation. La Loi sur la Radiodiffusion exige tout simplement dans son article 53 ce qui suit :

«Le programme des émissions commerciales doit comprendre journallement un pourcentage de numéros nationaux avec la participation d'artistes haïtiens. Des normes seront fixées à cet effet.» (CONATEL, 1977).

Ce qui est clair, c'est que les autorités du CONATEL ne disposent pas de moyens pour faire respecter ni ce qui écrit dans la loi de 1977 ou bien ce qu'il exigerait en termes de pourcentage de contenu local avant d'octroyer aux stations leur licence. Un des producteurs nous dit que la régulation de l'État sur la radio demeure seulement dans le domaine technique. C'est-à-dire que le CONATEL veille

à ce que les stations respectent le spectre de fréquence qui leur a été alloué. Le fonctionnaire du Ministère de la Communication rencontré, nous confirme que sitôt l'autorisation de fonctionnement délivrée les stations sont libres de faire ce qu'elles veulent de leur programmation, car, selon lui, en Haïti même le contenu culturel des médias publics n'est pas régulé.

En effet, c'est ce que nous disent en substance les trois responsables de radio rencontrés. L'État ne régule pas le contenu de la radio en Haïti. Pour remédier à cet état de fait, le deuxième responsable de station rencontré pense que le CONATEL doit se doter de moyens pour la surveillance ou le monitoring des stations émettant depuis le territoire national.

Cette structure aurait pour principale tâche d'écouter toutes les stations pour en analyser le contenu et les émissions. Les audiences publiques ou les témoignages, selon lui, ne seraient pas appropriés, vu que dans cette manière d'évaluer, le risque d'avoir d'importants biais serait trop élevé. La possibilité que se présentent aux audiences que des auditeurs inconditionnels des stations concernées est trop élevée et cela rendrait inefficace ce procédé.

Pour le troisième responsable de station rencontré, l'écoute représente aussi le mode de monitoring idéal pour une évaluation efficace du pourcentage de contenu local diffusé par les stations. Cependant, il croit que le CONATEL devrait se servir de cet outil pour aviser les stations fautives de leurs écarts par rapport aux objectifs culturels fixés dans la loi sur la radiodiffusion. Le CONATEL ne doit pas faire preuve de caporalisme ou agir comme un agent de police. Tout en nous avouant que la loi qui régit le secteur était dépassée et contestée, il pense que celle-ci donne au CONATEL les provisions légales nécessaires pour exercer son contrôle sur le contenu de la radio.

Le fonctionnaire du Ministère rencontré pense lui aussi que l'État doit intervenir dans cette question en privilégiant le dialogue pour convaincre les opérateurs du bien-fondé de mécanisme ou de mesure de redressement visant à rendre plus présent la production culturelle locale sur les ondes. Il pense que l'État doit tout simplement s'asseoir avec les radiodiffuseurs pour persuader ceux-ci de la

nécessité de donner une impulsion à la culture haïtienne et trouver une façon de réguler les programmations.

Le premier responsable de station rencontré a surtout insisté sur le fait que la loi de 1977 devait être révisée. L'argument que celui-ci met sur la table pour justifier son point de vue est la présence des stations sur l'internet qui permet à celles-ci de diffuser leurs émissions pour un auditoire mondial.

La loi sur la radiodiffusion avait mis des dispositions légales concernant la diffusion mondiale. Ce que n'avait pas prévu le législateur, c'est la facilité avec laquelle cette transmission mondiale est opérée grâce à l'informatique actuellement. Toutefois, la loi de 1977 (Conseil National des Télécommunications, 1977) exigeait que les stations aient l'autorisation du gouvernement et l'approbation du Conseil National des Télécommunications pour débiter des émissions vers l'international. Nous doutons un peu que toutes les stations haïtiennes émettant à partir d'Haïti sur le web aient fait des démarches en ce sens. Le contexte politique actuel est différent des années 1970 où c'était encore la dictature des Duvalier qui voulait contrôler les informations en circulation dans le pays.

Cela nous amène aux propos du fonctionnaire du Ministère de la Communication qui pense que l'État doit commencer par faire respecter les dispositions existantes sur la radio avant de penser à l'élaboration d'autres lois. En disant cela, il faisait référence aux articles 55 et 56 de ce décret qui obligent les radiodiffuseurs à accorder des espaces gratuits à l'État pour les messages d'intérêt public. Actuellement, ce n'est pas le cas, car l'État doit toujours payer pour faire passer ces messages nous précise le fonctionnaire du Ministère de la Communication.

Les acteurs dans l'ensemble soutiennent globalement que la loi sur la radiodiffusion devrait être remaniée. Pour le deuxième responsable de station, le processus d'élaboration de nouvelles mesures doit être totalement inclusif. Tous les citoyens doivent avoir la possibilité de participer et de donner leur point de vue sur la question. Ensuite, les experts de tous les horizons comme les juristes entre autres avec des représentants des artistes feront la codification de la nouvelle loi. C'est un peu dans ce sens que va le point de vue du troisième responsable de radio

interviewé. Il pense que les opérateurs doivent être incontournables dans le processus de mise en place de ces nouvelles mesures. Il croit aussi que la société civile incluant les artistes doit y prendre part.

Le premier responsable de station rencontré pense que la loi doit partir de cahiers de charge soumis par les responsables des médias et les artistes. Selon lui, les points de vue des acteurs véritablement concernés par la question qui doivent être pris en compte.

Cependant, quel doit être l'objectif principal recherché par l'État dans le contenu culturel des médias ? L'État doit chercher, selon le premier responsable de station, à rendre Haïti culturellement forte à travers la radio et les autres médias. Il doit investir beaucoup plus dans la promotion de la culture haïtienne en proposant des spots aux stations, en demandant à celles-ci d'accorder plus de priorité à la culture haïtienne ou du terroir, tout en tenant compte que nous évoluons dans un village global. Il pense que la culture locale doit être priorisée comme cela est le cas dans les autres pays du globe. Le deuxième responsable de station pense lui aussi que l'État doit demander aux médias de prioriser la culture haïtienne. Cependant, il pense aussi que les autorités publiques doivent organiser des événements et créer des activités pour faire la promotion de cette culture.

Le troisième responsable de radio interviewé croit que l'État doit intervenir avec l'objectif de préserver la culture haïtienne. L'intervention publique dans le contenu culturel de la radio doit avoir le souci de veiller à une bonne transmission des valeurs haïtiennes à toutes les générations à travers la radio.

Le fonctionnaire du Ministère pense que les médias représentent le meilleur moyen de transmettre les valeurs haïtiennes. Il est aussi persuadé que l'État doit harmoniser sa volonté à promouvoir le développement du tourisme avec des mesures concrètes qui pourront permettre de vendre la culture haïtienne dans les médias qui évoluent sur le territoire national.

Toutefois, tous les acteurs interrogés ne sont pas favorables à une intervention publique dans le domaine de la programmation des stations de radio. D'autres acteurs rencontrés se sont montrés réticents envers l'idée d'une

intervention étatique visant à garantir que les stations privées accordent un espace de promotion plus considérable à la musique locale.

