

## Intérêts des médias dans la Caraïbe

Présentation des textes de Patrice Louis, « Radios périphériques et régions ultra-périphériques » et de Marijosé Alié-Monthieux, « *RFO- Le pari caribéen* »

**Bruno Ollivier**

DANS **HERMÈS, LA REVUE** 2002/1 (N° 32-33), PAGES 245 À 246  
ÉDITIONS **CNRS ÉDITIONS**

ISSN 0767-9513

DOI 10.4267/2042/14380

Article disponible en ligne à l'adresse

<https://preprod.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2002-1-page-245.htm>



**CAIRN.INFO**  
MATIÈRES À RÉFLEXION

Découvrir le sommaire de ce numéro, suivre la revue par email, s'abonner...

Flashez ce QR Code pour accéder à la page de ce numéro sur Cairn.info.



**Distribution électronique Cairn.info pour CNRS Éditions.**

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

# INTÉRÊTS DES MÉDIAS DANS LA CARAÏBE

**Présentation des textes de Patrice Louis,  
« Radios périphériques et régions  
ultra-périphériques »  
et de Marijosé Alié-Monthieux,  
« RFO – Le pari caribéen »**

**par Bruno Ollivier**

*Université des Antilles et de la Guyane,  
Laboratoire Communication et Politique, CNRS, Paris*

À une distance de sept mille kilomètres de la métropole, pour des territoires isolés les uns des autres et du reste du monde soit par mer soit par la forêt, on peut supposer que les médias occupent une place stratégique. En tout cas qu'on va pouvoir déchiffrer, à travers leur fonctionnement, des clés sur la communication dans les Départements Français d'Amérique.

Les contributions de Marijosé Alié-Monthieux et de Patrice Louis sont à cet égard révélatrices. Elles renvoient à des questions de fond, sur les frontières entre technologie et politique, entre technique et identité.

Ces deux professionnels de l'audiovisuel, engagés depuis bien longtemps dans la télévision et la radio locales, témoignent de trois faits bien plus têtus que tous les discours.

— On comprend à leur lecture que les relations entre centre et périphérie, Paris et les Antilles, les directions générales et locales sont loin d'être établies une fois pour toutes. Quels contenus importer de la métropole ? Faut-il vraiment dans le monde Caraïbe informer sur les embouteillages parisiens ? Diffuser la chanson française ? Parler en français et dans quelle proportion ? Et

par Bruno Ollivier

tout cela parce qu'on est en France ? À cette question qui ne cesse de se poser, les réponses sont ambiguës. Vingt ans de libéralisation de la radio n'ont pas donné une réponse définitive.

— Il apparaît clairement que la technologie ne résout pas les problèmes. La numérisation, la mise en réseau ne parviennent pas à créer par leur seule apparition des conditions de fabrication et d'émission radicalement différentes. Les questions de langues, de contenus, de budgets résistent au changement de matériel. Elles sont politiques. La technologie reste inopérante pour les traiter. Qu'il s'agisse de radio, de télévision, on le voit ici, mais aussi de réseaux informatiques.

— Au-delà des identités insulaires, la définition d'une identité Caraïbe et le rôle des médias dans la construction de cette identité sont concrètement à l'ordre du jour. Au moment où les canaux nord-américains diffusés par satellite et câble se multiplient en visant des publics africains américains diversifiés (musique, sport, zouk, religion...), le rôle des médias antillais dans la construction d'un espace public proprement antillais et Caraïbe est fondamental. On voit ici que la conscience en est vive. L'identité Caraïbe est fondamentalement revendiquée, mais il est parfois difficile de lui donner son expression quotidienne.