



HAL
open science

Médias et réseaux socio-numériques des minorités en France : le rôle des médias ethniques et socio-numériques dans la communication et l'intégration des communautés ethniques et immigrantes : le cas de la communauté cap-verdienne

Vanessa Landaverde-Kastberg

► To cite this version:

Vanessa Landaverde-Kastberg. Médias et réseaux socio-numériques des minorités en France : le rôle des médias ethniques et socio-numériques dans la communication et l'intégration des communautés ethniques et immigrantes : le cas de la communauté cap-verdienne. Sciences de l'information et de la communication. COMUE Université Côte d'Azur (2015 - 2019), 2017. Français. NNT : 2017AZUR2012 . tel-01690695

HAL Id: tel-01690695

<https://theses.hal.science/tel-01690695>

Submitted on 23 Jan 2018

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

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



École doctorale Sociétés, Humanités, Arts & Lettres
Unité de recherche : SIC.Lab Méditerranée

Thèse de doctorat

Présentée en vue de l'obtention du
grade de docteur en Sciences de l'information et de la communication

UNIVERSITÉ CÔTE D'AZUR

par

Johany Vanessa Landaverde

Médias et réseaux socio-numériques des minorités en France :

le rôle des médias ethniques et socio-numériques dans la
communication et l'intégration des communautés ethniques et immigrantes.

Le cas de la communauté cap-verdienne

Dirigée par Nicolas Pélissier

Soutenue le 29 mai 2017

Devant le jury composé de :

Françoise Albertini	Professeure, Université de Corse Pasquale Paoli	Rapporteur
Brigitte Juanals	Professeure, Aix-Marseille Université	Rapporteur
Nicolas Pélissier	Professeur, Université Nice Sophia Antipolis	Directeur de thèse
Marcin Sobieszczanski	Maître de conférences HDR, Université Nice Sophia Antipolis	Examineur

À Raúl, qui n'a pas pu voir la fin de ce long chemin.

Remerciements

« With a little help from my friends »

— The Beatles

Ce travail n’aurait pas abouti sans le soutien inconditionnel de ma famille, de mes amis et de certains membres de l’ancien laboratoire I3M, et de toutes les personnes qui m’ont à un moment donné aidé dans la réflexion sur ce travail.

Je souhaite remercier tout d’abord mon mari, Anders, qui a passé plusieurs années à me soutenir moralement et académiquement. Mon directeur Nicolas qui a su me donner les bonnes pistes, et prononcer les bons mots pour m’encourager et avancer dans ce long parcours. Mes amis Marina, Vincent et Céline qui pendant deux ans ont sacrifié une bonne partie de leur temps pour discuter avec moi de mes écrits et de mes idées, pour me lire et me corriger. Merci à Catherine et Sophie de m’avoir appuyé dans les derniers écrits. Ma gratitude s’exprime également vers Paul, ancien directeur du laboratoire I3M, pour son soutien inconditionnel lors des traversées obscures, et pour m’avoir fait bénéficier du soutien financier du laboratoire pour les différents déplacements académiques qui ont participé à nourrir ce travail. Merci aussi à Nelson, Guilherme, Charles et Jade qui m’ont assisté soit dans les traductions du portugais ou du créole cap-verdien, soit pour trouver des traducteurs compétents. Je remercie également Daniel qui m’a aidé au début de ce parcours mais qui a dû s’arrêter avant la fin pour prendre une retraite bien méritée. Mes pensées les plus chaleureuses vont aussi à la communauté cap-verdienne de Nice-Est qui m’a ouvert ses portes pendant plusieurs années et sans laquelle ce travail aurait pris une autre tournure. L’Office Française de l’immigration et de l’intégration (OFII) m’a

aussi autorisé la prise de données, que les personnes rencontrées et la direction en soit remerciées. Le service de communication de l'Université Nice Sophia Antipolis m'a accueilli pendant quatre ans, cette période m'a aidé à comprendre le monde professionnelle de la communication numérique, ainsi mes remerciements vont à toute l'équipe et notamment à Jean-Louis, Marion, Emilie et Delphine. Enfin, je remercie aussi mes amis Cyrielle, Julie, Sami, Alma, Mathieu, Cristian, Isabelle, Eric, Ella, Benedikt, pour tout le secours qu'ils m'ont porté pendant toutes ces années.

Résumé

Les médias produits **par** et/ou **pour** les minorités ethniques et immigrantes (au sens traditionnel du terme) ont longtemps été l'outil de communication des privilégiés de ces groupes. Avec la démocratisation de l'accès aux nouvelles technologies dont Internet et le web, et surtout avec l'expansion des médias socio-numériques, ces minorités ont pu devenir consommatrices mais aussi productrices de contenus numériques. Ces dispositifs leur permettent également de garder le contact avec leurs proches et les membres de leur communauté dans le pays d'accueil. Ces médias revêtent donc aujourd'hui une double fonction : garder le lien avec leur communauté et diffuser des informations présentant un intérêt pour elle. Par ailleurs, la dimension sociale de ces outils numériques leur confère une troisième fonction : celle d'établir des liens avec la société de leur pays d'accueil. Grâce à cet sociabilité en ligne, une relation se construit, et elle contribue à l'intégration de ces communautés au sein de leur nouvel environnement social, linguistique et culturel.

Pour étudier ce potentiel processus d'intégration, nous avons travaillé depuis 2011 avec les membres adolescents d'une communauté cap-verdienne résidente dans la ville de Nice, afin d'analyser leur réseau social en ligne et hors ligne et leurs pratiques du réseau socio-numérique Facebook. Par l'usage de l'ethnographie des réseaux sociaux et de la netnographie, nous avons étudié leurs pratiques pendant sept ans et essayé de comprendre dans quelle mesure ces dispositifs pouvaient contribuer à l'intégration des minorités ethniques et immigrantes en France.

Mots clefs : réseaux sociaux numériques, médias, intégration, minorités, immigrant, netnographie, Facebook, Cap-vert

Summary

Since long back, traditional media produced by and for immigrant and ethnic minorities, have been the preferred communication tools of these communities. Through the democratization of the access to new technologies such as internet and ‘the web’, and in particular through the expansion of social networks, these minorities have become consumers and producers of user generated content. Such tools also allow them to stay in contact with their relatives and the members of their community in the adopted country. Thus, this media has a double function : it facilitates keeping in touch with the user’s community, and it provides a means for sharing information relevant for the the latter. Moreover, the social dimension of these digital tools, gives them a third functionality : it establishes connections with the society of the foster country. Thanks to this online sociability, a relation is formed and this contributes to the integration of the communities within their new social, linguistic and cultural environment.

In order to study this potential integration process, I have since 2011 worked with teenage members of a Cape Verdean community living in Nice, France. The objective has been to analyze their social networking online and offline, and their use of Facebook. From a methodological standpoint, this study has been conducted by using social network ethnography and of netnography. The work is the results of seven years of observations of practices in the online and the offline worlds, with the objective to provide an understanding of how social media can contribute to the integration of ethnic and immigrants minorities in France.

Keywords : Social network, media, ethnic media, integration, minorities, immigrant, netnography, Facebook, Cape Verde

Table des matières

Table des matières	VII
Introduction	1
I. Médias sociaux et minorités ethniques	25
1. Identités et mondialisation	26
1.1. La rencontre des cultures par la mondialisation de la communication .	32
1.2. La culture et l'identité à l'épreuve de la mondialisation	39
1.3. L'identité autochtone et l'identité immigrante véhiculées par les médias	48
2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes	55
2.1. Brève histoire de l'immigration et de l'intégration en France	59
2.1.1. Le lent chemin de l'intégration à l'ère moderne	78
2.1.2. L'intégration par l'école	81
2.1.3. Les institutions d'accueil des immigrants	83
2.1.4. La question scientifique et les statistiques ethniques dans la gestion de l'immigration	88
2.2. Constitution et intégration des minorités	91
2.2.1. Au-delà du terme « ethnie »	92
2.2.2. Comprendre la constitution de ces minorités : approche migratoire	97
2.2.3. Pour une intégration des minorités : approche interculturelle .	111
2.2.4. Intégration ou assimilation à la société française? Quelle ap- proche?	113

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques	123
3.1. Les médias minoritaires ethniques au cours de l'histoire	124
3.2. Pour une définition pragmatique et théorique des médias ethniques . .	129
3.2.1. Typologie des médias des minorités ethniques	130
3.2.2. Médias des minorités ethniques	135
3.3. Les médias des minorités ethniques en France	143
3.3.1. Une télévision en couleur	150
3.3.2. Une radio avec accent	152
3.3.3. L'écrit de la diversité	154
4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités	156
4.1. Des médias traditionnels aux médias numériques	161
4.1.1. Les médias numériques	164
4.2. L'appropriation des médias numériques par les minorités	177
4.3. Les théories des réseaux sociaux et leur influence sur l'usage des médias socio-numériques	184
4.4. La société des réseaux et les réseaux socio- numériques	216
4.5. Représentation de soi dans les réseaux socio-numériques	224
4.6. Médias et réseaux sociaux et ethniques : la communication numérique des minorités comme noyau de leur intégration sociale	231
II. L'intégration à l'ère des réseaux sociaux numériques	239
5. Comprendre la vie en communauté : entre le <i>offline</i> et le <i>online</i>	240
5.1. Entre l'ethnographie des réseaux et la netnographie	246
5.2. Pourquoi « médias sociaux ethniques et numériques » riment avec « in- tégration »	258
5.3. La communauté cap-verdienne en France	260
5.3.1. Qui sont les Cap-verdiens ?	261
5.4. Le réseau des Cap-verdiens de Nice	266
5.5. Les Cap-verdiens de deuxième génération : une vie entre deux mondes	270
5.6. Exploration du monde <i>offline</i> et <i>online</i> de la communauté	274
5.6.1. Méthodes de recueil des données	277

5.6.2. Interroger les données	286
6. Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration	291
6.1. Vie <i>online</i>	292
6.1.1. Le réseaux social actif : preuve des influences culturelles	294
6.1.2. Interroger les collections de visuels	299
6.1.3. Interroger les déclarations publiques sur Facebook	308
6.1.4. Interroger les déclarations privées	318
6.2. Vie <i>offline</i>	319
6.3. Entre vie <i>online</i> et vie <i>offline</i> d'un migrant ou fils de migrant	322
Conclusion	330
Annexes	342
A. Stage à l'Office français de l'immigration et de l'intégration	343
A.1. Rapport de Stage à l'OFII	344
1. Présentation de l'institution	347
1.1. Les missions	348
1.2. L'organisation de l'OFII	348
1.3. Textes constitutifs de l'OFII	352
1.4. Partenaires	353
1.5. L'OFII des Alpes-Maritimes	354
2. L'accueil des étrangers et leur intégration	355
2.1. Le Contrat d'accueil et d'intégration CAI	355
2.2. Plate-forme d'accueil	356
2.3. Formation civique	357
2.4. Formation sur la vie en France	358
2.5. Formation linguistique	359
2.6. Formation droits et devoirs des parents	359
2.7. Bilan de compétences professionnelles	360
3. Observations et conclusions	360
3.1. Observations et interviews	361
3.2. Conclusion	366

4.	Annexes : le CAI et ses composantes	368
4.1.	Documentation du service sociale	370
4.2.	Documentation Formation civique	372
4.3.	Documentation Formation vie en France	374
4.4.	Documentation Formation linguistique	376
4.5.	Documentation Formation droits et devoirs de parents	379
4.6.	Documentation Formation bilan de compétences	380
B.	Interviews sur le terrain	382
B.1.	Questionnaire pour l'attaché de la culture de l'ambassade du Cap-Vert : M. Davide Andrade Modesto Leitte	383
B.2.	Interview : responsable de l'association Maison du Cap-Vert Nice	390
B.3.	Questions aux membres de la communauté? Recapitulatif	392
B.4.	Interview : Cap-verdiens qui utilisent les RS Recapitulatif	394
B.5.	Interview : responsable de l'association Racines du Cap-Vert Nice	396
B.6.	Questions aux membres de la communauté? Recapitulatif	398
B.7.	Observations : activités de l'association	400
C.	Observations et interview en ligne	402
C.1.	Images issues de profils Facebook	403
C.2.	Analyse d'images	413
C.3.	Billets Facebook	416
C.4.	Interview en ligne - septembre 2016	427
C.5.	Nuages des mots effectués à partir des mots les fréquents dans les billets Facebook, traduit en français	429
C.6.	Analyse des publications en français sur Facebook	433
	Références	453
	Bibliographie	454
	Webographie	484

Introduction

Notre motivation pour ce travail de recherche sur la communication des minorités ethniques à travers les médias sociaux trouve son origine et son ancrage dans notre histoire personnelle et notre pays natal, le Salvador. Comme beaucoup de familles centraméricaines, ma famille a été confrontée à la réalité de l'émigration : le Salvador affrontait des problèmes internes, politiques et économiques. Une large partie de ma famille paternelle s'est exilée aux États-Unis, au Costa Rica ou en Italie. J'ai donc mesuré la réalité même de la migration depuis mon plus jeune âge. Le récit du déracinement, l'insertion dans des quartiers réservés aux minorités, le témoignage de la séparation et de l'exil : ce sont les conversations mêmes qui s'élevaient au cours des repas.

Après mes études, l'opportunité m'a été offerte de venir en France pour approfondir ma connaissance de la culture et de la langue françaises, avant de poursuivre ma carrière d'enseignante, déjà commencée à l'Université Don Bosco du Salvador. J'ai été reçue en tant que jeune fille au pair au sein d'une famille d'accueil française, ce qui m'a permis de m'immerger dans un environnement français dès mon arrivée et ainsi d'être acceptée aisément dans le cercle social franco-français de la famille. Une fois ce contrat de deux ans terminé, j'ai décidé de continuer des études de FLE et de m'installer à Nice. C'est lors de cette deuxième étape de mon séjour en France que j'ai découvert la nécessité, pour ceux qui se trouvent en pays étranger, de s'inscrire dans un réseau de personnes proches de sa propre culture d'origine . Dans un premier temps, je me suis entourée de Latino-Américains, ensuite d'Européens et de Nord-Américains, puis de Maghrébins et enfin de Français. Cette difficulté pour se rapprocher socialement des autochtones

INTRODUCTION

a commencé à m'interpeller. Étant dans la peau d'une « immigrée » en France, je rencontrais au quotidien des obstacles, que ce soit sur le plan administratif, professionnel ou économique, comme tout nouveau venu.

L'une des premières difficultés à surmonter a été celle de trouver un emploi. Ma première expérience professionnelle « en France » a été à l'Université International de Monaco. L'institution accueille chaque année environ 500 étudiants de 50 nationalités différentes et son corps professoral est principalement composé d'Anglo-Saxons, de Scandinaves, d'Italiens, de Français et de Sud-Américains. Assistante de professeur d'espagnol pour le commerce en 2003, j'ai depuis 2012 la responsabilité des enseignements consacrés aux stratégies communicationnelles des médias sociaux. Dans ce contexte, mes techniques pédagogiques se sont inscrites dans un système d'enseignement très particulier qui se voulait américain mais qui, en réalité, articulait les systèmes anglo-saxons et français. Parallèlement, notre pratique professionnelle et sociale est devenue multiculturelle dans cet environnement cosmopolite. C'est mon expérience au sein de l'Université Internationale de Monaco qui a déclenché mon désir de travailler sur la compréhension des cultures des minorités dans un pays étranger.

En fréquentant les publics diasporiques, toutes nationalités confondues, nous avons commencé à observer les différents usages du web par les émigrés, les migrants, les exilés : communiquer avec leurs familles, rester informés de l'actualité de leur pays, entrer en contact avec leurs compatriotes habitant dans la même région qu'eux. Au-delà de la seule proximité avec leurs proches, au moyen de technologies de communication raccourcissant les distances, ces populations cherchaient sur la toile à se rapprocher d'autres personnes qui leur ressemblaient, qui connaissaient une situation similaire, qui partageaient leurs valeurs ou dont le pays d'origine était le même. Cet usage du web ne doit pas être lu comme une volonté de s'isoler

INTRODUCTION

des Français, mais repose davantage sur le besoin de se sentir en sécurité, en s'entourant de ceux qui a priori nous ressemblent avant d'établir des relations avec les autochtones. Cette pratique est d'autant plus courante qu'on ne maîtrise pas nécessairement la langue du pays d'accueil.

L'univers des médias sociaux qui fait son apparition au début du XXI^e siècle, et qui se trouve encore à un stade de développement embryonnaire, nous montre la puissance des liens sociaux dans l'évolution du web. Utilisés à l'origine comme des outils de communication destinés aux étudiants et aux jeunes, entre 15 et 25 ans, les médias sociaux sont aujourd'hui le moyen de communication presque incontournable de plusieurs générations à l'échelle planétaire. Actuellement, plus d'un milliard d'internautes sont engagés dans l'utilisation active des médias sociaux, ce qui a induit l'introduction en bourse de certaines compagnies. Plusieurs organismes de recherche comme le Pew Research Center¹ ont commencé à enquêter et analyser l'usage des médias sociaux dans la communication des minorités. En 2009, une étude de l'Université de Floride² a montré que les minorités ethniques (dans ce cas précis, les Latino-Américains aux États-Unis) adoptent massivement les sites sociaux, en raison des valeurs de collectivité propres aux réseaux sociaux et également par leur besoin en tant que minorité de se sentir entourés.

La plupart de ces études concluent à l'importance que les minorités accordent à la valeur sociale et à la valeur d'appartenance à sa propre communauté. Cependant, notre recherche interroge plus précisément les liens que ces mêmes outils peuvent créer entre la culture de l'immigrant et la culture du pays d'accueil. Autrement dit, comment à travers les médias sociaux, les immigrés peuvent-ils s'intégrer à la société du pays d'accueil ?

¹Le Pew Research Center a développé sa branche Pew Internet spécialisé dans la recherche sur l'impact social d'internet aux États-Unis : <http://pewresearch.org/>

²KORZENNY, F. et VANN, L. *The multicultural world of social media marketing*. Florida State University, Center for Hispanic Marketing Communication, 2009.

INTRODUCTION

Compte tenu de la nécessité de posséder une connaissance des communautés étudiées pour mener une étude précise et rigoureuse, nous avons choisi de nous intéresser à des communautés proches de notre propre culture et avons décidé d'étudier la situation de la culture lusophone en France, plus particulièrement celle de la population cap-verdienne. Elle nous offre l'avantage de se rapprocher de la culture centraméricaine (très influencée par des cultures caribéennes, elles-mêmes influencées par des celles de l'Afrique subsaharienne de la côte atlantique). Ces cultures en sont également proches au travers des traces historiques communes (la colonisation ancienne par un pays de la péninsule ibérique), mais aussi par des similitudes religieuses, économiques, et, jusqu'à un certain niveau, sociales. Cette position avantageuse nous a permis d'analyser plus aisément les pratiques culturelles et sociales des Cap-Verdiens et de comprendre comment elles se traduisent dans l'écosystème des réseaux sociaux numériques. À travers cette étude, nous cherchons à comprendre comment les médias sociaux peuvent faciliter le dialogue et la compréhension entre des cultures différentes et faciliter ainsi l'intégration à la société française.

Entre objectivisme scientifique et militantisme

Notre intérêt pour cette recherche peut sembler a priori relever du militantisme, comme un cri de colère face aux constantes discriminations que peuvent subir les minorités en France ou ailleurs. La conjoncture de notre époque renforce notre idée que le dialogue interculturel est plus que jamais nécessaire et que les plates-formes de communication émergentes contribuent à la création de nouvelles formes de sociabilité. Ce phénomène, très présent dans les communautés ethniques et migrantes, mérite une observation méthodique, à l'image des travaux qui font autorité : ceux sur les diasporas connectées par Dana Diminescu, l'étude des cybercafés pour les

INTRODUCTION

immigrants par Claire Scopsi, l'analyse des médias ethniques en Europe par Isabelle Rigoni et la réflexion sur les médias ethniques aux États-Unis menée par Matthiew Matsaganis. Ainsi, notre travail s'inscrit dans une démarche scientifique légitime. Par ailleurs, les recherches portant sur la communication des minorités ethniques et migrantes sont très courantes dans la discipline anglo-saxonne des *media studies*. Cependant, dans le cas de la France, en dehors des disciplines comme la sociologie, l'anthropologie et l'histoire, (selon ce que listent des entités scientifiques telle que l'Unité de recherche migrations et sociétés³ (URMIS) de l'Université de Nice) très peu de travaux abordent l'étude de ces communautés. Si nous avons choisi d'appuyer notre travail de recherche sur les théories des Sciences de l'information et de la communication (SIC), c'est en grande partie parce qu'elles appréhendent l'interdisciplinarité. En effet, la définition de la 71e section présentée par le Conseil national des universités⁴ (CNU) souligne non seulement cette dimension, mais encourage la pluridisciplinarité des travaux. Compte tenu des besoins de cette recherche, notre positionnement scientifique s'appuie en premier lieu sur les SIC, en empruntant parallèlement des méthodologies de travail et d'analyse à d'autres disciplines, principalement à l'anthropologie et à la sociologie.

Par sa nature, notre étude nous demande de nous appuyer sur des observations et des interviews *in situ*, des observations en ligne, et des enquêtes auprès d'acteurs qui ont un lien direct ou indirect avec notre sujet. La préparation préalable à notre approche du terrain d'étude ne peut être complète qu'avec la prise de conscience que notre rôle est celui d'une personne externe, observatrice et critique. Bien que notre immersion

³URMIS, Unité de recherche migrations et sociétés. 2017. URL : <http://unice.fr/recherche/laboratoires/urmis>.

⁴CNU, Conseil national des universités. *Présentation de la discipline Sciences de l'information et de la communication*. 2017. URL : <http://www.cpcnu.fr/web/section-71>.

INTRODUCTION

de cinq ans au sein de la vie associative et virtuelle de la communauté cap-verdienne nous ait conduite à les suivre dans des manifestations culturelles et sociales, nous avons toujours été attentifs à limiter ce qui relève du domaine scientifique de ce qui relève de la relation interpersonnelle, voire amicale. Afin que notre jugement puisse refléter la réalité telle qu'elle a été observée, nos efforts se sont concentrés sur l'objectivité de l'ensemble des enquêtes ; pour ce faire, nous avons travaillé sur des grilles d'observation et d'analyse portant sur des critères précis et appuyés sur plusieurs disciplines. Dans les lignes qui suivent, nous présentons le raisonnement qui a posé les fondements de cette recherche.

Les médias sociaux numériques et les communautés étrangères

Depuis le passage du Web statique au Web participatif, l'internaute s'est trouvé dans la capacité d'être utilisateur et producteur d'informations. De même qu'on peut lire quotidiennement les journaux numériques, le spectre des possibilités offertes par le web évolue avec les nouveaux besoins sociaux et démocratiques. Les différents types de technologies proposés par les médias sociaux numériques, sont adoptés par les *digital natives* (les enfants nées à l'ère du numérique) et les *digital immigrants* (les adultes qui ont adopté les technologies numériques), et depuis quelques années dans beaucoup de pays et de cultures, les nouvelles technologies se sont imposées comme les outils privilégiés pour la communication, que ce soit dans le cadre de la vie privée ou de la vie professionnelle. Il y a plus de deux siècles, Emmanuel Kant⁵ expliquait la relation fondamentale qui se noue

⁵KANT, E. et BARNI, J. *La Critique de la faculté de juger (Critique du jugement esthétique): Une œuvre fondamentale de l'esthétique moderne (La troisième grand ouvrage critique de Kant, après la Critique de la raison pure et la Critique de la raison pratique)*. e-artnow sro, 2015.