Les responsables de station de radio rencontrés se sont montrés favorables dans l'ensemble à la mise en place de mesures de régulation afin de permettre à la musique haïtienne d'avoir une présence effective sur les ondes. Toutefois, deux autres acteurs interrogés ont abordé cette question avec une conception empreinte de libéralisme économique. En effet, c'est en des termes marqués par un libéralisme strict qu'un producteur et le chercheur/musicien considèrent la radio et une intervention étatique pour le contrôle du contenu musical des programmations des stations de radio privée (Abraham-Frois, 2001).

Le modèle libéral de l'économie prend sa source théoriquement avant tout dans la notion de liberté individuelle, ou le droit pour l'individu d'agir selon ses intérêts particuliers et surtout selon son droit à la propriété. En France, l'un des berceaux de «l'individualisme libéral» au 18^e siècle, la propriété privée est selon Abraham-Frois (2001), le fondement de ce courant économique et le seul droit considéré comme étant «inviolable et sacré» dans la Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen de 1789 (p. 19).

Ce producteur et ce chercheur/musicien considèrent qu'une intervention étatique pour le contrôle du contenu musical des programmations des stations de radio privée serait contraire au principe de liberté et une atteinte à la propriété privée et au principe de libre-entreprise. Paradoxalement, ces acteurs ont adopté ce point de vue qui est un peu en contradiction avec leurs intérêts. Le producteur se plaint du manque d'espace disponible sur la bande FM pour faire la promotion de ses produits, alors que le chercheur en musique (qui est aussi musicien) pense que l'État ne devrait pas imposer des quotas de diffusion de musique haïtienne et étrangère.

« Je pense que nous ne sommes plus à cette époque là. Nous demandons la liberté et la démocratie, nous ne pouvons pas demander à l'État d'obliger les stations à diffuser telle ou telle musique. (...) Fidel Castro peut le faire peut-être. Cela ne va pas avec le concept de démocratie que nous voulons vendre.»

Producteur 2 (Question 25, Réponse 25)

« Vous ne pouvez pas lui imposer une chose. Parce que l'État ne subventionne pas la radio. Et la radio est commerciale. La station ne fait que vendre des heures d'antenne. Si je lui demande de me vendre cinq heures dans lesquelles je vais diffuser du Soukous, l'État ne peut pas me dire que je n'ai pas ce droit. »

Producteur 2 (Question 26, Réponse 26)

« Si le Ministère a une politique concernant comment les stations de radio devraient faire leur programmation en terme de contenus, il doit les persuader. (...)

On ne peut pas réglementer les choses comme ça. Le propriétaire est un propriétaire privé. Naturellement, il y a des restrictions au point de vue moral, vous comprenez. Il y a une certaine censure. On ne peut pas tout faire par exemple à la télévision on montre des gens qui sont tués avec la tête coupée, etc. Donc il y a des images qui doivent être censurées qu'on ne peut pas projeter. De même qu'à la radio, il y a des animateurs qui disent n'importe quoi, qui disent des mots contraires à la morale. Ça c'est une forme de censure qu'il faut faire. Mais, maintenant censurer ou exiger de diffuser tel type de musique plutôt que tel autre, moi je suis contre cette législation là. Ce n'est pas une législation, si vous voulez c'est une dictature pratiquement. »

Chercheur en musique (Question 13, Réponse 13)

Toutefois, le chercheur en musique haïtienne qui connaît les couloirs du Ministère de la Culture pour y avoir travaillé dans le cadre de recherches commanditées par cette institution publique, assouplit un peu son point de vue plus loin pour dire que l'imposition de quotas doit être conditionnée par une intervention étatique préalable pour supporter la création musicale.

« Je suis contre l'imposition de quotas à la radio, etc. sans tenir compte de ce qui passe sans support. Et si vous supportez la production automatiquement le quota va augmenter à la radio.

Cela ne va pas augmenter peut-être pas automatiquement, mais à la longue cela arrivera. Si vous augmentez la production locale cela va se refléter au niveau de la radio. »

Chercheur en musique haïtienne (Question 16, Réponse 16)

Le chercheur a une position un peu nuancée par rapport à ce que pense le producteur. Il pense que l'État ne peut intervenir dans la programmation de la radio pour imposer des quotas sans au préalable apporter son support aux musiciens. Il pense que le Ministère de la Culture et de la Communication doit commencer par encadrer les artistes, leur donner l'accès à la formation et faire des événements comme des festivals, des rencontres internationales autour de la musique, des colloques, etc.

Le support aux artistes n'est pas abordé seulement par ce chercheur. Les autres acteurs ont aussi livré leurs impressions là-dessus à partir de questions spécifiques sur le sujet. Voyons de quoi il en retourne en détail dans les paragraphes qui suivent.

5.4.2 Intervention publique dans le champ de la musique locale

La musique haïtienne comme secteur d'activité a été abordée dans presque toutes les dimensions dans cette recherche. Cependant, dans les paragraphes de cette section nous aurons à parler principalement de l'implication du pouvoir public dans le domaine de la musique. Presque tous les acteurs ont donné leur point de vue sur la façon dont l'État pourrait supporter la création musicale en Haïti. Est-ce que le pouvoir public doit financer la production de disques ? C'est à cette question que certains acteurs tentent de répondre.

Bien qu'il ne fût pas prévu d'aborder cette question avec les responsables de station, l'un de ces responsables a livré son impression sur la question. En effet, il s'agit du deuxième responsable de radio interviewé. Selon lui, l'État haïtien doit investir dans la production de disques, puisque cette production dans son état actuel n'arrive pas à satisfaire les besoins des stations de radio. Cela aiderait à augmenter le nombre de nouveaux disques sur le marché par année, et donnerait à la radio la possibilité de remplir amplement sa programmation en répondant aux exigences culturelles de la loi.

Tout en soulignant l'absence de support formel au secteur de la musique, le fonctionnaire du Ministère de la Communication et de la Culture pense que la production de disques ne doit pas être financée par les fonds publics. La production

de disques est une activité commerciale qui ne rapporte rien à l'État, argumente-t-il. Selon lui, la Direction Générale des Impôts ne perçoit plus de taxe sur les bals comme cela se faisait dans le temps. Pour cela, il ne voit pas les raisons qui pourraient pousser le pouvoir public à investir des fonds dans la production musicale. Il croit au contraire que l'État devrait investir dans la formation musicale en mettant en place des écoles de musique à travers le pays.

Selon des informations que nous n'avons pas pu vérifier auprès de sources autorisées, l'État encaisserait depuis quelques années les taxes sur les activités musicales payées par anticipation, c'est-à-dire avant même l'événement en question, le responsable de celui-ci aurait à payer un certain montant pour la Direction Générale des Impôts.

Un de nos producteurs rencontrés pense lui aussi que l'État ne devrait pas financer la production de disques, mais investir dans la formation. Une plus grande accessibilité de la formation musicale serait primordiale pour les artistes, car selon lui ils sont en grande partie des autodidactes qui ont beaucoup de faiblesses. Il croit aussi que l'État pourrait subventionner des artistes en plus d'organiser des concours et de financer des concerts et des festivals.

Le premier producteur rencontré affirme que l'État ne peut pas non plus se contenter de mettre en place des écoles de musique à travers le pays pour supporter le secteur. Il propose lui aussi que le pouvoir public organise un concours afin de produire lui-même le disque du lauréat. De cette manière, il pense que l'État pourrait être présent dans le domaine de la musique, car actuellement, il estime que même dans le cas du Carnaval (considéré comme la plus grande intervention publique dans le secteur) les musiciens ne bénéficient par de supports publics.

La question des droits d'auteur a aussi été l'une des préoccupations des acteurs en abordant le sujet de l'intervention étatique dans le secteur musical. Le deuxième producteur rencontré pense que cette question représente l'un des points épineux sur lequel devrait se pencher l'État haïtien. Il évoque comme exemple l'utilisation des œuvres musicales sans le paiement de « *royalties* » ou de redevance aux artistes. Un des responsables de radio rencontrés croit que ce serait légitime que l'État oblige les médias à payer les musiciens pour la diffusion de leurs œuvres

musicales sur les ondes, puisqu'en diffusant la musique de l'artiste la station en tire un profit économique.

Le fonctionnaire du Ministère de la Culture nous confirme que cette question représente l'un des chantiers actuels de l'État dans la sphère artistique. Nous avons par la suite rencontré le directeur du Bureau Haïtien des Droits d'Auteurs qui nous a confirmé que la première phase de son travail consistera en un grand travail de sensibilisation auprès des propriétaires de médias, pour leur expliquer le bien-fondé de la mesure qui visera à payer des droits d'utilisation aux musiciens, chaque fois que leurs œuvres seront diffusées.

Le travail de sensibilisation doit toucher aussi les citoyens puisque comme nous disent les chercheurs rencontrés, le public n'est pas informé de la question des droits d'auteurs et encore moins de la nécessité de l'implication de l'État dans le domaine de la musique.

Dans cette section, nous venons de voir comment l'État intervient dans le domaine de la musique et de la radio en Haïti. Globalement, les acteurs interviewés nous ont révélé que l'intervention publique dans ces deux sphères n'était pas très remarquée. Dans le domaine de la radio, l'organe de régulation le CONATEL, ne dispose pas de moyens pour le monitoring et la surveillance des stations afin de garantir l'application des dispositions légales qui réglementent ce secteur. Tous les responsables de station rencontrés considèrent nécessaire et légitime que l'État exige des opérateurs d'accorder la priorité à la culture haïtienne dans leur programmation. Néanmoins, cette position ne fait pas l'unanimité parmi nos interviewés. Deux acteurs voient les quotas et toutes autres formes d'exigence légale concernant le contenu musical de la radio privée comme une atteinte aux libertés individuelles et la libre-entreprise. Toutefois, l'un de ces acteurs opposés à l'existence de quotas de contenu local, pense qu'une telle mesure ne pourrait être envisageable que si l'État au préalable supportait la pratique de l'activité musicale en Haïti. La forme que doit prendre le soutien public au domaine de la musique a aussi divisé nos interviewés. Certains croient que la production de disques devrait avoir l'aide de l'État, alors que d'autres pensent que le pouvoir public devrait plutôt créer des écoles de musique pour améliorer la formation des musiciens. Bien

entendu, tous les acteurs qui sont intervenus sur cette question admettent que les supports étatiques aux champs de la musique sont très faibles actuellement.

À partir de ce que nous venons de voir ici, nous pouvons comprendre qu'il y a nécessité pour l'État de repenser sa présence dans le champ de la musique et dans la régulation du contenu des stations, car garantir à la musique et la culture haïtiennes une présence significative sur les ondes peut être un moyen efficace pour renforcer les liens sociaux et renforcer les bases de la nation. Toutefois, si le pouvoir public arrive à la conclusion que l'existence de quotas de contenu local est nécessaire pour assurer une présence prioritaire aux produits musicaux haïtiens sur les ondes radiophoniques nationales, il faudra convaincre des citoyens du bien-fondé de telle mesure pour le bien commun de tous les Haïtiens.

5.5 Conclusion de l'analyse et de l'interprétation des entrevues

La musique est une part importante de la vie quotidienne comme nous dit l'une des figures principales de l'anthropologie haïtienne Jean Price-Mars (1973). À la campagne, elle est présente dans les bals champêtres, dans le travail collectif et dans les moments de deuil et joie. Dans les villes, elle se trouve principalement dans les médias, mais aussi dans la rue grâce aux véhicules de transport en commun.

La musique haïtienne se veut avant tout une musique qui porte la marque d'instruments traditionnels comme le tambour. Elle prend sa source dans la musique traditionnelle ou folklorique haïtienne, vient de créateurs haïtiens tout en faisant aussi des emprunts à des formes musicales d'origine étrangère. Cette musique locale occupe une place de choix dans le cœur des Haïtiens. Les émissions de musique haïtienne comptent parmi celles les plus écoutées sur les ondes, alors que dans les véhicules de transports, c'est surtout cette musique qui est présente dans les oreilles des passagers/clients.

Néanmoins, cette constatation ne semble pas amener les responsables de stations à donner la priorité aux œuvres musicales des créateurs haïtiens sur les produits musicaux étrangers. Partant de ce que nous a révélé un de nos acteurs concernés et appuyé de nos observations, il semble que le préjugé défavorable que porteraient les responsables de station envers les valeurs culturelles locales

(musique haïtienne entre autres), en serait un des éventuels facteurs. Ce préjugé défavorable que l'anthropologue Jean Price-Mars (1973) le désignait sous le nom de *bovarysme collectif*.

De plus, la radio haïtienne est aussi portée à diffuser les vedettes mondialisées par les industries multinationales du disque. En effet, la gigantesque machine de promotion que mettent en place ces géants, à partir des chaînes de télévision comme MTV et l'internet, a des échos aussi en Haïti. L'auditoire haïtien est de ce fait aussi à l'affût de toutes les nouvelles coqueluches de la musique nord-américaine et européenne. Les responsables de programmation doivent, dans ces conditions, laisser un espace encore plus important pour la musique variée étrangère afin de répondre à cette demande pour des artistes qui en définitive ignorent même souvent l'existence de ce coin de terre sur la planète dénommé Haïti.

Ils sont aussi obligés de tenir compte du fait que les annonceurs ont une réticence à confier des contrats de publicité à des stations qui revendiquent une couleur locale et qui veulent aller trouver l'oreille de la majorité du peuple haïtien. Haïti a une population de 8,4 millions d'habitants avec 50 % de personnes âgées de moins 20 ans, selon le quatrième recensement officiel de la population (*United Nations For Population Agency, 2006*). Les annonceurs veulent toucher les jeunes, mais pas n'importe lesquelles, ceux dont les parents disposent de grand pouvoir d'achat en dollars américains. Ils veulent surtout atteindre les oreilles des jeunes fils et filles des élites économiques qui ne se dévouent à une écoute assidue de la musique locale que durant la période du Carnaval.

Selon nos observations, ces héritiers des élites économiques et intellectuelles d'Haïti, souvent, semble-t-il, entrent en contact, avec la culture et la langue haïtienne qu'à partir des travailleurs domestiques de chez eux (servantes, gouvernantes, garçons de cour). Dans ces conditions ils finissent par concevoir dès leur jeune âge, que tout ce qui est créole ou haïtien (la musique entre autres) comme un synonyme de pauvreté, sans considération sociale, sans prestige et sans valeur. Ainsi, ils perpétuent facilement le *bovarysme* que leurs parents leur ont inculqué comme valeurs, en plus d'avoir un accès continu par la chaîne câblée ou les antennes paraboliques aux dernières vibrations des stars nord-américaines.