INTRODUCTION

entre le sentiment de plaisir, le pouvoir de connaître et le pouvoir de désirer. Phénomène que l'on peut observer aujourd'hui dans les relations entre les internautes et les sites des réseaux sociaux. Les médias sociaux leur octroyant le pouvoir de connaître, l'internaute peut se renseigner sur la vie de ses proches, leurs idées, leurs goûts, et les informations qu'ils lisent. Le sentiment de plaisir s'inscrit dans le caractère ludique, informel et social des sites. Les technologies ont repensé le design de l'environnement numérique, devenu de plus en plus agréable et séduisant. Les plates-formes dont l'usage est facilité permettent à l'internaute de rédiger et partager aisément. Enfin, avec le pouvoir de désirer, l'internaute a la capacité de s'exprimer librement et sans censure, les médias sociaux numériques lui offrant un espace pour exercer pleinement son désir.

Ainsi, par leur dimension innovatrice, ubiquitaire, accessible et asynchrone, les médias sociaux attirent les technophiles, les digital natives et digital immigrants, mais aussi une autre catégorie : les communautés d'immigrants. Pour ces dernières, les réseaux sociaux numériques ont de véritables atouts : les outils de communication sociale confèrent un espace libre de discussion, une sorte d'agora électronique, disponible pour tout le monde. Cette tendance a suscité l'attention des médias mondiaux lors de la campagne des élections présidentielles aux États-Unis en 2008. Cependant l'utilisation des médias sociaux dans les campagnes politiques avait déjà un précédent avec la bataille au sein du Parti démocrate entre Barack Obama et Hillary Clinton pour devenir le candidat aux élections présidentielles. Candidat alors assez peu connu, Barack Obama avait réussi à mobiliser son électorat potentiel à Chicago et avait progressivement gagné du terrain dans plusieurs états, jusqu'à atteindre la communauté d'origine latino-américaine. Cette population était composée majoritairement d'électeurs qui avaient connu les années de l'administration Clinton et qui avaient

INTRODUCTION

vécu sa politique étrangère avec l'Amérique Latine et en gardaient un souvenir positif. Elle était donc fortement favorable à la candidature d'Hillary Clinton, ce qui laissait à Barack Obama une faible marge de séduction pour gagner leur vote. Néanmoins, l'équipe d'Obama, en poursuivant une stratégie d'utilisation des réseaux communautaires déjà existants et des réseaux sociaux numériques, a su toucher d'abord les jeunes et ensuite les parents issus de cette communauté. L'exemple de cette campagne a attiré notre attention car il a montré l'ampleur que peut prendre la combinaison de ces deux types de réseaux sociaux. Ce phénomène nous a ainsi inspiré et a guidé notre travail vers l'utilisation de ces médias dans la communication des groupes ethniques et minoritaires.

Pour ces communautés, les médias sociaux numériques sont devenus un canal clé de mise en contact avec leurs proches dans leur pays d'origine et avec la communauté qui les accueille en France. Selon Edward Hall⁶ ce sont des besoins sociaux qui sont à l'origine de la nécessité de communiquer d'abord avec ceux avec qui l'on partage la même langue et les mêmes valeurs culturelles. De plus, des échanges interculturels s'instaurent entre la culture autochtone et la culture des nouveaux arrivants ; l'acceptation ou le rejet se définira alors selon les civilisations auxquelles appartiennent les cultures. Parmi les usages de la notion de « civilisation », nous avons retenu la définition de Samuel Huntington⁷. Bien que nous ayons certaines réserves sur d'autres sujets traités par cet auteur, nous adoptons sa définition : « une civilisation représente l'entité culturelle la plus large. Les villages, les régions, les groupes ethniques, les nationalités, les groupes religieux : tous ont des cultures diverses à différents niveaux d'hétérogénéité culturelle. » Compte tenu de ces différences, le seul moyen de faciliter l'acceptation par l'« autre » est de maîtriser le codage et le décodage des messages de

⁶HALL, E.T. *Au-delà de la culture*. Essais. Editions du Seuil, 1976, p. 7-8.

⁷HUNTINGTON, S. *Le choc des civilisations*. Odile Jacob, 1996, p. 40.

INTRODUCTION

communication interculturelle. Or ces échanges interculturels se dénouent souvent en choc de civilisations et entraînent ainsi une réaffirmation identitaire. Si les cultures appartiennent à une même civilisation, complètement ou partiellement, une adoption plus volontaire des coutumes locales peut avoir lieu. Mais que se passe-t-il lorsque les nouveaux arrivés proviennent d'une ancienne colonie d'un pays appartenant à la même civilisation du pays d'accueil ? Rappelons que le Cap-Vert est une ancienne colonie du Portugal, pays proche du point de vue *civilisationnel* de la France. Nous avons trouvé une réponse partielle dans le rapport du Haut conseil à l'intégration remis au Premier ministre français en juin 1995, intitulé *Liens culturels et intégration* : « L'intégration se fait car les populations immigrées veulent dans leur majorité s'intégrer⁸ ». Si des traits de similarités existent, l'intégration sera plus facile, mais pas forcément plus rapide. Or, le contexte politique et social actuel en France rend le processus d'intégration plus complexe.

L'immigration en France

On trouve au sein de la société française de nombreux groupes sociaux minoritaires très divers, et issus du flux d'immigration provenant principalement des pays européens, africains et asiatiques⁹. Selon l'INSEE¹⁰ le taux d'immigration des pays africains a triplé depuis les années 60, à la fin des années 90 il était au même niveau que le taux d'immigration venue de l'Espagne, de l'Italie et du Portugal, et selon le rapport de 2004 : « les immigrés originaires d'Afrique et d'Asie sont plus nombreux sur le territoire

⁸ *Rapport au Premier ministre : Liens culturels et intégration, juin 1995*. Collection des rapports officiels. Paris : La documentation Française, 1995, p. 20.

⁹ HARGREAVES, A.G. *Multi-ethnic France: immigration, politics, culture and society*. Routledge, 2007.

¹⁰ TRAVAN, Ch. *INSEE Première*. 1042. Sept. 2005.

INTRODUCTION

qu'en 1999¹¹ ». Or les données de l'INSEE montrent aussi un accroissement de l'immigration provenant d'autres régions du monde, comme l'Amérique Latine, dont le Brésil, en tête. Cette immigration, clairement diversifiée, mène la France vers une évidente hétérogénéité sociale et culturelle. Or, contrairement aux pays anglo-saxons comme les États Unis, l'Angleterre ou le Canada où les différences culturelles sont acceptées moins difficilement par les autochtones, en France, une bonne partie de la société civile est méfiante à l'égard de ces différences. Cette attitude influence les politiques migratoires qui voudraient une assimilation totale : l'apprentissage de la langue et l'éducation civique sont obligatoires pour tous ceux qui désirent s'installer dans le pays.

Pour les immigrants, généralement issus des pays pauvres, le rêve d'une société accueillante ne dure pas longtemps. Pour eux commence le long parcours de l'intégration : mettre de côté leur langue, leur culture, leurs mœurs, leur alimentation et leurs bases éducationnelles et adopter ceux de la France. Cependant l'expérience ne sera pas une réussite pour tout le monde. Des facteurs tels que l'âge, la situation socio-économique et le niveau d'éducation jouent un rôle essentiel. Un tel contexte peut conduire à trois cas de figure possibles :

1. ils réussissent à être intégrés au système légal et social ;
2. ils sont intégrés au système légal, mais restent éloignés des autochtones ;
3. ils ne réussissent à être intégrés à aucun des deux et sont obligés de rester parmi les leurs sans accès à de nombreux des services de base.

Les nouveaux arrivés se regroupent par « groupe ethnoculturel » terme employé par Hugues Lagrange¹² pour désigner les traces communes qui

¹¹BORREL, C. *INSEE Première*. 1098. Août 2006.

¹²LAGRANGE, H. *Le déni des cultures*. Seuil, 2010, p. 21.

INTRODUCTION

renvoient à la langue, à la région d'origine des parents, etc. Cette définition ne s'éloigne pas des idées de Claude Lévi-Strauss. Souvent et malgré les efforts qu'elles peuvent fournir, les personnes issues de certains groupes d'immigrants peinent à s'adapter à leur pays d'accueil et à devenir des citoyens parfaitement assimilés. Mais, s'il est vrai que pour ces personnes l'accès à la culture d'accueil est fréquemment verrouillé, il est aussi vrai que les liens avec leurs groupes « ethnoculturels » locaux ou affines (culturellement) se renforcent. Ainsi il est normal de voir les Latinos aux États-Unis rester dans les mêmes quartiers ou, en France, les Arabes et les lusophones se retrouver dans les mêmes espaces.

Communication et intégration

L'intégration à la société française et l'attachement à sa communauté ethnique sont deux faits qui portent en eux des changements socioculturels et communicationnels. La France du XXI^e siècle commence progressivement à adopter des valeurs postmodernes, au sens d'Hottois¹³, c'est-à-dire la tolérance, le pluralisme et le cosmopolitisme. Elle vit les effets de cette époque, caractérisée par Jeremy Rifkin¹⁴, « par la marchandisation du temps, de la culture . . . », mais peine encore à les accepter. Pour Rifkin, les sociétés postmodernes célèbrent la diversité des expériences, bénéficiant ainsi d'un monde ouvert à l'innovation et la diversité. Les sociétés postmodernes se trouvent traversées par les nouvelles technologies, de nouvelles pratiques de communication et de recherche des informations. Ainsi, dans une société qui commence à accepter la différence, les groupes minoritaires trouvent progressivement des niches où placer leurs productions communicationnelles

¹³HOTTOIS, G. *De la Renaissance à la postmodernité: une histoire de la philosophie moderne et contemporaine*. Le point philosophique. Bruxelles : De Boeck Université, 2001, p. 463 - 483.

¹⁴RIFKIN, J. *L'âge de l'accès: la nouvelle culture du capitalisme*. Paris : La Découverte, 2005, p. 252.

INTRODUCTION

(radio, émissions de télévision, sites web, pages et groupes Facebook). Au cours de notre travail nous avons pu voir comment des associations et des groupes privés, liés aux communautés ethniques, adoptent certaines de ces valeurs.

Le style de vie de ces sociétés est souvent le sujet des médias informatifs (journaux télévisés, presse papier et web) et des médias culturels (films, musique, BD, littérature, jeux vidéo...) qui généralement s'exportent hors frontières. Il n'est donc pas surprenant que telles conditions de vie fassent rêver les populations des pays en difficulté sur les plans politique, économique ou social. Nous témoignons ainsi des vagues d'immigration qui, aidées par le constant développement des réseaux routiers et aériens, peuvent se déplacer vers tous les horizons de la planète. Ceci est le cas de beaucoup des pays européens, et de la France, qui a connu des vagues migratoires importantes au cours du XXe siècle :

*Immigrés, minorités ethniques et diasporas sont parmi les premiers bénéficiaires des progrès technologiques en matière d'information et de communication qui facilitent les échanges matériels et immatériels avec le pays d'origine ou entre plusieurs espaces migratoires.*¹⁵

Dans un tel contexte, les nouvelles technologies de communication comme l'ordinateur et le téléphone portable avec une connexion à Internet, peuvent inverser le sort de beaucoup d'immigrés. Selon l'étude de Médiametrie¹⁶ « L'année Internet 2016 », publiée le 23 février 2017 :

¹⁵RIGONI, I. « Les médias des minorités ethniques : représenter l'identité collective sur la scène publique ». In : *Revue européenne des migrations internationales* Vol. 26.1 (2010), p. 7-16.

¹⁶MÉDIAMETRIE, title: L'Année Internet 2016. 2017. URL : <http://www.mediametrie.fr/internet/communiques/1-annee-internet-2016-le-mobile-1-experience-enrichie.php?id=1623>.

INTRODUCTION

En 2016, la France compte 45,7 millions d'internautes de 15 ans et plus, soit 87,7% de la population.[...] 41,7 millions d'internautes, soit 4 Français sur 5 (80,1 %) se rendent chaque mois sur au moins un réseau social ; ils sont 26,5 millions à s'y connecter chaque jour. Cette généralisation joue un rôle prépondérant dans la circulation des contenus : de plus en plus d'internautes échangent des articles ou des vidéos avec leur entourage : ils sont ainsi respectivement 84% à lire des articles et 49% à regarder des vidéos partagées par leurs proches pour s'informer.

Il est évident que de cette utilisation massive d'Internet découlent de nouvelles pratiques de communication et de socialisation. Concernant celles des communautés minoritaires et immigrantes, des études indiquent leur arrivée en France à la fin des années 1990 avec la création des Cybercafés (Élodie Raux¹⁷) qui ont facilité le développement des espaces de discussions communautaires, notamment liés à des questions administratives. Parmi les questions les plus récurrentes que nous avons pu recenser se trouvent des questions liées à l'acquisition des cartes de séjour, de démarches en préfecture, à la Caisse d'allocations familiales (CAF), à la sécurité sociale. Mais il s'agit également d'autres questions de société : entre autres, les renseignements recherchés sur les cours de français pour un membre de sa famille, des questions sur la scolarité des enfants ou sur l'emploi, ou des questions aussi simples que celles qui concernent la réglementation pour faire un barbecue sur son balcon. Peu à peu, les migrants connectés commencent à s'intéresser à la création d'espaces médiatiques, où sont accessibles les informations à posséder sur leur pays d'accueil dans leur langue maternelle, ainsi que des informations sur leur pays natal. Parmi ces médias, on peut compter par

¹⁷RAUX, E. « Les intimités anonymes du cybercafé : à l'ombre d'Internet ». In : *Champ psychosomatique* 3.27 (2002), p. 53-67.

INTRODUCTION

exemple des médias numériques pour les anglophones (rivierareporter.com), les Chinois (chinoisdefrance.com) ou les lusophone (lusoplanet.com).

Or, malgré une véritable dynamique de création des médias ethniques, les travaux scientifiques en France sont très peu nombreux. Dans un article intitulé « Différences d’approches entre traditions française et nord-américaine dans les recherches en *ethnic/race studies* », Laurent Béro explique de façon claire le retard de la France en matière de recherches sur les médias ethniques. En France, très peu de laboratoires de recherche travaillent sur la questions de l’immigration : le laboratoire « Migrinter » à l’Université de Poitiers ou l’unité de recherche Urmis à l’Université de Nice. Il y a eu plusieurs efforts de publications comme les travaux dirigés par Isabelle Rigoni, et publiés dans la Revue européenne des migrations internationales. Nous pouvons également évoquer des projets internationaux ou européens sur les médias des minorités ethniques comme l’Ethnic Media Wiki Project¹⁸, dont le site n’est plus mis à jour, mais dont les traces de leurs analyses ont conduit à plusieurs publications toujours accessibles en ligne.

Ainsi nous pensons que notre travail trouve sa place dans l’émergence d’une nouvelle vague d’études sur les médias ethniques. L’une des communautés à avoir adopté rapidement Internet comme moyen de communication et d’information, est la communauté lusophone. Composée en France principalement de Portugais, elle a également intégré les communautés brésiliennes et cap-verdiennes. Lors d’une interview avec l’attaché à la culture¹⁹ de l’ambassade du Cap-Vert, il nous a été expliqué que le facteur économique a été la principale raison de l’adoption de la communication sur Internet. Cependant, le Portugal et principalement le Brésil

¹⁸*The Ethnic Media Wiki Project*. 2017. URL : <http://csunmcom630.pbworks.com/w/page/9708260/FrontPage>.

¹⁹Interview avec Mr. David ANDRADE MODESTO LEITE, faite le 26 novembre 2010, annexe B

INTRODUCTION

sont des producteurs de médias à grande échelle, et les médias cap-verdiens étant assez modestes, ils n'ont pas le même impact au sein de la communauté lusophone. L'immigration de cette communauté lusophone reste importante en France car selon l'INSEE²⁰ l'immigration portugaise est la troisième en France. On note également que l'immigration du Cap-Vert, malgré un chiffre relativement bas (40 000 résidents en France selon les chiffres de l'Ambassade du Cap-Vert à Paris) reste importante, si l'on compare ce chiffre avec celui des habitants du pays, 505 606. Pour sa part, le Brésil a la plus importante immigration vers la France en provenance de l'Amérique latine. Comme nous l'avons expliqué précédemment, nous avons choisi comme objet d'étude la seule communauté cap-verdienne pour des raisons de proximité culturelle. Par ailleurs, l'éloignement que vit cette communauté avec son pays d'origine est l'un des motifs d'un usage important des médias sur Internet et des médias sociaux pour communiquer. En résumé, les raisons principales qui nous ont guidées dans ce choix sont : (1) leur langue maternelle, le portugais, qui par ses racines partagées avec le Français devrait faciliter leur insertion dans vie quotidienne, (2) leur religion, catholique, qui donne un aspect culturel partagé avec la société française, (3) leur « européanisme », la société cap-verdienne est partiellement influencée culturellement et ethniquement par le Portugal, (4) le manque de travaux effectués sur cette partie de la population de la France.

En choisissant ce pays lusophone dont la population est relativement réduite en France, nous sommes confrontés au problème d'une faible documentation. En effet, il existe très peu d'études sur l'immigration cap-verdienne en France. Néanmoins, grâce à la communauté portugaise, il y a un nombre important d'études liées à la langue, la culture, la littérature, l'économie et la sociologie du monde lusophone en France. Ce sont les

²⁰BORREL, *INSEE Première*, op. cit.

INTRODUCTION

études en Sciences de l'information et de la communication à propos des médias en portugais en France qui restent encore minoritaires, alors que les sites de la Maison du Brésil à Paris et le portail Portugalmania affichent les adresses web des nombreux sites, journaux et communautés virtuelles.

Ces types de médias sont regroupés sous différentes appellations selon le pays, ainsi dans les pays anglo-saxons : ces derniers traitent des « médias ethniques » ; en France en revanche on retient une autre appellation, celle des « médias des minorités ». Les formes de communications « ethniques » permettant de se connecter par le moyen des médias, ne sont pas une pratique récente. Matsaganis, Katz et Ball-Rokeach²¹, nous expliquent que depuis plusieurs siècles les minorités font appel aux différents dispositifs de communication. Ces dispositifs, peuvent être tracés jusqu'à la fin du XVII^e siècle en Hollande où la communauté protestante d'origine française qui fuit la France catholique, avait créé sa *Gazzete de Leyde*. Jusqu'à récemment, les médias des minorités étaient méprisés car ils s'adressaient à une population très spécifique et souvent très réduite, mais depuis la mise en place des techniques d'ethnomarketing en France, les agences de publicité, de communication et les sociétés de création de logiciels web suivent de près ces médias. Toutefois, l'intérêt pour les médias des minorités n'éveille pas beaucoup d'enthousiasme en France, comme l'indique le nombre réduit de publications scientifiques sur le sujet. Pourtant, ce sont des médias en constante évolution et en expansion. En effet, le cas de l'utilisation des réseaux sociaux numériques par les communautés ethniques et minoritaires est en augmentation. Le coût réduit de création des espaces de communication via ces plate-formes motive ces communautés à les adopter plus facilement. Lors de cette étude, nous avons remarqué un nombre important de groupes et de pages Facebook à destination de ces communautés,

²¹MATSAGANIS, M.D., KATZ, V.S. et BALL-ROKEACH, S.J. *Understanding Ethnic Media: Producers, Consumers, and Societies*. SAGE Publications, 2010.

INTRODUCTION

et la communication par des profils privés ne fait qu'augmenter (Tristan Mattelart, Elyamine Settoul, Karima Aoudia ²²). L'usage fréquent que les jeunes membres de la communauté cap-verdienne font des réseaux sociaux numériques, nous amènent à nous interroger sur leur possible influence dans leur intégration à la société d'accueil. D'un point de vue assimilationniste au sens fort et « traditionnel » - souvent lié au nationalisme, (Dominique Schnapper ²³) ces médias auraient tendance à favoriser un éloignement de la culture d'accueil pour les immigrés. Or, selon les usages, et la variété de contextes dans lesquels ils se déroulent, nous considérons, qu'au contraire ces sites favorisent l'intégration de communautés. Un tel raisonnement nous a conduit à nous interroger sur ces sujets :

- Quels types des médias ethniques existent déjà en France ?
- Quelle est l'importance que l'État accorde au développement de la communication **pour et par** les minorités ethniques ?
- Quels sont les médias ethniques qui reçoivent le plus d'aides de l'État ?
- Quel est le support technique le plus développé en France par les communautés pour leur communication (vidéo, podcast, photo) ?
- Comme les espaces associatifs autour desquels les communautés ethniques articulent leur vie sociale influencent et enrichissent-ils les médias ethniques ?
- Comment les nouvelles générations issues des communautés en question s'approprient-elles ces médias ?

²²MATTELART, T., SETTOUL, A. et AODIA, K. « Les usages des technologies de communication par les populations issues de l'immigration : du transnational au local ». In : *Médias et migrations dans l'espace euro-méditerranéen*. Sous la dir. de MATTELART, T. Éditions Mare et Martin, 2014.

²³SCHNAPPER, D. *Qu'est-ce que l'intégration ?* Folio. Actuel. Gallimard, 2007.

INTRODUCTION

- Existe-t-il un point commun entre l'utilisation des médias sociaux numériques par les migrants de première génération et leurs enfants nés en France ?
- Y a-t-il une utilisation ou un partage du contenu issu des médias ethniques sur les médias sociaux numériques par les jeunes de deuxième génération ?
- Comment les médias ethniques peuvent-ils contribuer au dialogue interculturel ?
- Dans quelle mesure, ces médias peuvent-ils contribuer à l'intégration des minorités ethniques et immigrantes ?

De ce questionnement découle la problématique centrale suivante :

Comment les médias sociaux numériques utilisés par les minorités ethniques peuvent-ils faciliter la communication et la compréhension de la culture de leur pays d'accueil ?

Ces groupes ou communautés qui possèdent déjà une culture propre ont tendance à se regrouper géographiquement et socialement, ce qui ne facilite pas leur intégration à la société française. Nous soutenons que la dimension sociale de ces plate-formes peut faciliter la rencontre avec des membres de la société d'accueil. En outre, l'aspect ubiquitaire et peut-être « ludique » de ces sites peut éveiller la curiosité des adultes des groupes ethniques et immigrantes, et les inciter à les adopter pour communiquer avec la communauté. Nous formulons ces affirmations clés à notre travail dans les hypothèses suivantes :

INTRODUCTION

Hypothèse centrale :

Si les nouvelles pratiques, liées aux technologies et aux médias facilitent la communication entre les membres d'une ou de plusieurs communautés, elles peuvent aussi faciliter leur intégration à la culture d'accueil.

Hypothèse opérationnelle 1 :

L'utilisation des médias sociaux numériques lusophones et interculturels incrémente les chances de compréhension de la culture d'accueil.

Hypothèse opérationnelle 2 :

L'engagement des acteurs de l'intégration, ainsi que de ceux qui désirent s'intégrer, est renforcé lorsqu'on emploie des médias sociaux dans les activités d'organisation et de communication.

Hypothèse opérationnelle 3 :

Dans une culture à contexte élevé, selon la définition d'Edward T. Hall, les « Digital Natives » peuvent faciliter l'adoption de l'utilisation des médias sociaux par les adultes immigrés de première génération.