Le responsable de radio privée, même s'il décidait de ne pas tenir compte de tous ces obstacles liés à ces forces économiques et culturelles, pour se dévouer véritablement à la promotion des valeurs culturelles locales aura en face de lui un autre problème, certes moins important, mais considérable. La production de disques locale se résume à quelques disques par année. Or la radio vit de la musique et surtout de l'auditoire qui s'attend toujours à écouter quelque chose de neuf.

L'industrie du disque haïtien ne peut produire que quelques artistes de renommée de la tendance *konpa* qui peuvent assurer un certain profit aux entreprises individuelles qui la compose. Des faiblesses structurelles et économiques comme son budget restreint et l'inexistence de véritable maison de production avec des équipes de travail multidisciplinaire en marketing, relations publiques, communication, création musicale, etc. gênent l'épanouissement de ce secteur.

Le financement du secteur du disque par l'État n'est pas envisageable pour une grande partie des acteurs rencontrés. Mais un support étatique aux artistes au point de vue de la formation et au niveau financier est apparu comme un point de convergence très rassembleur. Donc, cela serait quelque chose d'incontournable pour les acteurs rencontrés. Aussi, l'État devrait être beaucoup plus présent dans la régulation du contenu culturel de la radio et des programmations musicales, selon ce que nous disent les trois responsables de stations rencontrés et deux autres acteurs concernés.

La mise en place de nouvelles mesures pour contrôler les stations est aussi nécessaire, alors que d'autres pensent que les lois qui régissent le secteur devraient être mises à jour. Cependant, tous ces changements devraient se concrétiser dans un contexte de dialogue entre les opérateurs des médias, les artistes et aussi tous ceux qui ont une contribution à apporter dans le processus. Toutefois, toute tentative de rendre plus effective la régulation publique du contenu culturel de la radio fera face à un discours, une opposition qui verrait cela comme une action dictatoriale contre la liberté d'entreprise comme nous l'ont affirmé deux acteurs concernés lors des entrevues. Cette position, le pouvoir public devra en tenir compte et montrer le bien-fondé de telles mesures pour la culture du pays, la nation et la démocratie.

Voilà globalement, ce qui est sorti des entrevues semi-dirigées. Y a-t-il un terrain fertile pour mettre en place des politiques de communication pour assurer à la production musicale locale une présence plus efficiente sur les ondes ? Si oui, comment s'y prendre en tenant compte du contexte socio-économique et des spécificités culturelles que nous venons de décrire ? La conclusion générale du travail essayera de répondre à ces questions en plus de répondre principalement aux questions de recherche.

CONCLUSION GÉNÉRALE

Dans le cadre cette recherche nous nous étions proposé d'étudier un élément important de la culture haïtienne. Il s'agissait de faire un travail académique autour de la musique haïtienne et de sa présence sur les ondes de la radio locale en Haïti. Le disque étant aussi primordial pour la diffusion de programmes musicaux sur les ondes radiophoniques, nous avons dû aborder avec des acteurs concernés le secteur de la production de disques en Haïti afin qu'ils nous expliquent les problèmes auxquels ils font face. La culture et les arts étant des éléments qui peuvent être de puissants vecteurs de cohésion nationale, cette recherche s'inscrit, comme nous l'avons dit, dans notre volonté de participer à l'établissement d'une véritable nation haïtienne. Ainsi, nous pensons que cela pourrait contribuer au développement harmonieux et durable de la deuxième République dans l'histoire des Amériques.

Suite à des travaux précédents (Fayette, 1984 ; Richemond, 2003) qui avaient mis en évidence une présence prépondérante des œuvres musicales venant d'artistes étrangers sur les ondes des stations émettant sur le territoire national à la défaveur de la musique locale, nous avons voulu en connaître les causes.

Il nous fallait avoir une approche appropriée afin d'orienter notre travail. Nous avons retenu l'approche de l'économie politique de la communication. En prenant sa source dans la critique marxiste du mode de production capitaliste, cette approche postule que le mode de propriété des médias détermine le contenu de la programmation. De cette manière, elle conçoit que le contenu des médias fait l'objet d'enjeux économiques, politiques et culturels où s'affrontent plusieurs forces au niveau local et même international.

Il nous fallait aussi plusieurs outils méthodologiques pour arriver à avoir des données pertinentes et authentiques. La première étape consistait à avoir des données quantitatives récentes sur la présence de la musique haïtienne sur les ondes radiophoniques. Pour ce faire, nous avons effectué une analyse par codage du contenu musical de trois importantes stations de la capitale que nous avons choisies à la suite de rencontres avec des travailleurs du secteur et des journalistes. Les

enquêtes sur les cotes d'écoute des stations n'étant pas quelque chose de courant en Haïti, nous avons dû procéder ainsi.

De plus, nous sommes allé faire une visite d'observation chez un disquaire de Port-au-Prince dans le but de nous faire une idée de la distribution de la musique haïtienne et ainsi avoir des indices sur la valeur quantitative de la production annuelle de disques haïtiens.

Pour approcher les questions principales de la présence de la musique haïtienne en onde et de la production de disques, nous avons eu des entretiens semi-dirigés avec des responsables de station, des producteurs et des chercheurs en sciences sociales et en musique. Nos entretiens ont trouvé leur validité interne (LeCompte et Goetz, 1982) dans le fait que nous avons rencontré des personnes directement concernées par ces deux questions. Par contre, il nous a été impossible de garantir une validité externe (LeCompte et Goetz, 1982) aux données de nos entrevues, puisque celles-ci n'ont abordé que certains acteurs représentant trois entités concernées par la production musicale haïtienne et le contenu médiatique. Un acteur ou une organisation citoyenne développant une activité réflexive pour porter les revendications du public haïtien au niveau culturel n'a pas été interrogé, du fait que nous n'avons pas eu connaissance de l'existence de tels acteurs ou entités au moment de la mise en place de cette recherche. Le point de vue du chercheur/musicien rencontré et de l'ethnomusicologue nous ont été le meilleur moyen d'être plus proche que possible du point de vue citoyen sur la question.

La fiabilité interne, c'est-à-dire la possibilité d'utiliser ou d'approfondir la construction conceptuelle d'autres chercheurs qui ont déjà abordé ce sujet avec des entretiens semi-dirigés, n'a pas pu être garantie puisque notre recherche représente une toute première, à notre connaissance, à aborder la question de cette manière (LeCompte et Goetz, 1982). La fiabilité externe, à savoir la possibilité d'avoir un autre chercheur indépendant sur la même problématique aboutissant à la même conceptualisation, n'a pu être atteinte non plus (LeCompte et Goetz, 1982). En effet, nous n'avons pas fait analyser nos données par un autre chercheur ou eu la chance de consulter une recherche simultanée avec la même problématique et des entrevues

semi-dirigées similaires pour nous assurer de la fiabilité de la conceptualisation qui est sortie de nos données, comme le suggèrent LeCompte et Goetz (1982).

Notre visite chez un disquaire de Pétion-ville, une municipalité au sud-est de Port-au-Prince nous a permis de constater que la musique haïtienne occupe un espace moindre par rapport à la surface occupée globalement par les disques étrangers dans la superficie du magasin. De plus, nous avons constaté une forte présence de compilations d'anciens succès de groupes phares de la seconde moitié du 20^e sur les étagères réservées à la musique haïtienne. Cette observation nous a donné une idée de la distribution de la musique haïtienne, et cela nous a donné des indices pour montrer comment la production de la musique haïtienne est faible.

Selon les chiffres de l'analyse par codage, la musique haïtienne occupe l'arrière-scène dans la programmation musicale de trois principales stations sur la bande FM à Port-au-Prince, avec un pourcentage de 20,1% du corpus 134 chansons /musiques. Cette musique haïtienne est présente en grande majorité à partir du genre *konpa* (20 pièce musicales soit 14,9%), alors que d'autres tendances comme la musique racine sont complètement absentes. La musique latine (25,3% du corpus) remporte la palme dans cette analyse.

Du côté des entrevues semi-dirigées, les acteurs rencontrés nous ont révélé d'abord leur définition de la musique haïtienne. Cette musique peut être caractérisée à partir de deux principaux points d'ancrage. La nationalité du musicien qui a composé ou exécuté l'œuvre en question ou bien l'utilisation d'instruments ou de rythmes traditionnels haïtiens lors de la composition ou l'interprétation de la pièce musicale.

Cette musique locale, selon certains de nos acteurs rencontrés, quelle que soit la définition adoptée, trouve un espace restreint dans les programmations musicales des stations de radio locale en Haïti, voilà le constat d'ensemble qui est ressorti des entrevues semi-dirigées. Cette situation semble être la résultante de l'action qu'exercent deux forces sur les responsables ou les propriétaires de médias. La première est une force culturelle qui semble être de nature interne ou bien liée au passé socio-historique d'Haïti que certains appellent *bovarysme collectif*.

Cette force culturelle se combine au fait que les maisons de commerce, les principaux annonceurs éventuels sont avant tout des membres de cette élite qui voit mal une programmation priorisant la musique et les autres formes d'expressions culturelles locales. D'autres parts, ces annonceurs veulent faire la promotion de leur produit avant tout auprès des «gens solvables», les jeunes enfants de l'élite économique qui écoutent principalement les stars du *Pop* et du *Hip-hop* américains. Cette volonté des annonceurs exerce une force économique sur le contenu musical et culturel des stations privées/commerciales qui doivent vivre de la publicité. De toute façon, le programmeur de ces stations commerciales doit aussi tenir compte de la production des méga stars des multinationales de la musique, dont les gigantesques stratégies de promotion mondiales portent aussi l'auditoire haïtien à consommer à tout prix leurs produits.

La faible production du secteur de l'industrie du disque haïtien n'arrange pas la chose, puisque cette production ne peut répondre adéquatement aux besoins de ces stations. L'industrie du disque en Haïti fait face à des limites structurelles (c'est-à-dire l'absence de véritable maison de production avec des grandes équipes de travail) et le manque de moyens financiers, pouvant assurer aux produits une promotion et une distribution adéquates au niveau local et international. Il en découle une absence de variété dans la production que l'industrie met sur les étagères et la présence accentuée d'artistes déjà confirmés du genre musical le plus commercial dans ce contexte, le *Konpa*.

Tous les acteurs interviewés ont souhaité certaines formes d'interventions publiques dans les deux sphères, à savoir le contenu de la radio et la production de la musique haïtienne. Des responsables de stations ont proposé que l'État se munisse de structures pour superviser et écouter les radios quotidiennement contrairement à ce qui se fait actuellement ; alors que d'autres pensent aussi que des lois qui régissent le secteur devraient être mises à jour.

Toutefois, presque tous les acteurs interrogés sur ce sujet précis admettent que ces changements devraient se concrétiser dans un contexte de dialogue entre les opérateurs des médias, les artistes et tous ceux qui ont une contribution à apporter dans le processus.

Cependant, toute tentative de rendre plus effective la régulation publique du contenu culturel de la radio. fera face à un discours, une opposition qui verra cela comme une action dictatoriale contre la liberté d'entreprise, comme nous l'ont affirmé deux acteurs concernés lors des entrevues. Cette position le pouvoir public devra en tenir compte et travailler à montrer le bien-fondé de telles mesures pour la culture du pays, la nation et la démocratie.

Voilà une vue d'ensemble de cette recherche qui se proposait de trouver les causes de la présence prépondérante des pièces musicales étrangère sur les ondes des stations privées haïtiennes, au détriment de la musique locale. Nous sommes de ce fait en position maintenant de faire des propositions pour la mise en place de toute éventuelle politique de communication autour de la radio et de la musique locale en Haïti, comme nous nous étions proposé de le faire en élaborant ce projet de recherche.

La première démarche à faire sera de revoir la loi sur la radiodiffusion puisque, comme nous l'avons vu, elle n'est assez précise concernant la part que doit occuper véritablement la musique haïtienne dans les programmations musicales des stations de radio. En effet, cela peut facilement justifier des abus. Bien entendu, tous les secteurs concernés par cette nouvelle loi devraient participer activement à son élaboration. Ainsi, cette méfiance vis-à-vis des mesures étatiques pour le contrôle du contenu des médias (héritée peut-être des années de dictature politique qu'a connu le pays) sera peut-être quelque peu dissipée.

Des structures doivent être mises en place pour la supervision continue du contenu musical et culturel des stations. Il va falloir aussi encourager les stations privées à promouvoir la culture haïtienne, avec peut-être des exonérations fiscales pour celles qui priorisent les artistes du terroir. De ce fait, beaucoup plus de stations verront la nécessité culturelle et économique de mettre à l'avant-scène la production musicale haïtienne. Cela servira aussi à évacuer grandement la pression économique des annonceurs potentiels sur la programmation musicale et culturelle des stations privées.

Bien entendu la radio ne peut pas à elle seule faire la promotion des valeurs culturelles locales. Elle doit arriver en soutien de ce qui se fait dans les autres médias

comme la télévision, et surtout dans le programme scolaire national. De cette manière, la tendance à déifier les expressions artistiques et culturelles étrangères et à rejeter la culture locale que pratiquent les élites de la société haïtienne sera en grande partie possiblement contrée.

Les nouvelles mesures dans le contexte médiatique devront prendre en compte la question linguistique. En effet, la promotion de l'identité culturelle haïtienne et de l'art haïtien ne peuvent se faire en évacuant la langue créole sous prétexte qu'elle n'est pas assez charmante ou élégante pour présenter à un public 100% créolophone les chansons haïtiennes, de surcroît généralement écrites dans la langue de tous les Haïtiens.

Le créole haïtien étant avec le Vaudou, les deux éléments fondamentaux de la culture et de l'identité haïtienne (Hurbon, 1979), toute présentation ou animation d'une émission de musique haïtienne exclusivement ou partiellement en français à un auditoire haïtien n'est pas véritablement une promotion de la culture haïtienne. L'utilisation du français dans ce cadre précis apparaît, en effet, quelque peu comme une façon voilée de dire au peuple que sa langue ne peut l'aider à apprécier le génie créatif de ses artistes dans sa langue. Comme nous précise Paul Antoine (2004) :

« La langue haïtienne exprime et actualise l'Haïtien dans tout son être et toute son existence. Elle est le moyen par excellence d'échange réciproque des Haïtiens entre eux et avec le monde. »
(p. 210).