Champs disciplinaires

Notre projet de recherche par son caractère pluridisciplinaire s'inscrit principalement dans ces disciplines :

- les Sciences de l'information et de la communication, et plus précisément dans les champs d'études des médias ethniques représentés principalement par : D. Boyd, D. Diminescu, M. Georgiou, Ch. Husband,

INTRODUCTION

- M. Matsaganis, I. Rigoni. Les études des médias sociaux, principalement les travaux de : A. Couttant, N. Ellison, P. Mercklé, R. D. Putman, H. Rheingold. Comme nous pouvons l'observer, ces deux champs sont représentés principalement par la littérature anglo-saxonne ;
- la sociologie et particulièrement dans la théorie de réseaux sociaux : P. Bourdieu, A. Casilli, M. Castells, J.S. Coleman, J. van Dijk, E. Goffman, M. Granovetter, S. Proulx. Les théories de la coopération, l'immigration et l'intégration des cultures : E. T. Hall, H. Hannoun, H. Lagrange, M. Tribalat, G. Noiriel, D. Schnapper, V. Piché ;
 - les *cultural studies*, notamment les travaux de S. Hall et d'E. Maigret ;
 - l'histoire de la migration en France, traitée largement par G. Noiriel et R. Schor.

Méthodologie

Pour conduire cette recherche nous utilisons deux méthodologies qualitatives : l'ethnographie des réseaux sociaux et la « Netnography » développée par Robert V. Kozinets²⁴. Cette dernière se présente comme une ethnographie en ligne impliquant l'observation des communautés rencontrées d'abord dans leur vie « offline » (dans ce cas des associations) et dans leur vie *online*.

Notre étude a commencé en 2011, la première partie de notre recherche a consisté au repérage des populations cap-verdiennes à Nice et de leur milieu associatif. Après quelques interviews et suite au constat que seuls les jeunes de deuxième génération utilisent ces dispositifs, nous avons décidé de nous concentrer sur cette partie de la communauté et d'en faire l'échantillon de notre enquête. Avec leur accord, nous les avons suivis pendant plus

²⁴KOZINETTS, R.V. *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. SAGE Publications, 2010.

INTRODUCTION

d'un an. Dans cette période de travail de terrain, nous avons effectué des interviews d'acteurs des communautés et de l'attaché aux affaires culturelles de l'Ambassade du Cap-Vert, puis un stage d'une semaine au sein de l'Office français de l'immigration et de l'intégration. La deuxième partie de notre travail a été le relevé des observations en ligne. De 2012 à 2016, nous avons observé les pratiques numériques de notre échantillon sur le réseau social Facebook, de façon dissimulée et distanciée, c'est-à-dire sans jamais intervenir dans les échanges, sans commenter les contenus, ni les partager. Les données collectées pour effectuer nos analyses relèvent donc du monde réel et virtuel (*offline* et *online*). Concernant le monde *offline*, la collecte de données s'est limitée à des interviews, et à des observations non participatives dans des espaces associatifs. Les interviewés ont préféré ne pas nous ouvrir les portes de leur domicile par pudeur. Pour ce qui concerne les données du monde *online*, elles sont de type textuel (billets et articles), et visuel (photos, images). Dans les pages qui suivent nous présentons notre projet de recherche, divisé en deux grandes parties.

Notre première partie repose sur l'analyse des médias, de la mondialisation, des minorités ethniques en France, et des médias sociaux. Cette partie est divisée en quatre chapitres.

Nous commençons ce parcours en interrogeant les auteurs et les théories autour de la communication, de la mondialisation et de la construction de l'identité, dans la lignée des *cultural studies*. Ce premier chapitre se concentre sur la compréhension des évolutions communicationnelles et du contexte qui les entoure au niveau mondial comme national. Cette analyse nous a permis d'établir les vertus et les dangers de l'ère de la mondialisation, mais également de nous sensibiliser à la temporalité dans laquelle s'inscrit notre travail : un espace temps où chacun souhaite faire la promotion de sa singularité.

INTRODUCTION

La migration en France est un phénomène qui précède la Révolution de 1789. Elle a connu différentes vagues migratoires à différentes périodes avec des populations de diverses origines. Notre travail sur les communautés ethniques et immigrantes ne pouvait être complet sans une discussion sur l'histoire de l'immigration en France. Le deuxième chapitre aborde ainsi les grandes vagues migratoires jusqu'aux années 2000, les institutions qui, au cours du XX^e et XXI^e siècle, ont encadré l'accueil des immigrants, les différentes politiques d'accueil des migrants. Nous étudions aussi les notions d'assimilation et d'intégration, de multiculturalisme et d'interculturalisme, et le concept de minorité ethnique sous l'angle de la sociologie et des théories de la migration.

Les minorités ethniques s'approprient progressivement les nouveaux médias, et adoptent Internet comme outil d'information et de communication. Cependant, les médias traditionnels sont encore très présents dans leur communication, avec toutes les difficultés administratives et politiques que cela engendre. Le troisième chapitre présente certaines de ces difficultés, et commente l'utilisation ou la présence de ces groupes sur les trois médias principaux : la télévision, la radio et la presse écrite.

Dans beaucoup des pays anglo-saxons et anglophones, les médias issus des minorités ethniques connaissent une forte croissance. Le cas des États Unis avec la communauté hispanophone est l'un des plus emblématiques en raison de l'influence politique que cette dernière a gagné depuis vingt ans. De ces nouvelles pratiques, le concept d'ethno-médias est né outre-Atlantique. En France, le concept est encore à un état embryonnaire dans la littérature scientifique, c'est pourquoi l'étude de ces médias constitue une des originalités de ce travail. La force de ces médias provient en grande partie de l'influence et la démocratisation des médias sociaux. Ainsi, le quatrième chapitre s'articule autour de l'étude des médias sociaux numériques

INTRODUCTION

et ethniques du point de vue des *media studies*, des théories des réseaux sociaux, du capital social et de l'intelligence collective.

La deuxième partie de notre thèse est consacrée aux questions méthodologiques : la présentation des méthodes de recueil et d'analyse des données, la présentation de la population d'étude, l'analyse des données, et la discussion de nos résultats. Cette partie est organisée en deux chapitres (cinq et six).

Bien que notre réflexion ait débuté en 2008, notre première approche du terrain a commencé en 2010 avec une visite à l'Ambassade du Cap-Vert à Paris, suivie de plusieurs interviews avec le milieu associatif cap-verdien. C'est après ces échanges que nous avons mesuré la complexité du sujet. Le déficit de littérature française à l'époque ne nous a pas découragé, car nous nous sommes appuyés sur la littérature nord-américaine. Par ailleurs, nous avons décidé d'assister à des manifestations scientifiques internationales afin d'engager des discussions méthodologiques. Cette démarche nous a mené à présenter des conférences en Islande, en Angleterre, en République tchèque, et en Roumanie, ainsi qu'aux Doctoriales de la SFSIC à deux reprises. Notre réflexion s'est ainsi vue enrichie d'une variété de courants méthodologiques jusqu'à privilégier la netnographie et l'ethnographie des réseaux sociaux. Le chapitre cinq présente ainsi les étapes de ces méthodologies, le décryptage du choix de la population d'étude, les critères pour établir les questions et les grilles d'observation et de récolte de données, le travail de terrain et les difficultés rencontrées. Nous concluons avec la présentation des méthodes d'analyse des différentes données.

Traiter sept ans de données a été une tâche complexe et imposante. C'est aussi une période très longue qui connaît ses propres évolutions. Nous avons fait le choix de travailler avec des jeunes qui à l'époque avaient entre 12 et 20 ans, ils ont accepté d'être interrogés et observés dans les locaux

INTRODUCTION

de l'association Maison du Cap-vert et suivis sur Facebook, mais l'âge, la maturité, l'entourage, etc. font partie des paramètres contraignants de notre enquête. Notre étude a débuté avec 15 personnes et s'est poursuivie avec 7. Le nombre est très modeste, certes, mais les données montrent des résultats qui ouvrent la voie à de nouvelles réflexions. Le chapitre six présente une analyse ethnographique de leur réseau social, des analyses sur les images partagées, et à l'aide du logiciel Nvivo, l'analyse de leur communication textuelle sur le site. Ce dernier chapitre se clôture avec le croisement des données afin d'enrichir l'analyse de nos résultats.

Notre travail se conclut avec l'analyse de nos résultats, en faisant le lien entre les différentes théories abordées, les besoins communicationnels de ces communautés, le réseau social de notre échantillon, leur utilisation de Facebook, l'usage des médias numériques et les contenus publiés. L'analyse de ces éléments met en lumière la manière dont ils contribuent à l'intégration des communautés ethniques et immigrantes à la société d'accueil. À l'époque où l'individualisme se normalise et où les sociétés, influencées par les courants nationalistes, tendent à se replier sur elles-mêmes, les médias, et surtout les médias que nous définirons désormais comme ethniques doivent adopter une dimension éthique et interculturelle. S'enfermer dans l'ethnocentrisme c'est reculer dans l'histoire, et raviver les heures sombres des années 1930 et 1980. Sous certaines conditions, les réseaux socio-numériques peuvent contribuer à l'expansion des pratiques interculturelles, à l'ouverture d'esprit, au cosmopolitisme, à la tolérance, au respect de l'autre et au dialogue. Cependant, des éléments clés de l'intégration tels que la volonté d'appartenance et le contexte social appartiennent à la vie hors ligne.

Première partie

**Médias sociaux et minorités
ethniques**

1. Identités et mondialisation

*Chaque époque historique et chaque type de société ont la configuration communicationnelle qu'ils méritent. Cette configuration avec ses divers niveaux, qu'ils soient économique, social, technique ou mental, et ses différentes échelles, locale, nationale, régionale ou internationale, produit un concept de communication hégémonique. Dans le passage d'une configuration à une autre, il importe de dégager continuité et ruptures.*¹

— Armand Mattelart

Nous sommes presque en 2020. L'Internet commercial existe depuis les années 90 et l'Internet mobile est commercialisé depuis les années 2000, la démocratisation du smartphone et des ordinateurs portables a commencé il y a à peine quinze ans, mais partout sur la planète, les services d'Internet sont devenus incontournables pour le fonctionnement de nos vies. Il est difficile d'imaginer pour les nouvelles générations qu'il y a tout juste trente ans le papier était encore le moyen principal de communication. Lointaines sont les années où les lettres des expatriés, qui partaient vers des destinations éloignées, passaient plus d'un mois avant d'arriver à leurs destinataires. Les communications téléphoniques coûtaient alors une fortune et les transports aériens aussi.

¹MATTELART, A. *L'invention de la communication*. La Découverte, 1997.

1. Identités et mondialisation

La révolution numérique que nous vivons est à l'origine d'énormes avancées technologiques, économiques et éducatives, mais ce sont surtout les aspects sociaux et culturels qui en bénéficient et amènent le concept de communication encore plus loin. Dans ce travail, nous allons employer la notion de communication au sens anthropologique du terme afin de comprendre comment elle rapproche des minorités ethniques très différents se trouvant sur un même territoire. Nous allons également nous intéresser à la contribution de la communication numérique dans l'évolution personnelle des minorités ethniques - particulièrement les immigrants et enfants d'immigrants - vers une intégration sociale dans leur pays d'adoption.

Comme beaucoup d'avancées sociétales, la communication telle que nous la connaissons aujourd'hui est le résultat d'une longue évolution, très ancrée dans l'histoire du progrès et du changement social (Armand Mattelart²). En effet, vers la fin du XX^e siècle l'idéologie du progrès a « propulsé au rang de symbole de l'évolution³ » la communication et ses systèmes techniques. Mattelart ajoute que « des particules à l'homme, de l'organisation familiale à l'État moderne, de l'ethnie à la coalition des nations, de l'international au global : dans l'histoire des formes d'intégration ... il est demandé aux moyens de communiquer de donner tout son sens à l'évolution⁴ ». La communication est ainsi associée au binôme « civilisation/progrès », une combinaison que Marshall McLuhan⁵ relève dans les années soixante en associant la communication au phénomène de la mondialisation. Il donne ainsi naissance au concept de « village globale/planétaire », un terme d'inspiration religieuse (lui-même converti au catholicisme à l'âge adulte) qui s'appuie sur la notion de « noosphère » ou « sphère de l'esprit » conceptua-

²Ibid.

³Ibid.

⁴Ibid.

⁵MCLUHAN, M. et FIORE, Q. *The medium is the message. An Inventory of effects.* Random House, 1967.

1. Identités et mondialisation

lisée dans les années 1950 par le père jésuite, paléontologue et théologien, Pierre Teilhard de Chardin⁶. Selon Raphaëlle Josset, P. Teilhard de Chardin a conceptualisé cette notion « dans une tentative de réconcilier science et religion (à vrai dire darwinisme et catholicisme), [il] la conçoit comme une sorte de « conscience collective planétaire », une immense machine à penser, un magma d'informations entourant la surface du globe comme l'atmosphère et qui est à l'intellect ce que la « biosphère est pour la vie ». Ce grand nuage immatériel gagnerait ainsi en ampleur et en intensité à mesure des progrès de l'évolution humaine et de ce que l'on nomme aujourd'hui la « globalisation ». Par la suite, McLuhan⁷ déclare que la noosphère était « le cerveau technologique de l'univers (...) la membrane cosmique jetée sur l'ensemble du globe par la dilatation électronique de tous nos sens », la liant ainsi aux derniers développements technologiques, car il « constatait déjà l'existence et le déploiement d'un réseau planétaire issu des technologies de la communication électronique (télégraphe, téléphone, radio, télévision) qui, en bouleversant profondément nos rapports à l'espace et au temps, réduisait littéralement le globe terrestre à la taille d'un village⁸. » Cette vision très avant-gardiste s'applique à notre époque car pour le philosophe-sociologue, dans ce monde unifié, « l'information véhiculée par les médias de masse fondait l'ensemble des microsociétés en une seule. Il n'y aurait selon lui désormais plus qu'une culture, une seule et même communauté « où l'on vivrait dans un même temps au même rythme et donc dans un même espace »⁹. »

Mais l'esprit visionnaire de McLuhan ne s'arrête pas là. Si, au départ, il semblait y avoir un certain positivisme dans ses travaux, quelques an-

⁶TEILHARD DE CHARDIN, P. *Le phénomène humain*. Seuil, 1955.

⁷MCLUHAN, M. *La galaxie Gutenberg*. Mame, 1967.

⁸JOSSET, R. « Inconscient collectif et noosphère. Du « monde imaginal » au « village global » ». In : *Sociétés* 111 (2011), p. 35-48.

⁹DÉTRIE, P. *Manager au XXIe siècle: Un défi d'ouverture, d'agilité, d'attention, de coopération*. Eyrolles, 2015.

1. Identités et mondialisation

nées plus tard, son ouvrage *Guerre et paix dans le village planétaire* vient illustrer le fait que beaucoup de changements sociaux sont dus à l'introduction de nouvelles technologies. Il met en garde le lecteur contre l'usage excessif de ces dernières qui peut, à terme, provoquer une perte d'identité. Aujourd'hui, « village planétaire » est synonyme de carrefour d'échanges entre peuples, de flux d'informations et, depuis, qu'il est associé au terme « numérique », il reçoit autant de critiques positives que négatives (Thomas L. Friedman¹⁰, Didier Lombard¹¹). Résultat de cette activité : la communication véhiculée par les dispositifs mis au service du village mondial et numérique évolue vers un élément complexe à construire et à déconstruire.

Parmi ces nouveaux dispositifs, le cas d'Internet et des réseaux socio-numériques du début du XXI^e siècle se démarquent particulièrement car ils ont bouleversé les concepts de communication globalement admis jusque là, et nécessitent donc de nouvelles réflexions liant les pensées classiques et contemporaines. En 1996, Yves Winkin¹², établit un classement des différents types de communication. Selon lui, la communication est synonyme de transmission - des messages remplis d'informations et de codes à interpréter - ce qui fait émerger plusieurs modèles de communication qu'il regroupera en deux grandes catégories : télégraphique et orchestrale. La première est plutôt linéaire, intentionnelle, limitée dans le temps et l'espace. La deuxième se démarque par sa dimension orchestrale pour laquelle le contexte et tous ces éléments jouent un rôle important. La communication est vue comme une activité sociale, et « chaque acte de transmission de message est intégré à une matrice » qui est appelée communication sociale. Winkin décrit cette matrice comme « l'ensemble des codes et des règles qui

¹⁰FRIEDMAN, T.L. *The World is Flat: The Globalized World in the Twenty-first Century*. Penguin, 2007.

¹¹LOMBARD, D. *Village numérique mondial (Le): La deuxième vie des réseaux*. Editions Odile Jacob, 2008.

¹²WINKIN, Y. *Anthropologie de la communication, de la théorie au terrain*. Éditions De Boeck Université, 1996.

1. Identités et mondialisation

rendent possible et maintiennent dans la régularité et la prévisibilité les interactions et les relations entre les membres d'une même culture. Elle ne repose pas sur l'action d'un individu ; elle permet plutôt à l'action de cet individu de s'insérer dans une continuité. » La participation de l'individu à la communication passe par de multiples modes de langage, verbaux ou non verbaux, et les acteurs engagés dans cet échange peuvent produire leurs propres systèmes d'informations. Dans ce modèle, les activités de communication « sont des activités de contrôle, de confirmation, d'« intégration ». Winkin réaffirme l'importance de la compréhension du contexte car « aucune signification n'est fixée, aucun élément n'est univoque ». Dans cet ordre d'idées, la communication peut être résumée à l'ensemble des « conditions d'acceptabilité et de négociation, par les récepteurs, des informations reçues de toute part ¹³ ».

L'histoire de l'évolution des médias a été influencée par deux mouvements : la diffusion des informations pour tous - médias de masse - et un « projet de démocratie de masse ¹⁴ ». Ainsi, entre les années 1920 et 1980, une culture de masse émerge de la radio, de la télévision et de la presse. Il s'agit d'une nouvelle forme de culture qui favorise la standardisation des pratiques communicationnelles vers le collectif. Les messages véhiculés par ces médias uniformisent l'identité culturelle des groupes auxquels ils s'adressent. Jean Baudrillard parle même de leur fonction de conditionnement à travers l'exemple de la télévision : « Le « message » de la T.V., ce ne sont pas les images qu'elle transmet, ce sont les modes nouveaux de relation et de perception qu'elle impose, le changement des structures traditionnelles de la famille et du groupe... La vérité des médias de masse est donc celle-ci : ils ont pour fonction de neutraliser le caractère vécu,

¹³WOLTON, D. *Informer n'est pas communiquer*. CNRS Editions, 2009.

¹⁴WOLTON, D. « Les enjeux de la mondialisation de la communication - entretien ». In : *La mondialisation de la communication*. Sous la dir. de RASSE, P. Les essentiels d'Hermès. CNRS Editions, 2010, p. 139-150.

1. Identités et mondialisation

unique, événementiel du monde, pour substituer un univers multiple de médias homogènes les uns aux autres en tant que tels, se signifiant l'un l'autre et renvoyant les uns aux autres.¹⁵ » Dans ce monde « confus, conflictuel, contradictoire¹⁶ », les médias imposent leurs propres grilles de lecture comme message, et nous donnent à consommer « la substance du monde morcelée, filtrée, réinterprétée¹⁷ ». Pour Baudrillard, les médias de masse proposent donc une culture « traitée industriellement en produits finis¹⁸ » et vidée de son originalité. Avec l'arrivée des « nouveaux médias », Wolton évoque un « deuxième mouvement historique où la technique rencontre l'évolution sociale¹⁹ », une période marquée par une double rupture technique et culturelle : « rupture technique, car on peut avoir une segmentation de l'offre : beaucoup plus de tuyaux avec bien plus de programmes thématiques. Rupture culturelle car les goûts et les individus sont libres de choisir et de se dissocier de « la masse »²⁰ ». Cependant, malgré les bénéfices apparents apportés par ces nouveaux médias, Wolton reste prudent car, pour lui, ils renforcent l'individualisme au détriment du lien social, la société des communautés au détriment de la société collective et, jusqu'à un certain niveau, ils contribuent à la destruction des cultures locales et favorisent l'installation d'une culture standardisée. Nous reviendrons sur l'influence qu'ont ces nouveaux médias sur le lien social et la société des communautés collectives dans le chapitre quatre ; le reste de ce chapitre sera dédié à la culture et à l'identité dans un monde où les médias sont mondialisés.

¹⁵BAUDRILLARD, J. *La société de consommation : ses mythes, ses structures*. Collection Folio essais. S.G.P.P., 1990.

¹⁶Ibid.

¹⁷Ibid.

¹⁸Ibid.

¹⁹WOLTON, « Les enjeux de la mondialisation de la communication - entretien », op. cit.

²⁰Ibid.

1.1. La rencontre des cultures par la mondialisation de la communication

Depuis sa sédentarisation, l'Homme crée de multiples moyens pour communiquer avec son entourage à proximité et à distance. Selon Wolton, « l'homme invente des outils qui lui permettent de se libérer toujours accompagnés d'un désir d'émancipation²¹ ». Il illustre pertinemment cette affirmation avec la relation qu'entretiennent les NTIC (Nouvelles technologies d'information et de communication) et le voyage. En effet, avant de partir, l'individu peut se rendre sur des sites institutionnels (office de tourisme, ministère des Affaires étrangères, etc.), professionnels (agences de voyage en ligne, guides, etc.), communautaires (TripAdvisor, Wikitravel, etc.) ou sociaux (Facebook, Instagram, etc.) concernant la destination. Ces actions lui permettent d'avoir une première impression ou un premier contact avec la culture du pays de destination, une façon revisitée « d'appréhender l'Autre ». L'informations trouvée sur ces sites (commentaires, évaluations, images, avis, descriptions...) peut être positive ou négative, réelle ou fictive, les filtres humains et techniques n'étant pas encore assez développés pour vérifier les contenus. Cependant, ce simple et banal exemple de tourisme numérique, nous montre le potentiel d'Internet et de la communauté qui le nourrit.

La démocratisation de l'accès à Internet et aux outils techniques (ordinateurs portables, smartphones...) attire autant les technophiles que les technophobes qui, menés par leurs différentes passions, enrichissent de contenus les médias numériques. Il y a encore quelques années, c'était aux médias traditionnels que revenait la tâche de nous connecter au monde, de nous aider à le comprendre à travers leur prisme. Aujourd'hui, ce sont en

²¹Ibid.

1. Identités et mondialisation

grande partie les réseaux sociaux numériques qui donnent le tempo à l'actualité (Nicolas Pélissier et Mamadou Diouma Diallo²²) et qui fournissent les outils pour découvrir et déchiffrer le monde. Grâce aux innombrables outils technologiques mis à sa disposition, l'individu a libéré sa parole. Il peut maintenant témoigner, montrer, expliquer une pratique culturelle ou un événement marquant de la vie de son territoire. Les exemples frappants de ce phénomène d'appropriation sont les vidéos amateurs diffusées sur les plates-formes telles que Youtube ou Dailymotion ; les images publiées sur Facebook ; les témoignages et informations postés sur Twitter à propos de sujets variés comme la campagne de Barack Obama en 2008, le printemps Arabe en 2011 ou les derniers attentats en France. Ce matériel constitue une nouvelle mine d'or pour les chaînes de télévision d'information en continu, les journaux (Le Monde, Libération...) ou revues (Le Nouvel observateur, L'Express...) en ligne et les sites dits « pure players » (Rue89, Mediapart, Slate, Huffington Post...). Des millions de spectateurs ont pu témoigner grâce à ces plates-formes citoyennes de moments de crise, de changement politique, de joie ou de tristesse dans différents endroits du monde.