Des mesures étatiques pour favoriser la diffusion d'émissions culturelles ou de musique haïtienne entièrement en créole contribueraient à valoriser la langue nationale et à vulgariser des connaissances académiques et scientifiques relatives à la musique et l'art entre autres. Cela pourrait faire partie des dispositions qu'adopterait l'État haïtien dans le cadre de mesures d'aménagement linguistique globales, si nécessaires, pour son épanouissement et le développement du pays.

La production de la musique haïtienne doit bénéficier d'un soutien indirect de la part de l'État comme l'ont exprimé les acteurs rencontrés. Les fonds publics doivent mettre en place des écoles de musique à travers le pays, en plus d'organiser des événements comme des concours et des spectacles qui feront bénéficier les

musiciens. Des concours de musique, sous la supervision du Ministère de la Culture devront se faire en deux versions. Une première ciblerait les œuvres haïtiennes, issues des traditions musicales sacrées et profanes (*rara*, vaudou, *konpa*, etc.) ethnographiquement recensées. Une deuxième version du concours aurait une définition plus large de la musique haïtienne et ciblerait toute œuvre composée par un artiste de nationalité haïtienne. Ces deux versions de ce concours financé par les fonds publics auraient pour objectif de produire un disque avec les lauréats. De cette manière, la musique haïtienne, toutes tendances confondues, selon une définition ethnologique ou bien partant du critère de la nationalité, en bénéficierait dans son ensemble.

Pour avoir une présence soutenue de la musique locale sur les ondes, il faut surtout une production dynamique de la part de l'industrie du disque. Une des meilleures manières d'y arriver est de trouver un moyen de favoriser la vente de disques au niveau local. Une telle ambition n'est certes pas envisageable si le pouvoir d'achat et le revenu des citoyens haïtiens n'augmentent pas et que le pays n'est pas en mesure de satisfaire les besoins primaires de ses enfants. Cependant, l'État pourrait aider à faire baisser les prix des disques en baissant les frais de dédouanement, entre autres mesures.

Cela ne doit pas empêcher les acteurs de l'industrie du disque de réfléchir et de s'organiser pour faire baisser les coûts de production le plus possible, sans porter préjudice aux intérêts des principaux artisans, les musiciens. Le Ministère de la Culture pourrait faciliter le dialogue entre les acteurs de l'industrie du disque pour la mise en place de cette stratégie concertée et peut-être une meilleure structuration de ce secteur.

Toutefois, aucune de ces mesures étatiques ne sera efficace si la société haïtienne ne se dote pas d'outils pour désarticuler ses machines d'exclusion socio-économique qui, combinées à des mécanismes de domination culturelle, ont donné naissance à deux « Haïti » après l'indépendance (Bébel-Gisler et Hurbon, 1975 ; Saint-Gérard, 1984). Un premier pays composé de la majorité des Haïtiens (des paysans en grande partie) qui est vodouisante, créolophone, danse et chante au rythme des tambours, mais qui vit aussi dans une misère crasseuse intolérable

(Barthélemy, 1990 ; Augustin 1999 ; Antoine, 2004). Un autre pays composé d'une minorité qui nage dans le luxe, est francophone, chrétienne et a la possibilité de se payer des services sociaux de base. Cette minorité détient le contrôle de l'économie, et s'identifie avant tout, à des formes d'expression artistiques d'origine étrangère.

Comme nous disent Bébel-Gisler et Hurbon (1975) dans leur travail sur les problèmes sociaux des deux sociétés haïtienne et guadeloupéenne, ces deux mécanismes d'exclusion socio-économique et de domination culturelle marchent de pair. Les politiques de communication culturelle, pour réussir dans ce contexte, doivent être couplées à des mesures socio-économiques qui visent à augmenter la richesse du pays et surtout la répartir de manière la plus équitable possible entre les fils et les filles de 1804. Cela aboutira à la « désinstitutionnalisation des inégalités qui parasitent tous les esprits » et apportera des solutions effectives aux troubles d'identité et à la « problématique culturelle » haïtienne (Saint-Gérard, 1984, p.281).

De cette manière le créole, le Vaudou, la musique, toutes les autres formes d'expression artistiques et culturelles auxquelles la majorité des Haïtiens s'identifient, ne seront plus synonymes de misère et de pauvreté. Les citoyens issus de n'importe quelle catégorie sociale seront peut-être en bien meilleures dispositions pour être fiers de leur identité haïtienne. Ainsi, les Haïtiens pourront éventuellement commencer à vivre et prospérer ensemble dans leur « **Haïti chérie** » transformée en nation véritable.

BIBLIOGRAPHIE

- Abraham-Frois, G. (2001). *Économie politique*. Paris : Édition Economica.
- Aktouf, O. (1987). *Méthodologie des sciences sociales et approches qualitative des organisations : une introduction à la démarche classique et critique*. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Albert, P., et Tudesq, A. (1981). *Histoire de la Radio-télévision*. Paris : PUF.
- Anonyme (2001). Liste des chansons reçues par les stations de radio et de télévisions pour le Carnaval. *Le Nouvelliste*, p. 6.
- Anonyme (2007). Haïti-Culturel: le rara dans le patrimoine culturel haïtien. Récupéré le 1 Novembre 2007 de <http://hpnhaiti.info/index.php?news=351>
- Anonyme (2001, 23-27 février). Liste des méringues reçues par les stations de radio et de télévision pour le Carnaval 2001. *Le Nouvelliste* pp 6.
- Antoine, J. (1989). *Impact de la Radio Éducative l'École Radio Soleil ERS sur un groupe d'écoute situé à Brooklyn Cité Soleil (inédit)*. Port-au-Prince : Université d'État d'Haïti.
- Antoine, P. (2004). *Liberté d'expression et convivialité en Haïti (inédit)*. Montréal : Université de Montréal.
- Augé, M., et Hurbon, L. (1984). Vodou. dans *Encyclopédia Universalis*. Paris. Encyclopédia Universalis. pp 990-992.
- Augustin, J. (1999). *Le vodou libérateur : et si le vodou était une valeur*. Montréal : Tanboula.
- Babaian, S. A., et Musée national des sciences et de la technologie. (1992). *Radio communication in Canada : a historical and technological survey*. Ottawa : National Museum of Science and Technology.
- Babe, R. E. (1995). *Communication and the transformation of economics : essays in information, public policy, and political economy*. Boulder, Colo.: Westview Press.
- Balle, F. (1998). *Dictionnaire des médias*. Paris : Larousse-Bordas.

- Barthélemy, G. (1990). *L'univers rural haïtien : le pays en dehors*. Paris : L'Harmattan.
- Beaud S., et F. Weber. (1998). *Guide de l'enquête de terrain : produire et analyser des données ethnographiques*. Paris : Éditions La Découverte.
- Bébel-Gisler, D., et Hurbon, L. (1975). *Cultures et pouvoir dans la Caraïbe : langue créole, vaudou, sectes religieuses en Guadeloupe et Haïti*. Paris : L'Harmattan.
- Bernier I. (2004). *Les exigences de contenu local au cinéma à la radio et la télévision en tant que moyen de défense de la diversité culturelle : théorie et réalité*. Téléchargé de <http://www.diversiteculturelle.qc.ca/fileadmin/documents/pdf/chronique04-01-04.pdf>
- Boncy, R. (1987). *La nouvelle musique haïtienne. Conjonction revue franco-haïtienne*, 176, 162-170.
- Brenner, M., Brown, J, et Canter, D. (1985). Introduction. Dans M. Brenner, J. Brown, D. Canter (Éds.), *The research interview: Uses and Approaches* (pp. 1-8). London : Academic Press.
- Casimir, J. (2001). *La Culture opprimée*. Port-au-Prince : Imprimerie Lakay.
- Castells, M. (1999). *Le pouvoir de l'identité : l'ère de l'information*. Paris : Fayard.
- Castor, K. (1998) *Éthique vaudou : herméneutique de la maîtrise*. Paris, Montréal : L'Harmattan.
- Cazenave E., et Ulmann-Mauriat C. (1994). *Presse, radio et télévision en France de 1631 à nos jours*. Paris : Hachette.
- Colbert, R., et Olivier, D. (2007). *Haïti : Tout est fin prêt ou presque pour le Carnaval 2007*. Récupéré le 24 octobre 2007 de <http://www.alterpresse.org/spip.php?article5691>
- Conseil national des Télécommunication (1977). *Décret accordant à l'État le monopole des services de télécommunication*. Récupéré le 24 décembre 2007 de <http://www.conatel.gouv.ht/legislation/loitelecom.html>
- Conseil de la Radiotélédiffusion canadienne (1986). *Règlement de 1986 sur la radio*. Récupéré le 12 octobre 2006 de <http://www.crtc.gc.ca/frn/LEGAL/Radioreg.htm>

- Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (2001). Quotas des chansons d'expression française à la radio : succès des nouvelles options dérogatoires. Télécharger le 7 février 2009 de http://www.csa.fr/actualite/dossiers/dossiers_detail.php?id=7749&chap=1877
- Constant, V. (1980). La musique folklorique en Haïti. *Publication du Bureau de la République Haïti*, 13-48.
- Constitution du 29 mars 1987 (1987). Centre Œcuménique des Droits de l'Homme.
- De Bonville, Jean (2000). L'analyse de contenu des médias. Paris et Bruxelles. De Boeck.
- Desquiron, J. (1997). Haïti à la une tome VI. Port-au-Prince : Imprimeur II.
- Dubois, V. (1999). La politique culturelle : genèse d'une catégorie d'intervention publique. Paris : Ed Belin.
- Dumervé, C. (1968). Histoire de la musique haïtienne. Port-au-Prince : Imprimerie des Antilles.
- Duvalier, F. (1962). Code rural. Port-au-Prince : Imprimerie de l'État.
- Fachy, J., et Sagot-Duvauroux, D. (1994). Économie des politiques culturelles. Paris : PUF.
- Fayette, T. (1984). Contexte socio-culturel de la communication par la radio en Haïti en 1984. Mémoire de licence (inédit). Port-au-Prince : Université d'État d'Haïti.
- Fouchard, J. (1973). La méringue haïtienne. Ottawa : Édition Leméac.
- Hart, D., N. (1993). Broadcasting in Haïti: its history, penetration social role and perspective. Tallahassee : Florida State University.
- Honorat, L. M. (1955). Les danses folkloriques haïtiennes. *Publication du Bureau d'Ethnologie*, 2, 2, 3-124.
- Hurbon, L. (1979). Culture et dictature en Haïti : l'imaginaire sous contrôle. Paris: l'Harmattan.

- Jean, D. (2007). Haïti à l'heure des conglomérats de presse : Un paysage médiatique en pleine mutation. Récupéré le 3 mars 2008 de <http://64.233.167.104/search?q=cache:4SGVzVIRUWgJ:www.nationsoleil.com/archive/2007/01/index.html+info+Ha%C3%AFti,+%C3%A0+l%27heure+des+conglom%C3%A9rats+de+presse.+Un+paysage+m%C3%A9diatique&hl=fr&ct=clnk&cd=1>
- Jean-Bernard, L. (1979). Mythe de l'alphabétisation et des moyens de communication collective en Amérique latine : une mise au point sur la technologie éducative. Port-au-Prince : Atelier Fardin.
- Jean-Marc, M. (1999). La musique racine comme moyens de conscientisation pour un changement. Mémoire de licence (inédit). Port-au-Prince : Université d'État d'Haïti.
- Juneau, P. (1997). Introduction. Dans : M. Raboy et R. Atkinson (Eds.), *La radiotélévision de service public : le défi du 21^e siècle* (pp. 11-18). Paris : Édition UNESCO.
- LeCompte M. D., et Goetz, J. (1982). Problem of reliability and validity in ethnographic research. *Review of Education Research*, 52 (1), 31-60
- Lefebvre, G. (1989). Le "compas" haïtien un pont entre le passé et le présent. Mémoire de maîtrise (inédit). Montréal : Université de Montréal.
- Lent, J. A. (1990). Mass communications in the Caribbean. Ames: Iowa State University Press
- Letts, R. (2003). The effects of globalisation on music in five contrasting countries : Australia, Germany, Nigeria, the Philippines and Uruguay. Music Council of Australia. Téléchargé le 7 février 2009 de http://www.mca.org.au/web/fileadmin/user_upload/PDFs/mmresfinal.pdf
- Loi organique de la 4^{vr}d Radio Nationale (1977, juin). *Le Moniteur* 36, 2-7.
- Lorimer, R., et Gasher, M. (2001). Mass communication in Canada (4th ed.). Don Mills, Ontario: Oxford University Press.
- Malm, K., et Wallis, R. (1992). Media policy and music activity. London, Eng.: Routledge.
- Mattelart, A., Delcourt, X., et Mattelart. M., (1984). La Culture contre la démocratie ? : l'audiovisuel à l'heure transnationale. Paris : La Découverte.
- Ministère de la Culture et de la Communication (2005). Projet de loi organique du Ministère de la Culture et de la Communication.