Le changement majeur apporté par cette démocratisation technologique est un accès à la culture généralisé et non plus limité aux élites traditionnelles. Historiquement, les élites aristocratiques se sont consacrées à l'étude, aux arts, à la politique. Elles influencent la mode, l'architecture et l'art du voyage dans le but de renforcer leurs liens, mais aussi pour « assurer leur légitimité face à la plèbe Paul Rasse²³ ». De nos jours, cette influence existe encore, bien que le terme « élite » se soit élargi pour admettre les

²²PÉLISSIER, N. et DIALLO, M.D. « Le journalisme est-il soluble dans Twitter ? Enquête sur le choc de deux médiacultures ». In : *Twitter: Un monde en tout petit*. Sous la dir. de GALEZOT, G. et PÉLISSIER, N. Communication et Civilisation. Editions L'Harmattan, 2013, p. 163–178.

²³RASSE, P. « La diversité des cultures en question - présentation générale ». In : sous la dir. de RASSE, P. CNRS Editions, 2013, p. 7–27.

1. Identités et mondialisation

personnes ou groupes de personnes ayant accès aux loisirs, aux voyages, à l'éducation, à l'acquisition de biens et de services, surtout en matière de technologie, etc. Faire partie de ces groupes permet aux individus de comprendre les enjeux de la communication et de savoir manipuler l'information reçue tant d'un point de vue technique qu'analytique. Toutefois, ce sont toujours les personnes les plus privilégiées qui, en plus d'avoir accès à l'information, disposent des connaissances nécessaires pour la produire sans être experts : les blogueurs anti-gouvernement en Chine, en Arabie-Saoudite, les créateurs de tutoriels sur Youtube, les auteurs d'articles sur Wikipédia ou Medium, etc. Caroline Rizza parle d'une société à deux vitesses, produit de l'économie numérique, « qui attribue une place importante à l'information et au savoir²⁴ ». En s'appuyant sur Don Tapscott²⁵, elle évoque la « génération Internet » qui se définit par « les relations qu'elle entretient avec ce média qu'elle a su s'approprier... Les individus de cette génération se sont construits socialement en même temps qu'un nouveau moyen de communication totalement interactif était en train de se mettre en place²⁶ ». Ce constat lui permet d'établir une distinction entre deux catégories opposées de la société de la communication : les infopauvres et les inforiches (en grande partie émises par la « génération Internet »). Les premiers sont les rejetés de la société de l'information, n'ont pas accès aux NTIC et ne connaissent pas leur fonctionnement. Tandis que les seconds ont les compétences nécessaires pour utiliser ces technologies et agir, ils

²⁴RIZZA, C. « La fracture numérique, paradoxe de la génération internet : Fractures dans la société de la connaissance ». In : *Hermès* 45 - Fractures dans la société de la connaissance (2006), p. 35-31.

²⁵TAPSCOTT, D. *Growing up Digital: the Rise of the Net Generation*. Mac Graw-Hill, 1998.

²⁶RIZZA, « La fracture numérique, paradoxe de la génération internet : Fractures dans la société de la connaissance », op. cit.

1. Identités et mondialisation

s'intègrent ainsi à cette société de l'information, se regroupent en réseau et « bénéficient de tous les avantages de l'économie du savoir²⁷ ».

Sans surprise, beaucoup de nouvelles communautés électroniques font prévaloir les valeurs de leurs communautés « à la fois plus vastes et plus petites²⁸ » sur celles des nations. Généralement, leur ADN intègre la cyberculture - définie par Pierre Levy²⁹ - comme l'ensemble des techniques et pratiques, des attitudes, des modes de pensée et des valeurs qui développent le cyberspace et la culture geek, une convergence entre passions pour la culture de l'imaginaire (BD, science fiction, jeux vidéo, etc.) et la technophilie, pour en « faire une ressource identitaire³⁰ ». Cette curiosité caractéristique réveille le goût pour l'exploration de nouvelles pratiques d'échange et de partage d'informations qui « s'appuient sur des dispositifs à la fois de solidarisation socio-technique et de singularisation de la consommation culturelle³¹ ». Nous pouvons rapprocher ces pratiques de ce que les Cyber Culture Studies reconnaissent comme un processus d'identification de soi et qui se base sur l'inclusion et la connectivité, c'est-à-dire sur la liaison du corps et de l'environnement social à la machine (Heidi Figueroa³²). D'autres chercheurs, comme Pierre Levy, s'accordent également sur la nécessité des communautés virtuelles à intégrer leur entourage *offline* : « Le

²⁷Ibid.

²⁸NEGROPONTE, N. *L'Homme numérique*. Robert Laffont, 1995.

²⁹LÉVY, P. *Cyberculture: Rapport au Conseil de l'Europe*. Sciences Humaines. Editions Odile Jacob, 1997.

³⁰PEYRON, D. « Les mondes transmédiatiques, un enjeu identitaire de la culture geek ». In : *Les Enjeux de l'information et de la communication* 2.15 (2014), p. 51-61.

³¹ALLARD, L. « Express yourself 2.0 ! » In : *Penser les médiacultures: Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*. Sous la dir. de MAIGRET, E. et MACÉ, E. Armand Colin, 2005, p. 145-172.

³²FIGUEROA SARRIERA, H. « Connecting the Selves, Computer Mediated Identification Process ». In : *Critical Cyberculture Studies*. Sous la dir. de SILVER, D. et MASSANARI, A. NYU Press, 2006.

1. Identités et mondialisation

développement des communautés virtuelles accompagne le développement générale des contacts et des interactions de tous ordres³³. »

Nous identifions dans ces usages un double désir : démontrer ses compétences et trouver la reconnaissance de la communauté. Cette dualité vient expliquer l'envie de travailler sur des projets dans lesquels l'implication technique et aussi importante que l'implication sociale. Compte tenu de leur savoir-faire en informatique, beaucoup se lancent dans la création de sites, de blogues, de projets collectifs virtuels, etc. novateurs ou classiques. L'aspect communautaire engendre ou renforce des initiatives telles que *Curators of Sweden* (Curateurs de Suède), où chaque semaine un citoyen suédois s'approprie le compte Twitter @sweden pour partager avec le monde la vie quotidienne de la Suède et sa culture. Ici, l'objectif est de s'émanciper des médias traditionnels pour montrer le pays sous un angle différent, mais d'aider les gens intéressés par un projet particulier (études, tourisme, affaires, etc.) à entrer en contact avec des personnes qui peuvent leur donner des conseils autochtones. Des projets similaires mixant culture, engagement et contact humain, existent dans des domaines comme le tourisme (*Inspired by Iceland/ Inspirés par l'Islande*), le financement de petits entrepreneurs de pays en voie de développement (kiva.org), ou l'apprentissage de langue (les cours d'allemand de la radio Deutsche Welle avec Internet comme support). Tout ces contenus viennent augmenter le flux d'actualités issu des médias, sociaux et numériques. Que ce soit sur le web ou dans les médias de toutes catégories, nous sommes confrontés chaque jour à un flot perpétuel d'informations qui suscitent de nouveaux savoir-faire permettant de les classer afin de les comprendre. Les filtres humains ou les pratiques de curation deviennent une nécessité et constituent une pratique qui facilite la compréhension des contenus (Vincent Lambert et Vanessa

³³LEVY, P. *L'intelligence Collective*. Pour une Anthropologie du Cyberspace. Editions La Découverte, 1997.

1. Identités et mondialisation

Landaverde³⁴), tout en aidant les individus à saisir la diversité culturelle du monde. C'est ainsi que des individus (curateurs), plus ou moins experts des sujets sur lesquels ils interviennent, se sont donnés la tâche de filtrer l'information (curation) affluant sur le web. Ils se regroupent sur des sites spécialisés comme Digg, Soop.it, Pearltree, Paper.Li ou StumbleUpon, où ils classifient l'information par thèmes et, en fonction du niveau d'expertise, accompagnent parfois chaque entrée de petits textes d'évaluation. L'ensemble de ces pratiques numériques montre plusieurs formes sociales de mises en action qui évoluent constamment. Tout d'abord, la vocation philanthropique que beaucoup d'utilisateurs experts donnent à Internet est due aux connaissances qu'ils mettent en ligne au service de la communauté. Ensuite, les formes d'échanges d'informations culturelles se font et se réinventent chaque jour grâce aux différents usages sociaux *online* et *offline* d'Internet. Enfin, les nouvelles stratégies numériques de socialisation, à travers les réseaux sociaux ou les projets sociaux sur des plates-formes spécialisées, entretiennent des liens déjà existants. Cependant, toutes ces activités montrent que le contact *offline* demeure un facteur clef permettant de les renforcer.

Certains chercheurs s'interrogent sur le rôle d'Internet dans la rupture du lien social (D. Wolton, Ph. Breton). Or, les exemples cités ci-dessus montrent que l'utilisation d'outils adaptés et un projet approprié à la communauté facilitent les rencontres sur l'Internet. Afin de comprendre la place de la communication dans une société, Wolton explique qu'il faut d'abord analyser les relations entre les trois caractéristiques de la communication : le système technique, le modèle culturel dominant et le projet qui soutient l'organisation économique, technique, juridique de l'ensemble. Wolton

³⁴LAMBERT, V. et LANDAVERDE, V. « Twitter, outil de la curation sociale ». In : *Twitter : Un monde en tout petit*. Sous la dir. de GALLEZOT, G. et PÉLISSIER, N. Communication et Civilisation. Editions L'Harmattan, 2013, p. 53-72.

1. Identités et mondialisation

signale également que « l'enjeu ne concerne pas le rapprochement des individus ou des collectivités, mais au contraire la gestion de leurs différences ; non la célébration de leurs ressemblances, mais celle beaucoup plus complexe de leurs altérités³⁵. » Dans les exemples mentionnés, nous avons pu constater que la motivation derrière ces projets est alimentée par la recherche de compréhension, le rapprochement entre cultures et la solidarité. D'ailleurs un des enjeux principal de ces plates-formes déterritorialisées réside dans leur ouverture aux collaborations venues de tous horizons (Nicolas Auray³⁶). Les plates-formes de communication les plus populaires sont celles où il existe un vrai investissement humain : modérateur, gestionnaire de contenus, etc. Mais aussi, celles où la communauté garde le souci permanent d'utiliser les outils les moins vulnérables à la manipulation stratégique (Nicolas Auray³⁷) et prend en considération les différences culturelles pour l'interprétation de l'information (Kristinna Karvonen et al.³⁸).

Pour conclure cette partie, nous illustrerons notre propos en nous appuyant sur l'exemple de la plate-forme Avast.org, spécialisée dans les pétitions électroniques à des fins humanitaires et environnementales. Le 14 juillet 2016, Nice connaît une des pires attaques terroristes sur le territoire français. Suite à cet attentat, les réseaux sociaux se sont retrouvés inondés de messages et d'images de soutien. Avast.org en reçoit également une grande quantité mais décide de les publier autrement que sur sa plate-forme en ligne. La petite délégation Avast.org de Nice prend ainsi l'initiative d'im-

³⁵WOLTON, D. *Internet et après?: une théorie critique des nouveaux médias*. Flammarion, 1999.

³⁶AURAY, N. « Les communautés en ligne et les nouvelles formes de solidarité ». In : *L'évolution des cultures numériques: De la mutation du lien social à l'organisation du travail*. Sous la dir. de LICOPPE, C. Collection Innovation. Fyp éd., 2009.

³⁷Ibid.

³⁸KARVONEN, K., CARDHOLM, L. et KARLSSON, S. « Cultures of Trust: A Cross-Cultural Study on the Formation of Trust in an Electronic Environment ». In : *In Proceedings of the 3rd Nordic Workshop on Security (NordSec 2000) (Reykjavik)*. 2000.

1. Identités et mondialisation

primer et de coller tous ces messages de solidarité venus du monde entier sur la place Masséna (Nice) et d'offrir des fleurs aux passants. Cette démarche constitue un bel exemple de solidarité multiculturelle manifestée à travers un mur virtuel *oneline* et transposé dans le monde *offline* avec une touche humaine. Un exemple qui témoigne également des effets positifs de la vie dans un monde connecté. Mais un monde qui, hélas, montre des difficultés à accepter la différence et se cache derrière des « valeurs sûres », ou au moins familières, telles que la culture ou l'identité « nationale ». À ce sujet, P. Rasse écrit : « il faut encore que la planète en mutation accélérée parvienne à sanctuariser la diversité, à inventer des espaces et des lieux habités qui cultivent la différence, collectivement sur la durée, avec l'intelligence du monde et le débat qui doit inévitablement lui être associé³⁹. »

1.2. La culture et l'identité à l'épreuve de la mondialisation

La question de l'identité en France est un sujet très délicat et sensible. L'histoire contemporaine montre comment la période d'après guerre, et notamment celle de l'instauration du plan Marshall, a accentué et accéléré le besoin de revendication identitaire. Plusieurs observations historiques expliquent cette effervescence. Richard Kuisel attire notre attention sur trois d'entre elles en particulier :

- L'Amérique arrive en France en tant que super puissance hégémonique, elle amène la culture de la consommation et le capitalisme à l'américaine, des symboles contre lesquels l'idéologie communiste

³⁹RASSE, P. *La rencontre des mondes: Diversité culturelle et communication*. Hors collection. Armand Colin, 2006.

1. Identités et mondialisation

de l'époque lutte, sorte d'acte de résistance envers l'américanisation culturelle de la France.

- La résistance à la politique étrangère des États-Unis : « Au cours des années soixante, le Président De Gaulle mena une offensive diplomatique qui mérite le nom d'« anti-américaine » et encouragea une seconde vague d'hostilité qui comportait des manifestations de chauvinisme culturel⁴⁰ ».
- La résistance conduite par les élites et autres groupes est due à « la crainte que la culture de masse et le consumérisme américains fassent courir un risque à l'identité nationale, autant qu'à la phobie de voir le consumérisme détruire le consensus social. Ce qui suscitait cette opposition, c'était la crainte que l'américanisation signifie conformité sociale, uniformisation culturelle, et suppression de la supériorité française et de son caractère unique⁴¹. »

Cette période a marqué en grande partie la façon dont les produits des industries culturelles françaises circulaient et étaient gérés. Pour illustrer cette situation, Armand Mattelart⁴² prend pour exemples : la négociation de quotas dans l'industrie cinématographique, la création d'un nombre d'institutions culturelles par l'État, l'instauration du monopole de l'État sur la radio et la télévision ou encore la nationalisation de l'Agence France Presse (AFP). Pour Mattelart, il s'agit de la stratégie prise « par un pays vexé d'avoir perdu sa puissance de rayonnement culturel⁴³ » et décidé à exalter le sentiment national.

⁴⁰KUISEL, R. « L'américanisation de la France (1945-1970) ». In : *Cahiers du centre de recherche historique* 5 (1990).

⁴¹Ibid.

⁴²MATTELART, A. *Diversité culturelle et mondialisation*. Repères. LA DECOUVERTE, 2010.

⁴³Ibid.

1. Identités et mondialisation

Les années 1960 et 1970 marquent fortement la relation communication/culture et « dans les années 1960 les universaux de la communication sont érigés en parangon du progrès. Le tiers monde constitue le terrain d'essai des stratégies médiatiques de développement ⁴⁴. » Au cours de cette décennie, l'UNESCO et les Nations unies entreprennent un projet de « développement/modernisation » des pays en voie de développement ; mais l'objectif n'est que « l'occidentalisation de l'autre, ces peuples supposés sans histoire, sans culture, si ce n'est folklorique... Au centre de cette conception linéaire de sortie du sous-développement trône le média comme vecteur des modèles de la modernité incarnée en son terme par la société consumériste... La culture dite traditionnelle ne commence son intégration à l'archétype qu'en satisfaisant aux standards minima d'exposition aux médias... Cette période se caractérise par une tension entre, d'une part l'idéologie de la communication soutenue par les planifications du social et, de l'autre part, les plaidoyers d'une génération de gens de culture en faveur de l'« universel humain » ⁴⁵. » Parallèlement, c'est à cette époque que l'on commence à entendre parler de la « mondialisation », de la « culture mondiale », etc. La fin des années 1960 est marquée par la mise en question de cette stratégie considérée généralement comme de l'impérialisme culturel qui, du point de vue anthropologique, cache une forme d'ethnocentrisme venu des pays occidentaux (Mattelart ⁴⁶). En citant Schiller ⁴⁷, Mattelart explique que cet impérialisme culturel est vu par les pionniers de l'économie politique de la communication et de la culture comme l'« ensemble de processus par lesquels une société est introduite au sein du système mondial moderne et la manière dont sa couche dirigeante est amenée, par la fascination, la pression, la force ou la corruption, à modeler les institutions

⁴⁴Ibid.

⁴⁵Ibid., p. 50.

⁴⁶Ibid.

⁴⁷SCHILLER, H. *Communication and Cultural Domination*. Sharpe, 1976.

1. Identités et mondialisation

sociales pour qu'elles correspondent aux valeurs et aux structures du centre dominant du système⁴⁸. » Il s'agit avant tout « d'un engrenage des rapports inégaux d'où résulte l'hégémonie d'une vision du monde⁴⁹. » L'époque est presque considérée comme une sorte de colonisation culturelle dissimulée. Cependant, Stuart Hall note que dans ce processus de colonisation les sociétés colonisatrices comme celles colonisées sont toutes deux marquées fortement - même si elles le sont de différentes manières - la culture du colonisateur est profondément inscrite dans celle du colonisé et vice versa. Les effets négatifs de ce processus « ont servi de fondement à la mobilisation politique anticoloniale et ont déclenché une tentative de redécouverte d'un ensemble d'origines culturelles qui n'avaient pas été contaminées par l'expérience coloniale⁵⁰. » L'arrivée de l'ère postcoloniale inverse les rapports Nord/Sud, ainsi dans les années 1970, les mouvements de libération coloniale renforcent ces cultures envahies et humiliées et légitiment leur singularité culturelle comme source de leur identité (Mattelart⁵¹). Le post-colonial met également en exergue la « prolifération » de faits tels que « la multiplicité des migrations, des connexions et des mouvements culturels transversaux et décentrés qui font le monde d'aujourd'hui⁵² ». Les Post-Colonial Studies, lancées dans les années 1980, contestent « l'hégémonie de la pensée et des savoirs occidentaux » et essayent de « redonner une place à l'histoire et à la culture des pays ex-colonisés » ; un des sujets de prédilection de ce « nouveau » champ est celui des « diasporas, des réfugiés, des migrants, des minorités, dont la culture et l'identité sont « hybrides », et les

⁴⁸MATTELART, *Diversité culturelle et mondialisation*, op. cit., p. 52-53.

⁴⁹Ibid., p. 52-53.

⁵⁰HALL, S. *Identités et cultures, politiques des Cultural Studies*. Editions Amsterdam, 2007, p. 273.

⁵¹MATTELART, *Diversité culturelle et mondialisation*, op. cit.

⁵²HALL, *Identités et cultures, politiques des Cultural Studies*, op. cit.

1. Identités et mondialisation

trajectoires sinueuses⁵³ » Dans cette période de réinterprétation de la colonisation « en tant qu'élément d'un processus « mondial » essentiellement transnational et transculturel⁵⁴ », ces cultures ex-dominées, notamment les minorités, cherchent la reconnaissance de leur histoire et la revendication de leur culture légitime ou ancestrale. Nous pouvons dire que ces groupes intègrent la catégorie des groupes « sub-alternes » que Gayati Chakravorty Spivak⁵⁵ définit comme une catégorie social n'appartenant pas à l'élite, mais plutôt subordonnés à celle-ci. La sub-alternité émerge comme le produit d'un réseau d'éléments différents et potentiellement contradictoires. La culture et l'identité de ces groupes sont donc reçues comme éloignées de l'idéal des élites, et leur légitimité est mise en cause.

Du point de vue des Cultural Studies, la légitimité culturelle se construit en relation aux positions sociales : « 1. la légitimité ou l'illégitimité d'une pratique est définie par la position élevée ou basse de ceux qui l'exercent ; 2. les positions sociales les plus élevées tendent à avoir les pratiques les plus légitimes. C'est la position qui définit socialement la légitimité⁵⁶ ». Une fois de plus, ce sont les dominants qui dictent la culture légitime, un processus de configuration et de reconfiguration cyclique. Les groupes sociaux créent donc leurs propres frontières culturelles. En 1979, Bourdieu⁵⁷ avance le modèle théorique de *La Distinction* à propos des éléments du style de vie de l'individu, ils sont le produit de son *habitus*, ou des particularités sociales de son environnement : l'éducation (scolaire et

⁵³JOURNET, N. « Les Postcolonial Studies, retour d'empires ». In : *Identité(s): L'individu, le groupe, la société*. Sous la dir. d'HALPERN, C. Ouvrages de synthèse. Sciences Humaines, 2016.

⁵⁴HALL, *Identités et cultures, politiques des Cultural Studies*, op. cit.

⁵⁵SPIVAK, G., LANDRY, D. et MACLEAN, G. *The Spivak Reader: Selected Works of Gayati Chakravorty Spivak*. Taylor & Francis, 2013.

⁵⁶MAIGRET, É. et MACÉ, É. *Penser les médiacultures: Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*. coédition INA / Armand Colin. Armand Colin, 2005, p. 76.

⁵⁷BOURDIEU, P. *La distinction, critique sociale du jugement*. Minuit, 1979.

1. Identités et mondialisation

familiale) et l'origine sociale. Les traits de ce modèle s'axent fortement sur le rôle clef du partage de la culture, Philippe Coulangeon propose cette synthèse : « les classes sociales se distinguent ainsi les unes des autres par le partage et la transmission d'un certain nombre de traits culturels qui conditionnent les comportements individuels dans un grand nombre de domaines (habitudes alimentaires, attitudes morales, opinions politiques, goûts et pratiques culturelles, etc.). Ces *habitus* de classes participent ainsi à l'édification de frontières symboliques entre groupes sociaux et contribuent à renforcer leur cohésion interne⁵⁸. » Ce modèle se caractérise donc par l'attribution des catégories aux individus en fonction de leurs « attitudes culturelles ». Pour Coulangeon, la théorie de la légitimité culturelle est l'un des piliers du modèle de *La Distinction*, il explique que l'espace des goûts et des habitudes culturelles est socialement différencié, hiérarchisé et « traversé par des enjeux de pouvoir. » Ainsi, « les pratiques et les préférences culturelles d'un côté, les positions sociales des individus, de l'autre » sont liées et leur relation s'inscrit dans une « conception unifiée et hiérarchisée de l'espace des styles de vie. » Dans cette perspective, les goûts et les pratiques constituent un système auquel ils peuvent s'associer les uns aux autres ou s'exclure mutuellement. L'organisation de cet « espace des goûts et des pratiques culturelles » s'effectue selon le « volume et la nature des capitaux que détiennent les individus (capital économique... capital culturel). » Ce principe régit également les positions sociales : « La classe « dominante » comme la classe « dominée » se subdivisent en « fractions de classe », la « fraction dominante » plutôt située du côté du pôle du capital économique, et la « fraction dominée » plutôt du capital culturel. » Bourdieu signale que « dans certaines conjonctures, le capital culturel peut être, comme aujourd'hui en France, une des conditions d'accès au contrôle

⁵⁸COULANGEON, P. *Sociologie des pratiques culturelles*. Repères. La Découverte, 2010, p. 5-7.

1. Identités et mondialisation

du capital économique⁵⁹. » Une affirmation tout à fait dans l'ère du temps avec l'arrivée de la mondialisation - située au milieu des années 1970 (Alain Touraine⁶⁰), et avec elle des flux internationaux de capitaux financiers et culturels.

À cette époque, la dénomination « industries culturelles » fait son apparition dans le milieu politique et médiatique. Elle inclut un ensemble diversifié, « un nouveau vecteur de la « démocratisation de la culture » transitant désormais par le marché et à caractère transnational » : livre, presse, disque, radio, télévision, cinéma, nouveaux produits et supports audiovisuels, photographie, reproduction d'art, publicité (Mattelart⁶¹). Les cultures ont toujours été en mouvement, elles possèdent des ressources pour se « réappropriier l'extérieur » rappelle Rasse⁶² et l'alliance de capitaux en parallèle de la mondialisation des marchés vient contribuer à la création de nouvelles formes de culture, pour le meilleur et pour le pire. On reproche à la mondialisation la formation de la société de masse « dans laquelle les mêmes produits matériels et culturels circulent dans des pays de vie et de traditions culturelles très variés⁶³ », comme le signale A. Touraine, cependant selon le sociologue « cela ne signifie nullement la standardisation générale des consommations... On voit au contraire se mêler divers courants contraires⁶⁴. » Avec un fort positivisme au regard de l'influence culturelle des « grandes entreprises de consommation et de loisirs » et notamment de Hollywood, Touraine constate qu'elles ne font pas de tort aux productions locales « car on assiste d'un autre côté à la diversification de

⁵⁹BOURDIEU, *La distinction, critique sociale du jugement*, op. cit., p. 132.

⁶⁰TOURAINÉ, A. *Un nouveau paradigme, pour comprendre le monde aujourd'hui*. Fayard, 2005.

⁶¹MATTELART, *Diversité culturelle et mondialisation*, op. cit., p. 59.

⁶²RASSE, « La diversité des cultures en question - présentation générale », op. cit.

⁶³TOURAINÉ, *Un nouveau paradigme, pour comprendre le monde aujourd'hui*, op. cit., p. 61-62.

⁶⁴Ibid., p. 61-62.

1. Identités et mondialisation

la consommation dans les pays les plus riches⁶⁵. » Il affirme également que certaines « formes de vie sociale et culturelle traditionnelles ou nourries par la volonté de sauver une culture régionale ou nationale menacée⁶⁶ » sont en train de réapparaître. Si bien que si les années 1960 ont vu un retour de l'affirmation identitaire dans l'espace public, les années 1980 ont vu la remontée d'une deuxième vague de mouvements identitaires ayant comme centre la religion, la crispation nationaliste et la transformation de la figure de l'immigré (Michel Wieviorka⁶⁷, Touraine⁶⁸). En effet, alors que le « travailleur immigré des années 1950-1960 était défini d'abord par son inclusion sociale (via le travail), ses enfants et petits-enfants deviennent de plus en plus définis par l'exclusion sociale⁶⁹ », ce qui a comme résultat l'adoption d'un caractère plus religieux ou ethnique dans la génération de nouvelles identités de personnes issues de l'immigration. En même temps, la vague identitaire a donné naissance à des partis d'extrême droite, tels que le Front National, et à des politiques agissant au nom de la laïcité (interdiction du voile à l'école, du porc dans certaines cantines scolaires, dernièrement le burkini sur certaines plages, etc.), une façon de contrôler, voire de limiter les pratiques des cultures (surtout islamiques) récemment arrivées sur le territoire. La rencontre de civilisations Occident (France) et Islamique (Afrique du Nord), selon le classement de Samuel Huntington⁷⁰, n'a pas trouvé un juste équilibre en plus de quarante ans de cohabitation, et pour les autres cultures diasporiques une tolérance très limitée est perceptible. Ceci en dépit de la percée de la mondialisation dans un nombre important

⁶⁵Ibid., p. 61-62.

⁶⁶Ibid., p. 61-62.

⁶⁷WIEVIORKA, M. « Identités culturelles, démocratisation et mondialisation ». In : *Identité(s): L'individu, le groupe, la société*. Sous la dir. d'HALPERN, C. Ouvrages de synthèse. Sciences Humaines, 2016.

⁶⁸TOURAINÉ, *Un nouveau paradigme, pour comprendre le monde aujourd'hui*, op. cit.

⁶⁹WIEVIORKA, « Identités culturelles, démocratisation et mondialisation », op. cit.

⁷⁰HUNTINGTON, *Le choc des civilisations*, op. cit.

1. Identités et mondialisation

de domaines, y compris l'ouverture que beaucoup de médias manifestent depuis quelques années à la rencontre des cultures diasporiques.

La mondialisation c'est la circulation de populations, des biens et des services, des savoirs et des cultures, le mélange et le métissage, « et non pas le repli ou la dissolution des cultures... Les identités ne sont pas limitées, inscrites une fois pour toutes dans le cadre de l'État-nation. Elles ont apaisé le débat sur le multiculturalisme, qui se retrouve quelque peu dépassé par ces identités qui vont et viennent, et relèvent de réseaux diasporiques, transnationaux⁷¹. » Les nouveaux arrivés en France, importent avec eux leur culture, leur langue, leur cuisine, leurs médias, etc. ce qui une fois en contact avec la culture française a comme résultat des identités hybrides. Possiblement, dans quelques années, ces identités évolueront vers d'autres complètement différentes car elles ne sont jamais complètes et jamais finies : « l'identité est toujours en processus de formation⁷² ». C'est la part des médias, le monde est fini, mais comment véhiculer la diversité de points de vue qui, elle, est infinie ? D. Wolton pointe le problème « des conditions de passage de l'information (le message) à la communication (la relation)⁷³ », car entre les deux se trouve la culture, « c'est-à-dire les différences de points de vue sur le monde⁷⁴. » Pour Wolton, la question centrale sur la mondialisation de l'information, et donc les médias, se résume de cette façon : « à quelles conditions les cultures peuvent-elles cohabiter ?⁷⁵ » ; pour nous, il s'agit aussi de se questionner sur comment faire cohabiter les cultures dans un pays où l'identité autochtone est fortement défendue par des politiciens et des élites de presque tous les courants.

⁷¹WIEVIORKA, « Identités culturelles, démocratisation et mondialisation », op. cit., p. 308.

⁷²HALL, S. « Identités culturelles, démocratisation et mondialisation ». In : *Culture, Globalisation and the World System*. Sous la dir. de KING, A. Macmillan, 1991.

⁷³WOLTON, D. *L'autre mondialisation*. Champs. Flammarion, 2010, p. 20.

⁷⁴Ibid., p. 20.

⁷⁵Ibid., p. 20.

1.3. L'identité autochtone et l'identité immigrante véhiculées par les médias

D'un point de vue anthropologique, l'identité autochtone correspond à celle de la communauté que s'est installée avant les autres. Avec cette définition du mot autochtone, Charles de Lespinay⁷⁶ établit la relation existante entre territoire et culture :

l'autochtone : le membre d'une population installée sur un territoire donné avant tous les autres, qui a établi des relations particulières, anciennes et toujours actuelles avec ce territoire et son environnement, et qui a des coutumes et une culture qui lui sont propres.

La culture et l'identité sont strictement liées l'une à l'autre, comme déjà mentionné, la culture est la source de l'identité, et l'identité est « une « production » toujours en cours, jamais achevée et qui se constitue à l'intérieur et non à l'extérieur de la représentation⁷⁷ », une vision qui nous amène au terme « identité culturelle ». Le terme désigne un ensemble de traits qui, selon Hall, peut être pensé de deux manières. « La première définit celle-ci en terme de culture partagée », une façon de décrire le vrai moi « collectif » qui se cacherait dans d'autres « moi ». Mais également « selon les termes de cette définition, nos identités culturelles reflètent les expériences historiques communes et les codes culturels partagés que nous fournissent - nous au sens d'« un seul peuple »- des cadres stables, immuables et continus de références et de significations⁷⁸ ». La deuxième manière d'interpréter l'identité culturelle consiste à reconnaître que parallèlement à l'existence

⁷⁶LESPINAY, Ch. de. « Les concepts d'autochtone (indigenous) et de minorité (minority) ». In : *Droit et cultures [En ligne]* 3.72 (2016).

⁷⁷HALL, *Identités et cultures, politiques des Cultural Studies*, op. cit., p. 227.

⁷⁸Ibid.

1. Identités et mondialisation

de plusieurs points de similitude, il y a aussi « de nombreux points critiques de différence profonde et significative qui constituent « ce que nous sommes réellement » ou plutôt -puisque l'histoire a eu lieu - « ce que nous sommes devenus ». » Selon cette dernière affirmation, l'identité culturelle « relève de l'être » et du « devenir », de son passé et de son futur. Les identités culturelles n'ont pas une origine fixe, elles proviennent de plusieurs lieux, circonstances, faits historiques. Tout comme l'histoire de l'humanité, elles subissent des transformations constantes. Pour Hall, l'identité culturelle est toujours construite à « travers le récit, le mythe, la mémoire et l'imagination », la communication a donc un rôle clef dans son évolution. Cependant, les relations entre identité culturelle et communication ne sont jamais simples (D. Wolton⁷⁹), ceci malgré le fait que culture, identité et communication sont strictement liées. Les individus doivent s'attaquer à une constante négociation entre « la conception du monde qu'ils ont hérité de leur culture et la manière dont celle-ci est modifiée par les informations reçues⁸⁰ ». Le modèle d'ouverture prôné par la mondialisation a permis une certaine souplesse dans les trafics de biens culturels issus des populations immigrantes (médias, musique, mode, cuisine, danses, etc.). Pour les défenseurs de l'identité nationale en France, ce modèle n'est pas vu d'un bon œil : « Ce mouvement s'accompagne simultanément d'une sorte de dévalorisation des identités culturelles nationales, considérées un peu comme « dépassées »⁸¹ ». Mais si on considère que la culture a trois niveaux : celle de l'individu, celle de la communauté et celle de l'État nation (D. Wolton⁸²), les nouveaux médias (et les classiques) doivent assurer un équilibre

⁷⁹WOLTON, D. « L'identité culturelle française à l'heure de la mondialisation de la communication ». In : *Intervention à l'Académie des sciences morales et politiques*. 2000.

⁸⁰Idem, *L'autre mondialisation*, op. cit.

⁸¹Idem, « L'identité culturelle française à l'heure de la mondialisation de la communication », op. cit.

⁸²Ibid.

1. Identités et mondialisation

pour que les trois groupes se trouvent valorisés, c'est le grand enjeu des populations multiculturelles cohabitant sur un même territoire.

La France a eu le souci de continuité dans ses politiques pour (sur)protéger sa production culturelle et son identité « nationale » depuis plus de soixante-dix ans - malgré les « rapports gouvernementaux sur l'information de ladite société de l'information qui, postulant la convergence entre audiovisuel et télécommunication, défendent la décentralisation ⁸³ ». Armand et Michèle Matterlart ⁸⁴ relèvent que ce manque de réflexion sur le lien entre communication, culture et le processus de la mondialisation a conduit Jacques Rigaud à écrire dans un rapport pour le ministère des Affaires étrangères du gouvernement de Valérie Giscard d'Estaing : « On serait même tenté de dire que la France s'éloigne à grands pas de sa tradition d'internationalisation culturelle... Nous nous replions sur l'hexagone en croyant rayonner encore sur le monde ⁸⁵. » Un constat qui laisse voir le retranchement derrière l'idée de la « souveraineté de la culture nationale ⁸⁶. » Cet ancrage des problématiques autour de la culture et de la communication « dans l'enclose national » répondait au « centralisme propre à l'idée du national telle qu'elle a été historiquement vécue en France », il a en même temps marginalisée pendant longtemps la réflexion sur les « sous-cultures et les spécificités locales et régionales ⁸⁷ », sans compter les cultures d'immigrants en France. « Pas d'État sans classe moyenne. C'est ce que disait Hegel ⁸⁸ ». L'identité nationale correspondrait bien à celle de la classe moyenne, ou si on suit la pensée de Bourdieu, à celle du bourgeois,

⁸³MATTELART, *Diversité culturelle et mondialisation*, op. cit., p. 60.

⁸⁴MATTELART, M. et MATTELART, A. *Penser les médias*. Textes à l'appui / Sociologie. La Découverte, 2010.

⁸⁵RIGAUD, J. « Les Relations culturelles extérieures ». In : *La Documentation française* (1979), p. 12-24.

⁸⁶MATTELART et MATTELART, *Penser les médias*, op. cit., p. 25.

⁸⁷Ibid., p. 26.

⁸⁸Ibid.

1. Identités et mondialisation

elle serait aussi celle que les médias ont véhiculée pendant longtemps. Mais du point de vue scientifique pour l'historien Gerard Noiriel, il n'y a aucune définition d'identité nationale qui « soit acceptée par l'ensemble des chercheurs ou des experts. Cette absence de consensus découle du fait que cette expression n'est pas un concept scientifique mais appartient au langage politique⁸⁹. »

La politique protectionniste de l'industrie audiovisuelle française a donné naissance à l'expression « exception culturelle française » (terme inventé par l'entourage du ministre de la culture Jaques Lang), elle a connu un fort succès, en partie parce qu'elle résume un « héritage issu d'une longue tradition française d'intervention publique⁹⁰ ». Ainsi, au nom de la protection de « l'exception culturelle française » - plus attachée à une mission politique que culturelle, une série de régulations d'ordre juridique, culturel, linguistique, etc. ont vu le jour : les quotas d'importation des films, des séries, etc., les fonds de soutiens (alloués principalement à des productions qui valorisent l'identité nationale), la francisation des termes étrangers, notamment anglo-saxons, le doublage en français (au lieu du sous-titrage comme dans beaucoup d'autres pays), etc. L'enracinement de la culture nationale a caractérisé la production cinématographique et audiovisuelle pendant longtemps, or Monique Dagnaud observe que sur ce terrain il n'y a pas une identité nationale pure mais plutôt « une certaine hybridation des influences culturelles au sein d'une identité nationale dominante⁹¹ ». Si on considère que la production française s'incorpore au paysage des productions européennes, puis mondiales, elles aussi influencées par le kaléidoscope multiculturel, les professionnels de l'audiovisuel français ne peuvent

⁸⁹NOIRIEL, G. *À quoi sert "l'identité nationale"*. Passé & présent. Agone, 2007.

⁹⁰CHAUDRON, M. *L'exception culturelle, une passion française ? : Éléments pour une histoire culturelle comparée*. Logiques sociales. Editions L'Harmattan, 2011.

⁹¹DAGNAUD, M. « Exception culturelle : une politique peut en cacher une autre ». In : *Le Débat* 134.2 (2005), p. 115-15.

1. Identités et mondialisation

pas rester indifférents. Dans cet ordre d'idée, Dagnaud ajoute que « les fictions télévisées de chaque pays européen portent une marque de fabrique et versent, avec les émissions d'information, une multitude d'images dans le fleuve des repères culturels qui façonnent une société⁹². » Nous avons vu comment l'État, dans le souci de défense et de cohésion identitaire, a influencé pendant des années l'industrie culturelle française, or, dans une économie globalisée, la « marque identitaire », faite « sur mesure » pour un certain public n'assure ni une diffusion à un public plus large ni le succès financier. L'hybridation de cultures devient un facteur incontournable, comme l'explique Dagnaud : « Les équipes de réalisation des films se composent souvent d'artistes de diverses nationalités -le fonds de soutien aide beaucoup de réalisateurs venus d'horizons éloignés...La valorisation de la diversité culturelle s'impose comme un principe majeur dans les relations internationales... Depuis la conférence de Birmingham de 1997, où les pays européens se sont déchirés sur l'avenir des quotas, les esprits se sont apaisés⁹³. »

Toujours à la fin des années 1990, le manque de présence de la diversité ethnique dans les médias a été fortement signalé ; en France, c'est le collectif Égalité, constitué d'artistes et d'intellectuels noirs, qui a « dénoncé pour la première fois en 1998 la télévision française comme trop « blanche »⁹⁴ ». Bien que ce premier mouvement n'ait pas porté ses fruits rapidement, le Conseil supérieur de l'audiovisuel, CSA, a progressivement pris en compte ces critiques. Mais ce n'est qu'en 2005, suite aux émeutes de banlieue de novembre, que le président de la République, à cette époque Jacques Chirac, convoque le président du CSA afin de préparer la loi du 31

⁹²Ibid.

⁹³Ibid.

⁹⁴MACÉ, E. « Mesurer les effets de l'ethnoracialisation dans les programmes de télévision : limites et apports de l'approche quantitative de la « diversité » ». In : *Réseaux* 157-158 (2009), p. 233-265.

1. Identités et mondialisation

mars 2006 « dite de « l'égalité des chances » consacrée à la lutte contre les discriminations dans tous les domaines de la vie sociale », la production audiovisuelle est fortement concernée (Eric Macé⁹⁵). Dans l'article 42 de cette loi, on évoque notamment la responsabilité du CSA à veiller à ce que les productions radio et télévision contribuent « aux actions en faveur de la cohésion sociale et à la lutte contre les discriminations⁹⁶ » dans le domaine de la communication audiovisuelle, et notamment à ce que la programmation reflète « la diversité de la société française. » Cette nouvelle politique a entraîné des modifications dans le « Cahier des charges de la société nationale de programme France Télévisions⁹⁷ », à titre d'exemple, l'article 50 intitulé « L'intégration des populations étrangères vivant en France », invoque même une lutte contre les discriminations et les exclusions. Progressivement, dans les années 2000, on a pu constater une transformation quantitative à la télévision « en matière de diversité » ce qui a « permis le passage d'une minoration à une banalisation de la présence des minorités, dont le nombre a quasi doublé en dix ans⁹⁸ ». Cependant, malgré une plus forte présence des minorités ethniques dans les médias, il reste à voir quelle est l'image véhiculée, quels rôles sont attribués aux acteurs issus des minorités, dans quels contextes ils sont présentés, etc. Macé⁹⁹ met en lumière que la question ethnoraciale est très présente au moment de distribuer les rôles (films, publicités, voix pour les doublages, ou même l'illustration des sujets du journal télévisé), les stéréotypes ont toujours gain de cause. Le

⁹⁵Ibid.

⁹⁶*Loi n° 2006-396 du 31 mars 2006 pour l'égalité des chances, article 47.* 2006.
URL : [https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=J](https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT00000268539&categorieLien=id)

⁹⁷*Décret n° 2009-796 du 23 juin 2009 fixant le cahier des charges de la société nationale de programme France Télévisions.* 2016. URL : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000020788471>.

⁹⁸MACÉ, E. « La fiction télévisuelle française au miroir de *The Wire* ». In : *Réseaux* 181 (2013), p. 179–204.

⁹⁹Ibid.

1. Identités et mondialisation

questionnement de Macé sur ce qu'est la « diversité de la société française » à la télévision est légitime, mais pour notre étude, la réflexion doit aller plus loin, le chapitre suivant est consacré à cette question.

L'identité culturelle ne peut pas être protégée par des réglementations, constantes et variantes, car elle a vocation à évoluer en fonction des aléas de l'histoire, des flux de populations et des besoins économiques. La mondialisation des médias a simplement accéléré et montré son changement progressif, mais au lieu d'utiliser cette évolution comme un argument pour mettre les nouveaux arrivés et les autochtones en confrontation, des efforts collectifs pour travailler et comprendre la différence sont nécessaires. Seulement l'ouverture vers la diversité culturelle, le dialogue et l'acceptation peuvent garantir que les identités (locales) « puissent continuer à exister et à se renouveler¹⁰⁰ ».

¹⁰⁰RASSE, *La rencontre des mondes: Diversité culturelle et communication*, op. cit., p. 300.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

D'une manière générale, l'immigration résulte de la combinaison de facteurs démographiques, économiques, politiques, administratifs, voire psychologiques. Selon l'époque, les rapports qui s'établissent entre l'état de la population, le développement de l'économie, la situation sociale, la gestion des affaires publiques diffèrent. À chaque moment historique correspond un ensemble de conditions particulières qui donnent au phénomène migratoire son originalité.¹

— Ralph Schor

En France, les minorités ethniques sont, pour la plupart, issues des flux migratoires arrivés au cours des siècles. Que ce soit pour des raisons politiques, économiques ou sociales, chaque groupe d'immigrants doit faire face aux mêmes difficultés : arriver dans un nouveau pays, s'installer, comprendre le fonctionnement du système et ses codes, former un réseau professionnel et personnel, sans mentionner les difficultés que peuvent poser l'intégration sociale comme la langue ou la culture. L'histoire et les études sur l'immigration en France ne commencent à prendre de l'ampleur qu'à

¹SCHOR, R. *Histoire de l'immigration en France, de la fin du XIXe siècle à nos jours*. Armand Colin, 1996.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

partir des années 1980, car ce phénomène a toujours été considérée comme une question « extérieure » qui « n'a rien à voir avec la construction de la France, rien à voir avec les Français et leur passé² » (Gérard Noiriel). À la différence d'autres pays, comme les États-Unis, l'immigration s'accroît à partir des années 1930 en France. Lors les années 1960, celle-ci se place aux « premiers rangs des pays industrialisés pour l'importance de sa population immigrée³. » Sur le plan économique, social, et politique, la France rejoint alors quasiment le niveau des États-Unis (G. Noiriel). Or, si le phénomène est présenté outre-atlantique « comme un problème « intérieur » à la société américaine et à son passé, comme une donnée constitutive de la nation », le discours prend la tournure inverse en France.

En citant M. Weber⁴, Noiriel explique que très tôt « l'esprit français » pénètre dans le droit, et la pensée juridique « établit une frontière nette entre le « national » et l'« étranger », résultant en partie de l'affaiblissement des « communautés « ethniques » d'origine » ce qui ne contribue pas « à constituer un « état civil » relativement homogène⁵. » Noiriel (ainsi que d'autres chercheurs comme E. Temime⁶, M. Martiniello et J. Rath⁷) ajoute que pendant de longues années, la communauté scientifique s'est intéressée au phénomène de l'immigration comme un processus historique, sans lui faire de place en tant qu'« élément constitutif de l'histoire de France⁸. » Or le flux de l'immigration étrangère « a constitué un facteur permanent

²NOIRIEL, G. *Le Creuset français: Histoire de l'immigration (XIXe-XXe siècle)*. Histoire. Seuil, 2016, p. 25-27.

³Ibid., p. 25-27.

⁴WEBER, M. *Sociologie du droit*. Quadrige. PUF, 2013.

⁵NOIRIEL, *Le Creuset français: Histoire de l'immigration (XIXe-XXe siècle)*, op. cit.

⁶TÉMIME, É. « De l'assimilation au communautarisme. Comment être étranger ou minoritaire en France ». In : *Cahiers de la Méditerranée* 61.1 (2000), p. 1-10.

⁷MARTINIELLO, M. et RATH, J. *Selected Studies in International Migration and Immigrant Incorporation*. Amsterdam University Press - Imiscoe Textbooks Series. Amsterdam University Press, 2010.

⁸NOIRIEL, *Le Creuset français: Histoire de l'immigration (XIXe-XXe siècle)*, op. cit.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

de l'évolution démographique et économique française⁹ », signale Michèle Tribalat. La France est un des premiers pays à avoir accordé une grande part au « rôle de peuplement de l'immigration », au point d'élaborer « une législation sur la nationalité mêlant le droit du sang et le droit du sol, afin de permettre une intégration assez rapide des immigrés et de leurs descendants dans la population française¹⁰ » (M. Tribalat). Cette perception utilitaire de l'immigration a conduit à penser jusqu'aux années 1970 qu'« un immigré n'a sa raison d'être que sur le mode du provisoire et à condition qu'il se conforme à ce qu'on attend de lui : il n'est là et n'a sa raison d'être là que par le travail, pour le travail et dans le travail ; parce qu'on a besoin de lui, tant qu'on a besoin de lui, pour ce pourquoi on a besoin de lui et là où on a besoin de lui¹¹ » (Abdelmalek Sayad). Cette manière de penser n'a pas facilité l'intégration de ces populations. Pour A. Sayad, cette vision si réductrice proviendrait du fait que la recherche sur l'immigration s'est focalisée sur les aspects démographiques, historiques, géographiques, linguistiques, religieux, mais surtout juridiques. Ainsi, l'immigration a fini « par être constituée en « problème social » avant de devenir objet de la sociologie¹². »

Depuis les années 1940, le pays s'est doté d'institutions pour accueillir les immigrants, mais une vraie réflexion en sciences humaines et sociales s'instaure à peine dans les années 1970. Avec l'émergence du sujet dans les publications scientifiques, les chercheurs prennent conscience que des vides lexicaux restreignent leurs études. Pour M. Tribalat, il faut « élaborer des nouveaux concepts qui prennent en considération le processus complexe

⁹TRIBALAT, M. *Cent ans d'immigration, étrangers d'hier, Français d'aujourd'hui : apport démographique, dynamique familiale et économique de l'immigration étrangère*. Presses universitaires de France Institut national d'études démographiques, 1991.