- Ministère des Travaux Publics du Transport et des Communications, International Telecommunication Unit Partnership round table for least developed countries (2003). Project document Haiti : document LDC/RT. September. Récupéré le 11 novembre 2006 de <http://www.itu.int/ITU-D/ldc/documents/projects-2003/haiti.pdf>
- Morgan G., et L. Smircich. (1980). The case of qualitative research. *Academy Of Management Review*, 5(4), 491-500.
- Mosco V. (1996). *The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal*. London, Thousand Oaks: Sage Publications.
- Ndeffo Fongué, J. (2000). *Perspective de développement sur l'héritage culturel*. Paris : L'Harmattan.
- NHK H*os*o Bunka Kenky*ujo. (1967). *The history of broadcasting in Japan*. Tokyo : Nippon Hoso Kyokai.
- Olivesi, S. (1999-2000). Aux origines du droit de la radiodiffusion : les dangers du dehors, l'ordre du dedans. *Communication*, 19, 2, 65-90.
- Panoff, M., et Perrin, M. (1973). *Dictionnaire d'Éthnologie*. Paris. Édition Payot.
- Paul, E. (1962). *Panorama du Folklore haïtien*. Port-au-Prince. Imprimerie de l'État.
- Pierre, G. (2001). *Panorama critique du paysage radiophonique en Haïti*. Récupéré le 11 novembre 2006 de <http://www.medialternatif.org/panorama.html>
- Price-Mars, J. (1973). *Ainsi parla l'oncle*. Montréal : Leméac.
- Raboy, M. (1990). *Missed opportunities: the story of Canada's broadcasting policy*. Montreal, Kingston, Ont.: McGill-Queen's University Press.
- Raboy, M., et Roy, A. (1992). *Les médias québécois : presse, radio, télévision, câblodistribution*. Boucherville : G. Morin.
- Richemond, E., R. (2003). *Place de l'Art haïtien dans la programmation culturelle de la Radio Nationale d'Haïti. Mémoire de licence (inédit)*. Port-au-Prince : Université d'État d'Haïti.
- Saint-Gérard, Y. (1984). *Haïti l'enfer au paradis : mal développement et trouble de l'identité culturelle*. Toulouse : Éché Éditeur.
- Schiller, H., I. (1976). *Communication and Cultural domination*. New York: International Arts and Sciences Press Inc.

Sloan D., W., Statt, J., et D. Stovall, J. (1993). *The media in America a history*. Scottsdale. Publishing Horizons.

Tracy, M. (1998). *The decline and fall of the public broadcasting service*. New York. Oxford University Press.

United Nations For Population Agency. (2006). *Publication des résultats définitifs du quatrième recensement sur la population et l'habitat confirment la situation sociale préoccupante d'Haïti*. Récupéré le 1 novembre 2007 de <http://www.unfpahaiti.org/projets/recensement2006.htm>

Vogel, H. L. (1990). *Entertainment industry economics: a guide for financial analysis*. Cambridge, Eng.: Cambridge University Press.

Warnier, J-P. (2004). *La Mondialisation de la Culture*. Paris : La Découverte.

Wilkin, P. (2001). *The political economy of global communication: an introduction*. London: Pluto Press.

Wolton, D. (2003). *L'autre mondialisation*. Paris : Flammarion.

ANNEXES

Grille d'entrevue 1 sur le contenu culturel de la radio en Haïti Type d'acteur : responsable de station de radio

Thèmes :

1- Parcours personnel

Parlez-moi un peu de vous.

Vos expériences dans votre secteur d'activité.

2- La musique haïtienne

Qu'est-ce que vous considérez comme faisant partie de la musique haïtienne ?

Comment voyez-vous la production de disques en Haïti ?

3-Radio et contenu musical

Comment faites-vous votre choix musical ?

Comment la musique haïtienne se trouve-t-elle représentée dans votre programmation ?

Quelle devrait être la place réservée à la musique haïtienne dans les stations locales ?

Quelle devrait être, selon vous, la place de la langue créole dans la promotion de la musique haïtienne dans les stations diffusant sur le territoire national ?

4-Régulation de contenu culturel de la radio en Haïti

Comment l'État exerce-t-il une régulation sur le contenu de la radio en Haïti ?

Quel doit être l'objectif de l'État envers le contenu culturel de la programmation des stations locales ?

Comment doit s'organiser la régulation de ce contenu selon vous ?

Quelles mesures doivent être adoptées ?

Qui doit participer à l'élaboration des lois et mesures concernant le contenu de la radio ?

Comment y arriver ?

Grille d'entrevue 2
sur la production du disque Haïti
Type d'acteur : Producteur de disques

Thèmes :

1- Parcours personnel

Parlez-moi de nous un peu de vous.

Vos expériences dans votre secteur d'activités.

2- Musique haïtienne

Qu'est-ce que vous considérez comme faisant partie de la musique haïtienne ?

3- Production de disque

Comment s'organise la production de disques en Haïti ?

Comment faites-vous pour distribuer vos disques ?

Comment organisez-vous la promotion de vos disques ?

Comment voyez-vous le secteur de la production de disques haïtiens ?

4- Intervention publique

Comment l'État intervient-il dans le domaine de la musique haïtienne ?

Comment l'État supporte-t-il la production de la musique haïtienne ?

Comment l'État pourrait-il aider à dynamiser la production de disques ?

5- Radio locale et la musique haïtienne

Comment se fait la promotion des disques dans la radio locale ?

Comment la musique haïtienne se trouve-t-elle représentée dans la programmation des stations de radio locales ?

Quelle doit être la place réservée à la musique haïtienne dans les stations locales ?

Quelle doit être, selon vous, la place de la langue créole dans la promotion de la musique haïtienne dans les stations diffusant sur le territoire national ?

Grille d'entrevue 3
sur la régulation du contenu de la radio
et la production de disque en Haïti

Type d'acteur : Intervenant du Ministère de la Culture et la Communication

Thèmes :

1- Parcours personnel

Parlez-moi un peu de vous.

Vos expériences au ministère.

2- Musique haïtienne

Qu'est-ce que vous considérez comme faisant partie de la musique haïtienne ?

3- Intervention publique dans le domaine de la musique

Comment l'État intervient-il dans le domaine de la musique haïtienne ?

Comment l'État supporte-t-il la production de musiques haïtiennes ?

4- Régulation de contenu de la radio

Comment l'État exerce-t-il une régulation sur le contenu de la radio en Haïti ?

Quel doit être l'objectif de l'État envers le contenu culturel de la programmation des stations ?

Comment doit s'organiser la régulation de ce contenu selon vous ?

Quelles mesures doivent être adoptées ?

Qui doit participer à l'élaboration des lois et mesures concernant le contenu de la radio ?

Comment y arriver ?

5- Radio et musique haïtienne

Comment la musique haïtienne se trouve-t-elle représentée dans les programmations des stations de radio locale ?

Quelle doit être la place réservée à la musique haïtienne dans les stations locales ?

Quelle doit être, selon vous, la place de la langue créole dans la promotion de la musique haïtienne dans les stations diffusant sur le territoire national ?

Grille d'entrevue 4
Sur la conception du public haïtien
de la présence de la musique locale à la radio
Type d'acteur : Chercheur en sociologie des médias

Thèmes :

1- Parcours personnel

Parlez-moi un peu de vous.

Vos expériences dans votre secteur d'activités.

2- Musique haïtienne

Qu'est-ce que vous considérez comme faisant partie de la musique haïtienne ?

Qu'est-ce que le public met dans la catégorie musique haïtienne ?

Comment le public considère-t-il cette musique haïtienne ?

3- Écoute des stations de radio

Comment le public fait-il son choix d'écoute des stations ?

Comment apprécie-t-il les émissions consacrées à la musique haïtienne ?

Comment voit-il la faible présence de la musique haïtienne sur les ondes radiophoniques en Haïti ?

4- Présence de l'État dans le domaine de la musique

Comment le public apprécie-t-il les interventions étatiques dans le domaine de la musique ?

5-Régulation du contenu de la radio en Haïti

Comment le public considère-t-il l'état actuel de loi haïtienne sur la régulation du contenu des stations de radio ?

Comment le public verrait-il la mise en place de mesures dans ce domaine ?