¹⁰Ibid.

¹¹SAYAD, A. *L'immigration ou Les paradoxes de l'altérité - Préface de Pierre Bourdieu*. Cours et travaux. De Boeck université, 1991.

¹²Ibid., p. 62.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

engendré par l'arrivée d'étrangers en France¹³. » Ainsi, elle propose de revoir les principe de base :

Qu'est-ce qu'un immigré ? « L'immigré en France est une personne qui vit en France sans y être née, le critère de définition est ainsi fondé sur une caractéristique invariable : le lieu de naissance¹⁴. »

Qu'est-ce qu'un étranger ? « Est étrangère, toute personne qui n'a pas la nationalité française. Mais la nationalité peut changer. La manière de définir un immigré à travers sa nationalité va ainsi dépendre du facteur temps. Si l'on s'intéresse à lui au moment de son entrée en France il sera dans notre problématique, nécessairement étranger. Si l'on s'intéresse à lui après son entrée en France, il peut être soit étranger, soit Français, en vertu des possibilités offertes par le code de la nationalité française. Dans ce dernier cas on dira qu'il est français par acquisition, par opposition aux Français d'origine ou de naissance. . . Ainsi, tout immigré n'est pas nécessairement un étranger. Par ailleurs, tout étranger n'est pas forcément un immigré¹⁵. »

Avant de poursuivre notre analyse, nous estimons utile d'examiner les grands moments de l'histoire de l'immigration et de l'intégration en France, afin de mieux comprendre son évolution en présentant ses piliers, ses conséquences sociales, économiques et politiques dans la France des années 2000. Puis, nous nous intéresserons de près à la définition d'ethnicité et à la notion d'intégration culturelle.

¹³TRIBALAT, *Cent ans d'immigration, étrangers d'hier, Français d'aujourd'hui : apport démographique, dynamique familiale et économique de l'immigration étrangère*, op. cit., p. 5.

¹⁴Ibid., p. 5.

¹⁵Ibid., p. 6.

2.1. Brève histoire de l'immigration et de l'intégration en France

La plupart des historiens placent les débuts des grands flux migratoires à partir de la fin de la deuxième guerre mondiale, mais ces mouvements apparaissent entre la fin du XIX^e et les années 1930. Le rapport de la Cour des comptes de 2004 remonte plus loin encore et situe les débuts des vagues migratoires sous l'Ancien Régime, plus particulièrement au XVIII^e siècle, à une époque où la France « ne se prive d'ailleurs pas d'aller souvent solliciter les autres pays du continent voire de les prospecter de manière systématique, soit parce que les compétences manquent dans certaines spécialités, soit, ultérieurement, pour des raisons tenant à l'évolution démographique : au XVIII^e siècle, en effet, se combinent une baisse de la fécondité et une augmentation de la mortalité¹⁶. »

Après la Révolution de 1789 et la naissance de la République, la vision des populations immigrantes change. En effet, sous l'Ancien Régime, explique G. Noiriel, les étrangers appartiennent à une catégorie inférieure, et ce n'est qu'à partir de la Révolution que « le statut des étrangers entre dans la « modernité »¹⁷. » Désormais, c'est le concept de « nationalité » qui distingue l'étranger. Cependant, depuis la Déclaration des droits de l'Homme, tout individu, étranger compris, possède des droits fondamentaux. Mais, la juridiction concernant l'étranger demeure ambiguë pendant plusieurs années et la discrimination juridique réapparaît pendant la période appelée de droit intermédiaire¹⁸. Ces discriminations se consolident avec le Code

¹⁶*L'accueil des immigrants et l'intégration des populations issues de l'immigration. Rapport au Président de la République suivi des réponses des administrations et des organismes intéressés.* Cour de comptes, 2004.

¹⁷NOIRIEL, *Le Creuset français: Histoire de l'immigration (XIXe-XXe siècle)*, op. cit.

¹⁸Nous parlons de droit intermédiaire pour la période révolutionnaire précédant le Code Napoléon de 1804.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

Napoléon : les étrangers sont privés des droits civiques et de nombreux droits civils leur sont refusés. Ainsi, contrairement aux Français, dans le cas d'un délit comme le vagabondage, ils peuvent être reconduits à la frontière. Noiriél rappelle que le « principe d'expulsion introduit dans le droit français par la loi du 28 vendémiaire an VI, est confirmé et organisé par la loi du 3 décembre 1849¹⁹ », loi qui restera en vigueur presque un siècle. Mais, à partir du milieu du XIX^e siècle, la forte demande de travailleurs en France engendre un vrai changement en matière de naturalisation : le *jus solis*, qui avait été privilégié sous l'Ancien Régime et jusqu'au début de la Révolution, commence à céder devant le *jus sanguinis*²⁰.

On peut donc constater que le mot « étranger » a toujours été lié à la « main-d'œuvre peu qualifiée », et comme Noiriél le signale « jusqu'au début de la III^e République, la question des étrangers n'attire guère les brillants esprits²¹. » D'ailleurs « jusque dans les années 1870, les termes d'immigration et d'immigrés sont pratiquement absents de la littérature juridique et sociologique²² » (la construction du champ sémantique lié à l'immigration – étranger, immigrant, immigré, etc. – doit attendre la III^e République). La présence d'étrangers sur le territoire est tellement courante qu'ils sont associés simplement à la classe ouvrière. Selon la loi de 1867, il suffit d'effectuer un « stage » de trois ans pour faire la demande de naturalisation.

Progressivement, que ce soit dans le champ de l'économie politique, du droit, de la jurisprudence, des statistiques, de la géographie ou de l'anthropologie, les experts développent, timidement, des travaux autour de la problématique de l'immigration. La fin du XIX^e siècle voit surgir des

¹⁹NOIRIEL, *Le Creuset français: Histoire de l'immigration (XIXe-XXe siècle)*, op. cit., p. 65-66.

²⁰Droit du sol et droit du sang.

²¹NOIRIEL, *Le Creuset français: Histoire de l'immigration (XIXe-XXe siècle)*, op. cit.

²²Ibid.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

théories considérées aujourd'hui comme relevant de l'ethnocentrisme, voire du racisme, liées aux orientations scientifiques de l'époque. Noiriél expose le cas d'une théorie centrée autour de « l'ethnicité » évoquée par Maurice Barrès²³ et qui a servi, alors, d'argument pour proposer une nouvelle définition de la nationalité : « L'explication « ethnique », mise en avant par Lombroso en Italie, rencontre un écho d'autant plus large en France que les découvertes récentes de l'anthropologie physique, de la psychologie et de la biologie mettent en avant le thème de l'hérédité et de la race²⁴. »

L'influence de ce genre de théories est retraduite dans le politique, mais la problématique de l'immigration « a fait irruption dans le débat public français entre 1880 et 1900. C'est seulement à ce moment là que l'opposition entre le national et l'étranger, qui nous semble pourtant si naturelle aujourd'hui, est rentré dans le sens commun²⁵ ». La loi de 1889, vue par beaucoup comme le premier Code de la nationalité, arrive dans une conjoncture plutôt hostile aux étrangers. Arrêtons-nous sur la teneur des débats parlementaires qui en sont à l'origine. Dans la France des années 1880, la tensions avec l'Allemagne est très forte. Deux débats sont à l'ordre du jour : le premier concerne la question du service militaire obligatoire pour les citoyens ; le second, celui de l'acceptation de la reproduction « de génération en génération d'une population étrangère enracinée en France » avec le risque de voir naître « une *Fremdenfrage* comme en Russie ou en Autriche-Hongrie. Il faut donc réformer le droit pour mettre fin à l'existence des « noyaux allogènes » sur le sol de France²⁶. » Les conseillers soutiennent ces arguments avec des études d'anthropologie qui soulignent

²³BARRÈS, M. *Contre les étrangers. Etude pour la protection des ouvriers français*. Grande Imprimerie parisienne, 1893.

²⁴NOIRIEL, *Le Creuset français: Histoire de l'immigration (XIXe-XXe siècle)*, op. cit.

²⁵NOIRIEL, G. *Immigration, antisémitisme et racisme en France (XIXe-XXe siècle): Discours publics, humiliations privées*. Nouvelles Etudes Historiques. Fayard, 2007.

²⁶Ibid.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

« le rôle de la race dans la formation du caractère national²⁷. » Ainsi, des propositions se trouvent bloqués car contraires au *jus sanguinis*, comme un amendement « à la loi militaire permettant de déclarer Français d'office (et donc d'incorporer) à leur majorité les fils des étrangers nés en France, eux-mêmes nés en France », ou un « accès de la « deuxième génération » à la nationalité française ».

Cependant, compte tenu du contexte de tensions face à l'Allemagne, les enjeux sécuritaires du début de la III^e République (l'armée se trouve en difficultés pour recruter des soldats) priment et le Sénat examine un nouveau projet de loi. Il intègre deux propositions qui posent les bases du Code de la nationalité : « les enfants d'étrangers nés en France de parents nés à l'étranger sont Français à leur majorité, sauf s'ils déclinent leur nouvelle nationalité au moment de leur majorité. Les fils d'étrangers nés en France de parents eux-mêmes nés en France (c'est ce que l'on appellera plus tard le « double *jus soli* ») sont français sans possibilité de décliner²⁸. » Ainsi, après huit ans de discussions, cette nouvelle loi renforce le *jus soli*, bien que de fortes concessions soient accordées « aux partisans de la « race » et de l'« hérédité ». En effet, elle rompt « avec les principes confortés sous le Second Empire, la naturalisation n'offre plus désormais tous les droits reconnus aux citoyens. Les nouveaux Français sont en effet exclus de l'éligibilité aux assemblées parlementaires pendant dix ans. Avec l'apparition du Code de la nationalité, la « frontière intérieure » entre le national et l'étranger est nettement tracée. Le Code illustre la rationalisation du droit puisque, avec le double *jus soli* et la marginalisation du principe de l'admission à domicile, il n'existe plus de catégorie juridique intermédiaire,

²⁷ibid. Il cite AGEL, L. *De la nationalité d'origine - Thèse de droit*. Giard et Jouve, 1889.

²⁸NOIRIEL, *Immigration, antisémitisme et racisme en France (XIXe-XXe siècle): Discours publics, humiliations privées*, op. cit.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

mal définie, pour désigner des populations qui de génération en génération s'enracinaient dans leur statut de mi-Français, mi-étranger²⁹. »

Ce nouveau code résout d'autres problématiques : la question des documents d'identité intervient dans « l'univers policier » pour contrôler les étrangers, notamment dans une période où la protection des travailleurs nationaux est un sujet éminemment politique. En effet, parallèlement au débat sur les conditions d'accès à la nationalité, surgit une controverse autour de la « taxe des étrangers ». Ses partisans se retranchent derrière l'argument suivant : « protéger le travailleurs français devant la concurrence des ouvriers étrangers et pour cela imposer à ces derniers (ou aux patrons qui les emploient) une taxe spéciale, considérée de surcroît comme une « compensation » car ceux-ci ne subissent pas la charge du service militaire³⁰. » Or la pénurie d'ouvriers, très palpable à la fin du siècle, force les porte-parole de l'industrie et de l'agriculture à s'opposer à cette mesure qui risquait « de faire fuir une main-d'œuvre dont [ces secteurs] ne peuvent se passer³¹. » Afin de contourner ce problème, en 1886, une commission parlementaire « propose d'obliger les étrangers à déclarer leur résidence à la mairie de leur domicile en France³². » Le travailleur étranger doit alors se faire remettre par les autorités municipales « un document officiel attestant son inscription, moyennant le versement d'une taxe fiscale³³. » Cette mesure vient répondre à deux problèmes : le manque de travailleurs et surtout, la nécessité de recenser les étrangers sur le sol français.

L'instauration des documents d'identité établit la frontière entre présence légale ou illégale sur le sol français, ce qui donne une légitimité aux autorités pour « chasser » les étrangers « non-désirables ». La loi du 8 août

²⁹Ibid.

³⁰Ibid.

³¹Ibid.

³²Ibid.

³³Ibid., p. 74-76.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

1893 renforce cette pratique administrative : pour pouvoir travailler, elle impose aux étrangers arrivant dans une commune leur immatriculation sur un registre, à la mairie ou au commissariat de police. Comme le souligne Noiriél, il s'agit de la première distinction « au sein de l'immigration entre travailleurs et non-travailleurs. C'est la première étape dans la formation du « travailleur immigré » des temps modernes³⁴. » Or puisque ces mesures ne parviennent pas à satisfaire les opposants politiques, Noiriél explique qu'en 1908, Georges Clemenceau ordonne des « mesures énergiques pour imposer une identité fixe³⁵ » aux immigrés. L'article 8 du décret du 16 février 1913 stipule que les papiers doivent comporter une description physique en plus des données civiles : « la hauteur de la taille, du buste, l'envergure, la longueur de la tête, la longueur de l'oreille droite, la longueur des doigts médians et auriculaires, la couleur des yeux³⁶. » De telles dispositions semblent viser en premier lieu les gens du voyage obligés de porter un « carnet anthropométrique d'identité ».

Entre la moitié du XIX^e et le début du XX^e siècle, la population étrangère en France demeure majoritairement d'origine européenne. Afin de mieux visualiser l'évolution de ces populations sur cinquante ans, nous avons extrait une partie du tableau employé par Ralph Schor³⁷, publié par Jacques Dupaquier et Jean Poussou³⁸. Nous y constatons la montée de certains groupes tels que les Italiens, les Belges, les Espagnols, les Allemands, et une timide présence d'immigrés d'origine africaine.

Selon le recensement de 1911, il s'agissait d'une population jeune, majoritairement masculine, « constituée d'individus venus chercher des em-

³⁴Ibid.

³⁵Ibid.

³⁶Ibid.

³⁷SCHOR, *Histoire de l'immigration en France, de la fin du XIX^e siècle à nos jours*, op. cit.

³⁸DUPAQUIER, J. et POUSSOU, J. *Histoire de la population française, Tome 3 : de 1789 à 1914*. PUF, 1988.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

TABLE 2.1. – Répartition des étrangers par nationalité en 1911

Nationalité	1851	1911
Allemands	57 061	102 271
Austro-hongrois	7 082	17 851
Belges	128 103	287 126
Britanniques	20 357	40 378
Espagnols	29 736	105 760
Hollandais		6 418
Luxembourgeois		19 193
Italiens	63 307	419 234
Portugais		1 262
Sujets russes	9 338	35 016
Suisses	25 485	73 422
Scandinaves		3 793
Grecs		2 902
Serbes, Bulgares		8 080
Turcs		8 132
Africains		3 120
Asiatiques		1 458
Divers	45 902	24 419
Total	359 289	159 835
% de la population	1,05%	2,86%

**Extrait : Jacques Dupaquier et Jean Poussou,
*Histoire de la population française, Tome 3 :
de 1789 à 1914, PUF 1988***

polois en France³⁹ » : 624 393 hommes pour 535 442 femmes. Certains facteurs, comme la jeunesse de cette population, le poids de leurs traditions et « l'ignorance des pratiques anticonceptionnelles⁴⁰ », font que leur taux de natalité dépassait celui des Français. Les individus issus de l'immigration de travail étaient « rarement poussés par l'idée d'une expatriation définitive, d'autant que les incidents xénophobes dont ils étaient régulièrement victimes leur rappelaient la précarité de leur situation en France⁴¹. »

³⁹SCHOR, *Histoire de l'immigration en France, de la fin du XIXe siècle à nos jours*, op. cit.

⁴⁰Ibid.

⁴¹Ibid., p. 14-15.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

Schor retrace les causes principales qui poussaient ces étrangers à ne pas vouloir s'installer définitivement dans le pays, et donc à ne pas vouloir s'intégrer : « Le travailleur étranger qui venait en France cherchait essentiellement à améliorer sa condition matérielle et pensait, au début, que son expatriation était temporaire. Le plus souvent, il projetait d'accumuler des économies, pour aider sa famille, restée au pays, pour s'acheter des terres ou une boutique dans le village natal. L'acquisition de cette petite aisance était fréquemment liée à l'idée d'épouser une compatriote, puis d'assurer à celle-ci et aux enfants nés de cette union une vie meilleure dans le cadre familial du pays d'origine. Quant au réfugié politique, il vivait aussi dans l'espoir de retour, après la chute ou la transformation du régime politique cause de son exil⁴². » Ce désir de conserver un lien avec le pays d'origine a motivé ces communautés à se regrouper dans des quartiers spécifiques. Dans leurs petites « enclaves » nationales, ils « pratiquaient une active solidarité, conservaient leur langue ou leur dialecte, leurs habitudes culinaires, vestimentaires⁴³. . . » Or, Schor signale que c'est le maintien de cette culture qui « freinait l'insertion dans la société française et entretenait aussi la méfiance de certains autochtones, inquiets de voir naître des îlots étrangers voyants, jugés parfois trop autonomes. Cette crainte contribuait à nourrir la xénophobie⁴⁴. » L'intégration des enfants pouvait s'effectuer par le biais de l'école, mais sa fréquentation n'étant ni générale, ni régulière, son rôle restait très limitée.

En revanche, l'intégration était vécue différemment par la minorité qui compose l'élite étrangère (personnes « qualifiées », aristocrates fortunés, industriels, hommes d'affaires, écrivains et artistes). Schor décrit un style de vie plutôt « à l'abri du besoin matériel » et des élites généralement

⁴²Ibid., p. 23.

⁴³Ibid., p. 24.

⁴⁴Ibid., p. 29.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

bilingues qui nouaient facilement des « relations avec leurs pairs français et entraient tout naturellement dans la société du pays d'accueil⁴⁵ ». Mais pour Schor, « le principal facteur d'intégration reste la durée du séjour et l'enracinement progressif⁴⁶. » En effet, chez les ouvriers, « des signes démographiques et économiques indubitables confirment la stabilisation » : ils parviennent à occuper des postes de plus haut niveau, le nombre de mariages mixtes augmente et leur militantisme politique pour défendre leurs droits se renforce. Leurs enfants et petits-enfants, bénéficiant de la nationalité française par le *jus solis* commencent à adopter un sentiment national, attitude bien utile à l'armée pour la guerre de 1914-1918.

À l'entrée en guerre, la France se tourne vers la main-d'œuvre étrangère pour pallier la pénurie de travailleurs dans les industries extractives ou dans l'agriculture. Mais le pays a également besoin de soldats et le décret du 3 août 1914 autorise l'engagement des étrangers dans l'armée française. La fièvre patriote se propage aussi dans la communauté étrangère : « Diverses personnalités non françaises vivant à Paris lancèrent des appels exhortant leurs compatriotes à se mettre au service de ce pays dont la cause leur semblait juste. Ainsi, les signatures de volontaires affluèrent. En définitive un total de 42 883 étrangers représentant 52 nationalités combattirent sous le drapeau français. Avec ces effectifs, la Légion étrangère put organiser cinq régiments de marche⁴⁷. » De ce fait, des étrangers sur le sol français et des coloniaux se sont engagés au combat pour la France.

Dans les années 1920, après la grande « hécatombe humaine » de la première guerre mondiale, Schor indique que les « nouveaux besoins en main-d'œuvre favorisent une arrivée massive et rapide des immigrés en France... La présence de ces hôtes nouveaux inspira une réglementation

⁴⁵Ibid.

⁴⁶Ibid.

⁴⁷Ibid.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

spécifique et souleva de nombreux problèmes économiques et politiques. L'immigration devint ainsi un grand débat national⁴⁸. » Cependant, avec la guerre, la méfiance vis-à-vis des étrangers ne cesse d'augmenter. Noiriél évoque un projet de loi de 1915 qui signale « les insuffisances de la loi de 1893 et demande que, dès la fin de la guerre, une carte d'identité soit réclamée aux étrangers séjournant en France... cette proposition est officialisée dans deux décrets d'avril 1917. La carte d'identité est désormais obligatoire pour tout étranger de plus de quinze ans en France. Une carte de couleur spéciale est créée pour les ouvriers salariés de l'agriculture et de l'industrie⁴⁹. » Cette loi est suivie de circulaires et de décrets qui marquent le début de la classification de la carte d'identité pour les étrangers.

Mais, le vrai durcissement des séjours pour les étrangers commence avec la loi du 11 août 1926 et Noiriél attire notre attention sur les évolutions apparues entre la loi de 1893 et celle de 1926 : « À la place d'un extrait de registre d'immatriculation, nous trouvons désormais une carte en bonne et due forme avec photographie... Aux renseignements concernant l'état civil de l'individu se sont ajoutés les données de nature professionnelle. Pour pouvoir exercer une activité salariée, il est nécessaire de posséder un contrat de travail⁵⁰. » Nous percevons ici les prémices d'une immigration organisée et choisie qui réponde aux besoins économiques du pays, mais aussi qui distingue les nationalités « désirables » des autres. Schor précise que les responsables de cette nouvelle immigration – les responsables économiques, les dirigeants politiques et les milieux intéressés – « souhaitaient réduire au maximum la part de la main-d'œuvre coloniale et exotique qui avait été utilisée pendant la guerre. Le rendement de ces travailleurs, leur lenteur, leur inadaptation à la vie sociale française, leur moralité parfois étaient

⁴⁸Ibid.

⁴⁹NOIRIEL, *Le Creuset français: Histoire de l'immigration (XIXe-XXe siècle)*, op. cit.

⁵⁰Ibid.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

mis en cause... Si les coloniaux étaient repoussés, il ne restait plus qu'à sélectionner les immigrants parmi les Européens. Là encore un classement apparaissait indispensable. Les vaincus de la guerre étaient rejetés d'un commun accord⁵¹. »

La tâche de « la sélection, de l'embauche et de l'acheminement de la main-d'œuvre étrangère au profit de tous les employeurs qui en faisaient la demande⁵² » avait été confiée en 1924 à la Société Générale de l'Immigration, l'une de premières institutions publiquement chargées de l'accueil des immigrants. Durant cette décennie, l'intégration passait principalement par le travail : ceux qui travaillaient avec leurs proches ou en compagnie de compatriotes (artisans, maçons, peintres, menuisiers...) gardaient plus longtemps leur identité nationale.

En revanche, ceux qui étaient en contact constant avec les Français entraient « plus vite dans la société du pays d'accueil⁵³. » C'était le cas des étrangers qui occupaient des postes dans les mines, la sidérurgie, les industries mécaniques ou chimiques, bref tous les métiers qui nouaient des liens directs avec « le prolétariat français, porteur d'une culture originale façonnée par les luttes ouvrières anciennes⁵⁴ », et donc plus solidaires. De même pour d'autres métiers tels que ceux liés aux petits commerçants (épiciers, boulangers, bouchers, tailleurs, coiffeurs, cordonniers...) ou dans les exploitations agricoles, où le contact, les conversations, les échanges d'informations que ce soit avec des clients ou avec d'autres ouvriers autochtones, constituaient des « facteurs de socialisation qui accéléraient l'apprentissage de la langue et la familiarité avec les usages français⁵⁵. » Un dernier facteur, non négligeable entre en compte dans le processus d'intégration des étran-

⁵¹SCHOR, *Histoire de l'immigration en France, de la fin du XIXe siècle à nos jours*, op. cit.

⁵²Ibid.

⁵³Ibid.

⁵⁴Ibid.

⁵⁵Ibid., p. 99.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

gers : la religion. Comme vu dans le tableau 2.1, la majorité des immigrés étant issus de pays catholiques, les pratiques religieuses ont rapproché les immigrés et les nationaux, même si les pratiquants étrangers étaient peu nombreux.

Cependant, la crise financière de 1926 relance l'animosité envers les étrangers que l'on accuse de prendre le travail des français. La situation est tellement débordante que les foules s'en prennent aux touristes en les accusant de prendre les Français pour des domestiques⁵⁶. Dans les années 1930, les frontières se referment un peu plus, et pour satisfaire les groupes nationalistes qui rendent les étrangers responsables des problèmes du pays, le pouvoir public durcit les conditions d'accès à la carte d'identité. La durée de validité des cartes se réduit et on oblige les artisans et les commerçants à avoir des cartes spéciales. Puis, tous les étrangers sont sommés d'obtenir un « livret sanitaire ». Ainsi, la « législation xénophobe et antisémite⁵⁷ » du gouvernement de Vichy s'enracine dans de le contexte de la fin de la III^e République.

Cette époque a une certaine ressemblance avec la période qui commence dans les 1980. Pendant les années 1930, « la France subit le contre-coup d'une dépression économique mondiale⁵⁸ ». Tout comme dans les années 1980, les chiffres du chômage s'envolent : « le durcissement des dictatures étrangères qui fit se déverser sur la France des flots de réfugiés souvent considérés comme des hôtes encombrants... Plus ou moins bien acceptés dans les années 1920, ils se trouvèrent communément rejetés dans la décennie suivante et traversèrent alors de rudes épreuves⁵⁹. » Les étrangers se retrouvent dans une situation de rejet par le pouvoir public et la

⁵⁶Ibid., p. 65.

⁵⁷NOIRIEL, *Le Creuset français: Histoire de l'immigration (XIXe-XXe siècle)*, op. cit.

⁵⁸SCHOR, *Histoire de l'immigration en France, de la fin du XIXe siècle à nos jours*, op. cit.

⁵⁹Ibid.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

société civile. Seuls les communistes et le patronat prennent leur défense. Ces derniers rappellent « les services qu'avait rendus cette main-d'œuvre et la nécessité de la conserver⁶⁰ » pour l'industrie. Critiqués de toutes parts et victimes d'innombrables discriminations, les étrangers reçoivent de rudes coups de la part du pouvoir public par les lois et les décrets publiés entre 1932 et 1938.

La loi de 1932 prévoit de protéger la main d'œuvre française. Malgré les demandes du patronat, les lois qui suivent ne font que durcir les conditions d'accès aux permis de travail. Les travailleurs étrangers ont été chassés par tous les moyens : « les réductions d'horaires, les licenciements, les tracasseries administratives⁶¹ ». Ils subissent la loi du rapatriement forcé et, à partir de 1935, ils sont soumis à des quotas sur le nombre de kilos de bagage qu'ils peuvent emporter. L'expulsion des travailleurs étrangers est suivie par celle des militants politiques actifs et inscrits au parti communiste. Les décrets prononcés en 1938 assombrissent encore les conditions de vie des étrangers et des naturalisés : leur liberté de circulation est réduite, les commerçants sont surveillés de plus près et doivent posséder une carte d'identité spéciale, aucun mariage n'est permis sans une carte de séjour de plus d'un an, les naturalisés ont interdiction de voter pendant les cinq années qui suivent l'obtention de la nationalité française. . . La marche vers la guerre rend les foules plus véhémentes et le gouvernement plus méfiant envers les étrangers.

En 1939, au moment de l'entrée en guerre de la France, de nombreux étrangers « individuellement ou par l'intermédiaire de leurs associations, manifestent leur volonté de servir la France⁶² ». Selon ses calculs, Schor estime qu'« au début de mai 1940, plus de 100 000 étrangers apportaient

⁶⁰Ibid.

⁶¹Ibid.

⁶²Ibid.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

leur renfort à l'armée française⁶³. » Un chiffre non négligeable, ajoute l'auteur, mais « très inférieur à ce qu'il aurait pu être si les autorités françaises n'avaient découragé un grand nombre de bonnes volontés⁶⁴. » Cependant, malgré ces signes de solidarité, « la période de la deuxième guerre mondiale exposa les étrangers de France à des épreuves particulièrement douloureuses : astreinte au travail forcé, enfermement dans des camps, déportation des juifs⁶⁵... » Le régime de Vichy, défini à partir de juillet 1940, se basait sur « la volonté de résurrection d'une France mythique, épurée de tous ceux qui compromettaient son unité et sa pureté. Les étrangers et les juifs figuraient au premier rang de ces catégories jugées délétères⁶⁶. » Pour Schor, la politique xénophobe du gouvernement de Vichy fournit un cadre légal aux idées exprimées par l'extrême droite avant 1939.

Le régime de Vichy représente la rupture avec les principes républicains et la répudiation des droits de l'Homme pour les étrangers. Afin de « purifier » le pays, les nouvelles autorités « créèrent des institutions qui prétendaient élaborer les principes intellectuels de l'exclusion⁶⁷. » Ainsi des instituts, tels que celui d'anthropo-sociologie ou celui d'étude des questions juives et ethnoraciales sont tous deux dirigés par des personnalités partageant les idées du gouvernement et du parti nazi. Schor cite l'exemple du docteur René Martial, un de ces « experts » désigné par le régime de Vichy et, qui « depuis des années dénonçait les dangers d'une immigration inorganisée, laissant opérer des métissages hasardeux⁶⁸ » : « *Le métissage profite davantage à la race la moins belle, la moins intelligente, la moins*

⁶³Ibid.

⁶⁴Ibid.

⁶⁵Ibid.

⁶⁶Ibid.

⁶⁷Ibid.

⁶⁸Ibid.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

cultivée, la moins forte ; il déprécie, au contraire, celle des deux races qui est supérieure. ⁶⁹ »

Le ton est donné. Le gouvernement entame des actions pour réviser les naturalisations données depuis la loi de 1927 et retire la nationalité française à 15 154 personnes ⁷⁰. Le droit d'asile est également affecté avec quelques 800 personnes remises aux nazis. Quant aux camps ouverts en 1939 pour les réfugiés espagnols et les ressortissants des nations ennemies, ils sont réorganisés sous Vichy afin de classer et parquer les populations indésirables sur le sol français. Schor recense ces différents lieux concentrationnaires : les « centres d'hébergement », les camps « répressifs », « semi-répressifs », ceux réservés aux « personnes en instance d'émigration », aux « étrangers et français communistes », ceux destinés à « l'accueil des malades et des vieillards », aux « familles accompagnées de jeunes enfants », ou encore ceux prévus pour les femmes et les enfants, les Tziganes, les résistants, puis les juifs français et étrangers.

Les conditions de vie déplorables des étrangers, et notamment des juifs, entraînent progressivement une profonde mutation dans la perception des Français. Schor décrit comment l'opinion publique est passée de l'indifférence à la sympathie envers les victimes du régime de Vichy : « Les Français prirent conscience de la complicité de Vichy et des Allemands et ils furent fortement impressionnés par le caractère tragique de ce que vivaient les juifs ⁷¹. » Indignée par les traitements subis par ces populations, l'Église décide de les dénoncer publiquement. Peu à peu, un mouvement de chrétiens français s'engage discrètement à aider ces persécutés. Les étrangers encore libres rejoignent eux aussi les combats pour la résistance, et ce

⁶⁹MARTIAL, R. *Race, Hérité, Folie. Etude d'anthropo-sociologie appliquée à l'immigration*. Mercure de France, 1938.

⁷⁰SCHOR, *Histoire de l'immigration en France, de la fin du XIXe siècle à nos jours*, op. cit.

⁷¹Ibid.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

pour différentes raisons : conscience politique, image idéalisée de la France de 1789 – terre de démocratie et de liberté écrasée par le régime de Vichy – désir de finir avec la dictature dans leur pays d’origine, etc. À « la Libération, les résistants étrangers furent acclamés comme leurs camarades français ⁷² », preuve de la reconnaissance de la population locale face à cet engagement. Après 1945 et la chute des régimes oppressifs, une grande partie des étrangers regagnent leur pays d’origine, et pour ceux qui préfèrent rester dans leur patrie d’adoption, l’opinion publique leur est favorable, à l’exception des Allemands et des Italiens. Cependant, l’euphorie ne dure pas longtemps car aussitôt la guerre finie, une nouvelle politique migratoire commence à être définie.

Au lendemain de la guerre, la situation de la France est très critique en terme de démographie et d’infrastructures : « l’immigration sembl[e] une nouvelle fois s’imposer pour reconstruire la France affaiblie ⁷³ ». Le 3 mars 1945, le général de Gaulle déclare « qu’il fa[ut] élaborer un grand plan pour « introduire au cours des prochaines années, avec méthode et intelligence, de bons éléments d’immigration dans la collectivité française » ⁷⁴. » Une série de spécialistes, de démographes, de ministres, de secrétaires d’État sont missionnés pour déterminer les besoins humains du pays pour la main-d’œuvre et la régénération de la population. L’année 1945 marque le début de l’immigration moderne avec la création de deux nouvelles institutions : l’Office nationale de l’immigration (ONI) et le ministère de la Population en charge des questions démographiques et migratoires. Les conditions d’accès à la carte de séjour et à la naturalisation s’assouplissent.

Suite au difficile redémarrage économique du pays, dans les années cinquante, arrivent de nouvelles grandes vagues migratoires. Cependant

⁷²Ibid.

⁷³Ibid.

⁷⁴Ibid.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

que les conditions de travail se transforment, la guerre d'Algérie et l'attractivité économique dynamisent l'immigration. Cette période est marquée par « la diversification des sources migratoires et la perte progressive du contrôle étatique sur les entrées⁷⁵ ». De plus, Schor signale que les besoins conduisent l'ONI « à diversifier les pays de recrutement⁷⁶ ». En 1961, la France signe des accords de main-d'œuvre avec l'Espagne, en 1963 avec le Maroc, la Tunisie, le Portugal, certains pays d'Afrique noire et en 1964 avec la Yougoslavie et la Turquie. L'arrivée massive de travailleurs engendre un autre type d'immigration : l'immigration familiale, de plus en plus nombreuse à la fin des années 1970.

D'après le *Rapport public sur l'accueil des immigrés* de 2004⁷⁷, pendant et après la guerre d'Algérie, l'afflux de migrants et les besoins de main-d'œuvre sont tels que les patrons se passent des services de l'ONI. Schor va plus loin en ajoutant que les patrons cherchent surtout des travailleurs peu qualifiés et étrangers car ils sont généralement « peu exigeants en matière de salaires, de logement, de prestations sociales. » En effet, ils acceptent d'effectuer les tâches que les Français refusent, avec des rémunérations très faibles et sans connaître leurs droits ni la manière de les faire valoir. Leurs conditions d'habitation sont déplorables, seuls 6,5% des HLM « étaient officiellement réservés aux étrangers » vivant avec leur famille ou ayant un permis de dix ans. Et pour les autres, le marché noir du sommeil ne laisse que peu de choix : dortoirs insalubres ou bidonvilles. Il faut attendre les années 1960 et 1970 pour que l'on cède plus de place aux étrangers dans les logements sociaux. Guère formée aux nouveaux postes qui lui

⁷⁵TAPINOS, G. « L'immigration étrangère en France de 1945 à 1973. » In : *Population* 30.2 (1975), p. 315-317.

⁷⁶SCHOR, *Histoire de l'immigration en France, de la fin du XIXe siècle à nos jours*, op. cit.

⁷⁷*L'accueil des immigrants et l'intégration des populations issues de l'immigration. Rapport au Président de la République suivi des réponses des administrations et des organismes intéressés*, op. cit.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

sont attribués, parfois incapable de lire les consignes de sécurité, peu familiarisée avec les maladies et les soins, cette frange de la population travaille également dans des conditions très difficiles. Tous ces facteurs entraînent une qualité de vie misérable qui a des répercussions sur les comportements sociaux. Comme dans les années 1920, l'intégration ne semble possible que pour les étrangers issus des élites.

En 1974, avec la crise économique qui menace la France, le Conseil des ministres décide « de ne plus délivrer d'autorisations de travail, suspendant de fait l'immigration de main-d'œuvre étrangère ». Cependant, les procédures de regroupement familial se poursuivent, l'immigration des demandeurs d'asile politique et des étudiants continue de progresser rendant ainsi palpable l'évolution démographique de la population étrangère. Michèle Tribalat⁷⁸ parle d'« apport démographique » pour définir la contribution de l'immigration à la natalité française au moment où celle-ci atteint un faible niveau au XX^e siècle. Pour cette démographe, l'arrêt de l'immigration de travail a permis à la population étrangère ou d'origine étrangère de retrouver une croissance stable ce qui, dans un contexte de crise économique, est souvent mal perçu par l'opinion publique. Cette croissance est fortement due à la constitution des familles, car si beaucoup se recomposent grâce au système de regroupement familial, d'autres se forment sur le sol français à la suite de mariages entre ressortissants du même pays ou de mariages mixtes. Tribalat signale également l'importante influence des liens de parenté sur le chemin qui mène à l'assimilation. En effet, « la famille a constitué de tout temps l'élément clef dans la fixation et l'enracinement des populations immigrées. »

⁷⁸TRIBALAT, *Cent ans d'immigration, étrangers d'hier, Français d'aujourd'hui : apport démographique, dynamique familiale et économique de l'immigration étrangère*, op. cit.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

La politique migratoire mise en place depuis les années 1940 a une incidence sur la population étrangère d'aujourd'hui. En effet, « les profils migratoires des immigrés sont extrêmement variables suivant le pays d'origine et exercent un impact déterminant sur le lieu de constitution des familles et *a fortiori* sur les conditions de leur intégration. L'importance des migrations d'hommes célibataires explique pourquoi plus de la moitié des familles où la femme est immigrée sont ou vont être entièrement constituées en France. . . Les profils migratoires, autre qu'ils expliquent l'intensité et le rythme de regroupement et de constitution de la famille, évoluent au fil du temps avec le moment du processus migratoire. » Le mouvement de ces populations et l'ancienneté de leur implantation dans le pays d'accueil déterminent fortement leurs comportements et leur adaptation.

À l'image de leurs prédécesseurs du début du XX^e siècle, les premiers arrivants de la vague 1945-1974 balisent le terrain pour les prochains immigrants. Les communautés trouvent des quartiers où elles peuvent s'implanter et développer des pratiques culturelles destinées à maintenir des réseaux de solidarité entre les individus originaires d'un même pays. Pour mieux comprendre l'adaptation de ces groupes sociaux à leurs nouvelles conditions de vie, Tribalat conseille de prendre en compte les évolutions sociales ayant cours dans le pays d'origine : « La situation et l'évolution des comportements dans le pays d'origine et le moment du processus migratoire, déterminent le mode de convergence auquel on assiste dans le pays d'accueil. Lorsque le rythme d'évolution au pays d'origine est rapide et que le modèle familial se rapproche de celui en vigueur dans le pays d'accueil, les comportements changent. . . suivant ce rythme. Au contraire en l'absence de transformations dans le pays d'origine, ou lorsqu'elles sont lentes, l'accélération du mouvement ne peut venir que des personnes venues très jeunes ou nées en France. » Le ralentissement dans « la convergence

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

des comportements des immigrés et de leurs descendants vers ceux des Français » est généralement dû « au caractère encore marginal des groupes familiaux formés par des jeunes migrants. Le processus de convergence des familles immigrées vers le modèle familial français est donc conditionné par la situation qui prévaut dans les pays d'origine. » Face à ce phénomène de rupture, il est donc nécessaire d'effectuer une analyse du fonctionnement sociétal des groupes d'immigrés afin de mieux cerner leurs problèmes d'intégration. Dans le cas de notre étude qui se focalise sur la société cap-verdienne, cet aspect sera traité plus particulièrement dans le chapitre cinq.

2.1.1. Le lent chemin de l'intégration à l'ère moderne

Les périodes de grandes vagues migratoires finies, les étrangers des premières générations et leurs descendants, désormais dans une situation légale en France, doivent quotidiennement faire face à ce que Schor nomme l'« entre-deux socio-culturel ». Ces personnes « restent fidèles à des comportements et à une identité d'origine, amenés de leur pays ou transmis par les parents. Mais dans le même temps, la vie en France, l'éducation et la socialisation des jeunes dans ce pays transforment plus ou moins profondément les modes de pensée et les pratiques⁷⁹. » Pour Schor, l'évolution et la capacité d'adaptation est une négociation constante ; des facteurs essentiels tels que le respect de la tradition, « les individus et les lieux, l'ancienneté du séjour, le milieu social et le niveau de vie, la structure de la famille, le sexe, la nationalité, le poids de la religion, les engagements politiques » sont à l'origine de la complexité de leur processus d'adaptation. En même temps, ces populations essaient de conserver leurs origines nationales, identitaires

⁷⁹SCHOR, *Histoire de l'immigration en France, de la fin du XIXe siècle à nos jours*, op. cit.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

ou ethniques, c'est le cas notamment des sociétés à « contexte élevé », pour employer la terminologie d'E. T. Hall⁸⁰. On peut également les décrire comme des sociétés collectives. Plusieurs facteurs entrent donc en jeu dans la constitution des quartiers ethniques : d'une part, le désir de sauvegarder les traces de la culture d'origine, et d'autre part, les circonstances conjoncturelles – le prix du logement, les autochtones qui quittent les HLM ou les quartiers pauvres pour s'installer ailleurs, les projets de restructuration urbaine, etc.

Le regroupement géographique a permis de faciliter la mise en place des pratiques de solidarité. Des réseaux communautaires locaux, régionaux ou nationaux se sont établis, ce qui a facilité le développement de la sphère associative pour soutenir les activités culturelles, religieuses, sportives ou d'intégration. Celles-ci sont centrées soit autour de la culture du pays d'origine, soit autour du lien entre culture d'origine et culture d'adoption ; cette dernière catégorie d'action ayant pour but d'aider à l'intégration des nouveaux arrivés par le biais de cours langue, d'assistance légale ou administrative, de soutien scolaire pour les enfants, etc. Au niveau de l'emploi, la rude dépression économique des années 1980 en France a considérablement augmenté les chiffres du chômage dans les secteurs qui employaient les immigrés, comme la sidérurgie ou la machine-outil (Noiriel⁸¹, Schor⁸²). Mais selon Tribalat, d'autres facteurs satellites sont imputables à cette dégradation : « les enfants des immigrés sortent plus tôt du système scolaire et sont confrontés à de plus grandes difficultés pour entrer dans le marché du travail » ; parmi ces difficultés l'auteur mentionne la discrimination liée à la nationalité ou à la culture d'origine.

⁸⁰HALL, *Au-delà de la culture*, op. cit.

⁸¹NOIRIEL, G. *Population, immigration et identité nationale en France XIXe- XXe siècle*. Hachette, 1992.

⁸²SCHOR, R. *Français et immigrés en temps de crise (1930-1980)*. Collection Populations. Harmattan, 2004.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

Le rôle majeur de l'école dans l'intégration des enfants d'immigrants a été identifié depuis la fin du XIX^e siècle. Selon Alain Pierrot⁸³, la loi du 28 mars 1882 établissant « l'obligation scolaire pour tous, s'applique également aux enfants d'immigrés ». Il ajoute que si « pour ces enfants, l'intégration se fait par l'école », elle « continue de passer aussi par des voies bien plus anciennes, celle de la socialisation ou de l'acculturation directe. » Pendant plusieurs décennies, le système éducatif s'est questionné sur les meilleures conditions pour assimiler les enfants d'immigrés, ces solutions allant de l'enseignement du français avant d'arriver à l'école à l'enseignement de la langue maternelle dans les établissements scolaires. Cependant, l'étude des langues des immigrés dans l'éducation nationale n'a pas donné les résultats souhaités. Malgré la mesure pédagogique visant à permettre à ces enfants de garder leur héritage culturel à travers l'apprentissage des langues allophones ; malgré les accords passés avec des pays tels que l'Italie ou l'Algérie pour recruter des professeurs, cet enseignement est l'objet de stigmatisations et de ségrégations à l'intérieur même des établissements scolaires. D'après Pierrot, cette situation est en grande partie due au fait que « les « bourgeois » de souche ne choisissent pas les langues d'immigrés » (Pierrot⁸⁴). Pour Schor, la manière dont les cours sont dispensés constitue également une source de problèmes. En effet, les enseignants étrangers sont habitués à des méthodes pédagogiques très différentes, et parfois contestables, de celles pratiquées par leurs collègues français. Le peu de contrôles exercés sur ces enseignants, la réputation du faible niveau académique des élèves issus de l'immigration, ainsi que la situation sociale et géographique défavorable des établissements concernés, sont des éléments qui favorisent la discrimination et non l'intégration.

⁸³PIERROT, A. *Grammaire française de l'intégration, ou, jeux de langage et mythologie*. Éducation et sciences. Fabert, 2002.

⁸⁴Ibid.

2.1.2. L'intégration par l'école

Afin de pallier les problèmes de discrimination et d'assurer une formation aux enfants étrangers, Zirotti⁸⁵ explique, qu'entre 1970 et 1975, plusieurs structures sont créées :

- les classes d'initiation (CLIN) pour élèves non francophones dans les premier et second degrés ;
- les enseignements de langues et cultures d'origine (ELCO) ;
- le Centre de formation et d'information pour la scolarisation des enfants de migrants (CEFISEM).

À propos des CEFISEM, Pierrot commente : « Notre système d'enseignement centralisait ainsi « à sa manière » le problème, c'est-à-dire en « instituant » de nouvelles organisations permanentes. Ce faisant, on donnait une autonomie et une liberté d'action au sein de l'Éducation nationale à une poignée de pédagogues actifs reconnus « spécialistes » de l'immigration », une mission dont l'ampleur est mal évaluée à l'époque. Ce nouveau dispositif d'accueil met en place plusieurs stratégies : préparation de nouveaux enseignants en FLE (français langue étrangère), techniques d'enseignement pour les enfants « primo-arrivants » et pédagogie interculturelle. Cependant, dans les années 1980, la pédagogie interculturelle et l'enseignement de la langue maternelle à l'école sont constamment remis en question dans plusieurs rapports, notamment celui de Pierre Bourdieu datant de mars 1985. Selon Jean François Martini⁸⁶, ce n'est qu'avec la circulaire du 24 avril 2002 que l'Éducation nationale organise un dispositif spécifique pour les « élèves nouvellement arrivés ».

⁸⁵ZIROTTI, J.-P. « Enjeux sociaux du bilinguisme à l'école ». In : *Langage et société* 116 (2006), p. 73-91.

⁸⁶MARTINI, J.-F. « Le dispositif d'accueil pour les primo-migrants ». In : *Plein droit* 64 (2005), p. 7-9.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

Martini⁸⁷ explique que « ce dispositif comprend deux types de structures : les classes d'initiation (CLIN) pour les élèves du premier degré, et les classes d'accueil (CLA) pour ceux du second degré. » Dans la même année, une autre circulaire redéfinit les fonctions des CEFISEM et les renomme CASNAV (Centre pour la scolarisation des nouveaux arrivants et des enfants du voyage). Cette restructuration en fait « à la fois des centres de ressources pour les écoles et les établissements (élaboration de réponses pédagogiques adaptées, conseils et aide pédagogique...), des pôles d'expertise pour les responsables du système éducatif et des instances de coopération et de médiation pour les partenaires du système éducatif. » Avec ces multiples institutions, le ministère de l'Éducation nationale veut « sensibiliser les enseignants aux problèmes rencontrés par ces élèves et favoriser une évolution de la pédagogie vers la prise en compte des différences culturelles » commente Zirotti⁸⁸. Pourtant, malgré le déploiement d'efforts humains et financiers, « la pédagogie interculturelle n'a jamais dépassé, en France, le stade de l'expérimentation, tolérée dans les espaces les moins valorisés du système éducatif. Et dans le cadre de cette pédagogie expérimentale interculturelle, les langues autres que le français n'ont pas dépassé le stade de l'approche « éveil au langage ». »

De plus, le mélange entre langues allophones et langue officielle donne « des pratiques langagières propres aux quartiers pluriethniques⁸⁹. » Par son éloignement de la norme et par les implications culturelles, économiques et éducatives qu'il véhicule, ce langage est souvent l'objet de discriminations. Dans un contexte scio-politique où le « maintien d'une communauté nationale unique » s'éprouve à travers l'usage de la langue nationale, le fait de ne pas maîtriser correctement le français est perçu comme un frein car

⁸⁷Ibid.

⁸⁸ZIROTTI, « Enjeux sociaux du bilinguisme à l'école », op. cit.

⁸⁹DANNEQUIN, C. « Interactions verbales et construction de l'humiliation chez les jeunes des quartiers défavorisés ». In : *MOTS* 60 (1999), p. 76-92.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

« l'insertion sociale réussie [passe par] la « francisation » de l'immigré ». Selon un rapport de l'INSEE⁹⁰ de 2012, outre le nécessaire apprentissage du français, l'origine, la situation socio-professionnelle des parents, leur niveau d'étude et l'âge d'arrivés de l'enfant sont des facteurs clés dans l'insertion et l'intégration des élèves. Il apparaît également que ce sont les enfants de parents diplômés de l'enseignement supérieur qui atteignent le niveau universitaire. Bien que la scolarité soit accessible au plus grand nombre, encore une fois, ce sont les enfants des milieux les moins défavorisés qui réussissent leur intégration.

2.1.3. Les institutions d'accueil des immigrants

Comme nous l'avons exposé au cours de ce chapitre, la France a accueilli au fil des deux derniers siècles, un grand nombre de travailleurs immigrants et leur famille, de demandeurs d'asile, et d'étrangers désirant s'installer dans le pays. La plupart provient du sud et du nord de l'Europe, du Maghreb, de l'Afrique subsaharienne et d'anciennes colonies d'Asie et d'Amérique (Emmanuel Tod⁹¹). À la fin de la deuxième guerre mondiale, les besoins démographiques orientent le pays vers une politique de recrutement de main-d'œuvre étrangère et, afin d'encadrer son entrée en France, l'État crée une première institution, déjà mentionnée plus haut : l'ONI, l'Office nationale de l'immigration, placé sous la tutelle du ministère du Travail, puis de celui de l'Intérieur et de celui de l'Agriculture. Jusqu'aux années 1960, l'ONI assure la gestion des opérations de recrutement, de contrôle médical ainsi que l'acheminement des travailleurs vers le pays. Selon le *Rapport public sur l'accueil des immigrants* de 2004, d'autres institutions du même genre sont parallèlement fondées. À partir de 1966, la Direction de la

⁹⁰ *Immigrés et descendants d'immigrés en France*. INSEE, 2012.

⁹¹ TODD, E. *Le Destin des immigrants: assimilation et ségrégation dans les démocraties occidentales*. Points (Paris). Ed. du Seuil, 1994.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

population et des migrations (DPM) est « chargée d'élaborer et de suivre la politique démographique et celles qui concernent l'immigration, l'intégration des populations d'origine étrangère et la lutte contre les discriminations⁹². » La question des travailleurs algériens est traitée séparément, par le biais d'institutions qui lui sont propres : la Société nationale des constructions pour les travailleurs algériens (SONACOTRAL) et le Fonds d'action sociale pour les travailleurs musulmans d'Algérie en métropole et pour leur famille (FAS). Or lorsque l'Algérie devient indépendante, et qu'« il n'existe plus de raison particulière de continuer à afficher qu'on lui réserve un statut privilégié », ces deux institutions sont mises au service de nouvelles politiques de logement et d'aide aux travailleurs immigrants. Avec l'arrêt officiel de l'immigration de travail en 1974, les missions de l'ONI évoluent en fonction des nouvelles politiques d'intégration pour les immigrés déjà installés en France (Dänzer-Kantof et al.⁹³).

Dans les années 1980, la mondialisation change le contexte économique et migratoire, ainsi en tenant compte de la nouvelle diversification des flux migratoires dans le pays, l'ONI devient en 1988 l'Office des migrations internationales (OMI). Le *Rapport public sur l'accueil des immigrés* précise que la « tutelle de l'OMI relève du bureau chargé des autorisations de travail à la sous-direction de la démographie et des mouvements de population, alors que les missions de cet établissement public ont été largement recentrés sur l'accueil qui relève plutôt de la sous-direction de l'accueil et de l'intégration⁹⁴. » L'OMI travaille en lien avec la DPM qui a conservé

⁹²*L'accueil des immigrants et l'intégration des populations issues de l'immigration. Rapport au Président de la République suivi des réponses des administrations et des organismes intéressés*, op. cit.

⁹³DÄNZER-KANTOF, B., LEFEBVRE, V. et TORRES, F. *Immigrer en France - De l'ONI à l'OFII, histoire d'une institution chargée de l'immigration et de l'intégration des étrangers, 1945-2010*. Le Cherche-Midi, 2011.

⁹⁴*L'accueil des immigrants et l'intégration des populations issues de l'immigration. Rapport au Président de la République suivi des réponses des administrations et des organismes intéressés*, op. cit.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

son rôle de service auprès des étrangers, malgré l'évolution et l'éclatement des structures mises en place par l'État au cours des décennies. À partir de 1993, les missions de l'OMI prennent de l'ampleur : désormais cette institution s'occupe de l'accueil des bénéficiaires du regroupement familial puis, en 1994, de « l'accueil des conjoints de Français et membres de familles de réfugiés statutaires » pour finalement assurer en 2004, l'accueil d'un grand nombre de catégories d'immigrants. Progressivement ses fonctions liées à l'administration du travail s'étendent au domaine social. Cependant, l'OMI est vite dépassée par le poids de ces nouvelles responsabilités. Michèle Tribalat⁹⁵ pointe du doigt plusieurs cas significatifs comme la décision tardive de prendre en compte le sexe dans les données sur l'immigration, ou encore le manque d'exhaustivité dans les registres comparativement à ceux de l'Office français pour la protection des réfugiés et apatrides (Ofpra). À partir de 2003, une nouvelle réorientation de la politique migratoire donne naissance à d'autres structures qui, peu à peu, remplacent l'OMI.

En 2003, le gouvernement missionne un comité interministériel pour définir la nouvelle politique d'intégration, laquelle, selon Sylvain Chevron, découle des caractéristiques suivantes : « il s'agit de construire des parcours d'intégration pour les nouveaux arrivants d'assurer la promotion sociale, professionnelle et culturelle, d'agir contre les intolérances, les discriminations et pour l'égalité de droits⁹⁶. » Les nouvelles ambitions de cette politique se traduisent par une « recomposition du paysage institutionnel⁹⁷ ». Le gouvernement entame ainsi une campagne de refondation des institutions et, en 2005, il impulse la fusion de l'OMI et du Service social d'aide aux émigrés (SSAE) pour donner l'Agence nationale de l'accueil des étrangers et des migrations (ANAEM). Par leur culture très différente – l'OMI

⁹⁵TRIBALAT, M. *Assimilation, la fin du modèle français*. Editions Toucan, 2013.

⁹⁶CHEVRON, S. *La réforme des structures en charge de l'immigration: De l'ANAEM à l'OFII*. Logiques Juridiques. Editions L'Harmattan, 2009.

⁹⁷Ibid.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

est plus administratif et intégré à la politique de l'État, tandis que le SSAE est plutôt tourné vers l'étranger et le militantisme – le « mariage » a été pratiquement « forcé ». Progressivement, d'autres institutions se sont également ajoutées à la liste comme l'Agence nationale pour la cohésion sociale et l'égalité des chances (Acsé), la Cité nationale de l'histoire de l'immigration (CNHI) ou la Haute Autorité de lutte contre les discriminations et pour l'égalité (Halde). La création de cet ensemble d'institutions administrées par le pouvoir public est justifiée dans le rapport de 2001 du Haut Conseil à l'intégration (HCI) dans ces termes :

*Réfléchir à l'intégration de ces personnes et de leur famille conduit nécessairement à examiner les conditions de leur accueil. C'est en effet dès la prise de contact avec la société française que peuvent au mieux être posés les jalons d'une intégration réussie. Au-delà de la nécessité d'assurer à ces personnes souvent désorientées des conditions d'arrivée prenant en compte leurs difficultés spécifiques, l'accueil a aussi pour tâche de préparer leur future insertion économique, sociale et civique. L'accueil constitue en effet la première étape du processus d'intégration.*⁹⁸

Dans le même rapport, le HCI annonce son intention de créer un nouveau dispositif d'accueil pour les primo-arrivants car un « véritable service public d'accueil des immigrants en France » doit, d'une part, prendre en compte l'ensemble des primo-arrivants, et d'autre part, développer « une approche globale de la question de l'accueil⁹⁹. » Dans cette optique, le HCI propose la mise en place d'une « structure unique chargée de coordonner les moyens existants et de proposer à chaque étranger un contrat individuel d'intégration¹⁰⁰. » Les bases pour la plate-forme d'accueil et pour le contrat d'accueil

⁹⁸ *Les parcours d'intégration*. Le Haut conseil de l'intégration, 2001, p. 37.

⁹⁹ Ibid.

¹⁰⁰ Ibid.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

et d'intégration (CAI) sont donc posées. La grande machine d'accueil des immigrants se met en marche, mais la configuration des différentes entités, alliant les anciennes aux nouvelles, fonctionne péniblement.

Pour Chevron, si l'ANAEM instaure certaines procédures fonctionnelles, comme le CAI qui semble être une réussite, cette agglomération d'institutions demeure un problème troublant. Avec l'arrivée au pouvoir de Nicolas Sarkozy, la politique d'accueil des immigrants subit de forts changements. Une des premières mesures à entrer en vigueur est l'instauration du ministère de l'Immigration, de l'Intégration, de l'Identité nationale, et du Développement solidaire, grâce auquel l'ANAEM est reconnue comme une véritable « administration productrice des textes et des règlements et un outil de pilotage de services aux cultures fortement hétérogènes¹⁰¹. » Dans cette conjoncture, le CAI connaît des modifications « en devenant plus contraignant, en étant proposé non plus seulement aux primo-arrivants mais aux familles – on parlera alors du contrat d'accueil et d'intégration famille – en étant non plus seulement proposé en France mais aussi à l'étranger dans le cadre des évaluations linguistiques et civiques. » Avec un plus grand nombre d'institutions sous sa tutelle et l'élargissement de ses fonctions, l'ANAEM est en passe de devenir le seul opérateur du ministère de l'Immigration.

En 2008, le Conseil de modernisation des politiques publiques décide d'amplifier et de renforcer les missions, les compétences et les moyens de l'ANAEM. Finalement, elle devient l'Office français de l'immigration et de l'intégration (OFII). En reprenant certaines des fonctions de l'Agence nationale pour la cohésion sociale et l'égalité de chances (Acsé), créée en 2005 (Chevron¹⁰²), l'OFII se place comme « l'acteur central de la politique

¹⁰¹CHEVRON, S. « De l'Anaem à l'Office français de l'immigration et de l'intégration ».

In : *Accueillir* 248 (2009), p. 1-3.

¹⁰²Ibid.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

d'accueil et d'intégration des étrangers¹⁰³ » en France. Dans son rapport de 2012, le Sénat résume ainsi les fonctions de cette nouvelle institution : « L'OFII prend en charge des missions diverses, qui vont de la validation administrative de titres de séjour à la promotion du retour des étrangers, en passant par l'accueil social, l'examen médical et les formations linguistiques. Toutes ces prestations s'adressent cependant à un même public, celui des étrangers dans les cinq premières années de leur présence en France.¹⁰⁴ » Afin de mieux comprendre son fonctionnement et son rôle dans l'intégration des immigrants, nous avons effectué un stage d'une semaine en juin 2012. Nous développerons cette information dans le chapitre cinq.

2.1.4. La question scientifique et les statistiques ethniques dans la gestion de l'immigration

Dans la dernière section, nous avons pu constater le long chemin que la France a parcouru avant de mettre en place de véritables dispositifs pour l'accueil et l'intégration de ses immigrants. Le *Rapport public sur l'accueil des immigrés* de 2004 rappelle à juste titre l'absence de définitions conceptuelles les plus basiques telles que celle de l'immigration. Le milieu scientifique signale à son tour le manque de statistiques exhaustives sur l'immigration permettant de mener des enquêtes plus complètes. D'ailleurs, Laurent Béru indique qu'en France, c'est grâce au travail des historiens qu'il existe des traces sur « l'évolution des inégalités ethniques et du différentialisme racial¹⁰⁵ ». Nous avons mentionné précédemment le décalage entre la re-

¹⁰³KAROUTCHI, R. *L'office français de l'immigration et de l'intégration: pour une politique d'intégration réaliste et ambitieuse*. Sénat, 2012.

¹⁰⁴Ibid.

¹⁰⁵BÉRU, L. « Les Sciences de l'Information et de la Communication à la rencontre des Cultural Studies ». In : sous la dir. d'ALBERTINI, F. et PELISSIER, N. *Communication et Civilisation*. L'Harmattan, 2010. Chap. Différences d'approches entre traditions française et nord-américaine dans les recherches en ethnic/race studies, p. 131–154.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

cherche sur l'immigration en France et dans les pays anglophones. Pour Béru, le retard de la France sur la question des études ethnoraciales est dû aux « non-dits du républicanisme français » qui « semblent contraindre l'objectivité scientifique ; ils restreignent la réflexion des chercheurs français en leur interdisant peu ou prou l'évocation de certaines réalités ethnoraciales, socialement flagrantes mais idéologiquement désobligeantes¹⁰⁶ ». La production et la diffusion de connaissances scientifiques sur ce domaine et ses différentes représentations (analyses, statistiques, thèses, etc.) demeure, pour Béru, un sujet incontestablement épineux et problématique. Cette affirmation est renforcée par ce constat de Michèle Tribalat : « l'insuffisance de l'appareil statistique français pour étudier l'immigration et les populations d'origine étrangère¹⁰⁷ » laisse de grandes lacunes dans la production scientifique, et conduit à des interprétations vicieuses, notamment quand elles sont à des fins politiques. Cependant, certains chercheurs se positionnent contre la production de certaines études telles que les statistiques ethniques. En effet, d'après Véronique De Rudder, le débat sur les études statistiques « prenant en considération des critères d'origine ou d'identification ethniques » mêle et parfois confond des « considérations éthiques, politiques et scientifiques¹⁰⁸. » Sur le plan éthique, le recueil et l'enregistrement de données sensibles - relatives à l'origine ou à l'appartenance communautaire, souvent assimilées à la « race », la religion, les orientations sexuelles, etc.- risquent d'étiqueter des « groupes cibles » augmentant ainsi la discrimination ou la ségrégation. Sur le plan politique, le problème est sensiblement le même car de la catégorisation des individus

¹⁰⁶Ibid.

¹⁰⁷TRIBALAT, M. *Les yeux grands fermés: l'immigration en France*. Collection Grand format Médiations. Denoël, 2010.

¹⁰⁸RUDDER DE, V. « Quelques problèmes épistémologiques liés aux définitions des populations immigrants et de leurs descendants ». In : *Jeunes issus de l'immigration: de l'école à l'emploi*. Collection migrations et changements. CIEMI, L'Harmattan, 1997.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

peuvent découler des effets de « fixation » sur des groupes ethniques. Une telle situation est susceptible de conduire à « l'enfermement » des individus dans une « identité » labellisée en fonction de leurs « origines » alors que celles-ci ne sont pas uniformément socialement pertinents et qu'elles sont souvent multiples¹⁰⁹. La question de l'influence que peuvent avoir ces données sur les institutions de l'État (Police nationale, Gendarmerie, CAF, préfectures, etc.), et sur les actions politiques, d'envergure nationales ou locales, en direction de certaines communautés se posent donc. Enfin sur le plan scientifique, de Rudder rappelle à la communauté des chercheurs que « la science n'a que des impératifs intrinsèques¹¹⁰ » et qu'il est impossible de se réfugier derrière une improbable neutralité car la « question même d'un progrès des connaissances touche réellement au politique¹¹¹. » La tâche d'effectuer des statistiques ethniques revient aux institutions publiques. Pour de Rudder, elles peuvent donc être facilement instrumentalisées par les différents gouvernements, comme c'est parfois le cas aux États-Unis ou au Royaume-Uni, pays où ce type de statistiques existe depuis longtemps.

En France, les statistiques ethniques sont légalement interdites depuis la loi du 6 janvier 1978 qui place sous la jurisprudence de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL) les enquêtes statistiques. Cette loi, modifiée le 7 octobre 2016, spécifie qu'« il est interdit de collecter ou de traiter des données à caractère personnel qui font apparaître, directement ou indirectement, les origines raciales ou ethniques, les opinions politiques, philosophiques ou religieuses ou l'appartenance syndicale des personnes, ou qui sont relatives à la santé ou à la vie sexuelle de

¹⁰⁹Ibid.

¹¹⁰Ibid.

¹¹¹Ibid.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

celles-ci ¹¹² ». Certes, elle protège une certaine partie de la population de la stigmatisation, mais elle a fortement contribué au ralentissement de la production scientifique en matière d'immigration qui, jusqu'aux années 1970, peine à s'imposer dans l'hexagone. Or ce phénomène n'est pas spécifique à la France. Pendant longtemps, et contrairement aux pays anglo-saxons, les sciences humaines d'Europe continentale ont négligé la production scientifique sur l'immigration. Ce champ d'études - théories migratoires, statistiques ethniques, etc. - est aujourd'hui dominé par les États-Unis. (V. Piché ¹¹³, G. Noiriel ¹¹⁴). Nous allons nous appuyer, en partie, sur la littérature anglo-saxonne car c'est dans ces pays que les médias des minorités ethniques ont commencé à obtenir une vraie reconnaissance et que l'on trouve une somme conséquente de travaux sur ce thème. Mais avant, nous proposons d'examiner la vision française des minorités ethniques d'origine étrangère ainsi que les approches migratoires et culturelles développées dans les théories de l'immigration, l'objectif étant de comprendre la montée croissante des médias ethniques numériques en France.

2.2. Constitution et intégration des minorités

Pour comprendre comment ces groupes se forment, nous allons d'abord examiner la notion d'ethnie sous divers angles, notamment historique, politique, sociologique et anthropologique. Ces analyses nous permettront ensuite d'aborder la question de la constitution de ces groupes en nous appuyant sur plusieurs approches théoriques.

¹¹²Loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés - Article 8. 2016. URL : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexteArticle.do?idArticle=LEGIARTI000006528073&cidTexte=LEGITEXT000006068624>.

¹¹³PICHÉ, V. *Les théories de la migration*. Les manuels. INED, 2013.

¹¹⁴NOIRIEL, *Le Creuset français: Histoire de l'immigration (XIXe-XXe siècle)*, op. cit.

2.2.1. Au-delà du terme « ethnique »

En France, les concepts actuels des mots « ethnique », « ethnicité », « ethnique » font revivre l’imaginaire des stéréotypes de la période coloniale. L’engouement pour ces mots ramènent aux années 1990, et leur faire référence renvoie étymologiquement à *ethnicus* qui désigne le « païen », l’« impie » jusqu’au XVIII^e siècle (M.-A. Hilly et J. Costa-Lascoux¹¹⁵). Née entre 1925 et 1935, l’ethnologie universitaire a pour objectif de « déceler les traits communs à toute l’humanité¹¹⁶ » tant dans les communautés rurales qu’urbaines et ce partout sur le globe. Or la notion de « groupe ethnique » connaît une longue évolution au cours du XX^e siècle, notamment à travers d’importants changements politiques (avant, pendant et après l’époque de la colonisation). Ainsi, elle est passée d’une signification faisant référence aux « sociétés primitives et inférieures » à la reconnaissance de la diversité culturelle des sociétés, « lointaines » ou non (Copans¹¹⁷, G. Gosselin, J.-P. Lavaud¹¹⁸, Hilly et Costa-Lascoux¹¹⁹, D. Frantz¹²⁰). Les minorités ethniques sont des groupes sociaux qui, par leur ancrage territorial, linguistique, religieux et culturel, se différencient du groupe hégémonique avec lequel ils cohabitent. C’est le cas des Alsaciens, des Corses, des Basques reconnus en France (Hilly et Costa-Lascoux¹²¹). Si bien que, pour

¹¹⁵HILLY, M.-A. et COSTA-LASCOUX, J. « L’ethnisation du lien social dans les banlieues françaises ». In : *Revue européenne de migrations internationales* 17.2 (2001), p. 123–138.

¹¹⁶DEBAENE, V. *L’adieu Au Voyage*. Editions Gallimard. 2010.

¹¹⁷COPANS, J. *Introduction à l’ethnologie et à l’anthropologie: Domaines et approches*. Armand Colin, 2010.

¹¹⁸GOSSELIN, G. et LAVAUD, J.P. *Éthnicité et mobilisations sociales*. Logiques sociales. Editions L’Harmattan, 2001.

¹¹⁹HILLY et COSTA-LASCOUX, « L’ethnisation du lien social dans les banlieues françaises », op. cit.

¹²⁰FRANTZ, D. « Ethnique? Vous avez dit ethnique? comme c’est... bizarre? Critique de la référence ethnique. » In : *ESO-Travaux et documents* 29 (2010), p. 55–66.

¹²¹HILLY et COSTA-LASCOUX, « L’ethnisation du lien social dans les banlieues françaises », op. cit.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

M. Weber¹²², le concept du mot « ethnies » se volatilise dès que l'on essaie de lui attribuer une définition. Néanmoins, il faut garder à l'esprit que même dans une société dite « moderne » les particularismes locaux persistent et l'on peut trouver des ethnies, voire des minorités en danger.

Le *Dictionnaire de l'altérité et des relations interculturelles* explique le mot « minorité » dans son acception sociologique : « un groupe constitue une minorité quand ses membres possèdent une identité socialement infériorisée ou dévalorisée. La notion réfère toujours à une situation de désavantage relatif, qu'il soit démographique, politique, économique ou culturel¹²³. » C'est-à-dire qu'en fonction du degré ou du type de différenciation (religion, code vestimentaire, langue maternelle ...), un groupe minoritaire habitant au sein d'une collectivité plus importante peut faire l'objet de discriminations, d'oppressions, d'exclusions ou de persécutions. D'après M. Weber, il existe, dans les groupes ethniques, deux types d'appartenance sociale : la communauté naturelle, composée d'individus unis par des liens non volontaires, et la communauté contractuelle, unie par le consentement individuel. En se démarquant des codes préétablis par la population majoritaire d'un État ou d'une nation, un groupe peut se positionner dans une situation de faiblesse et de vulnérabilité économique, sociale et politique.

En effet, aujourd'hui dans beaucoup de pays, ces groupes minoritaires se trouvent dans l'agenda politique de certains partis, notamment ceux de droite, d'extrême droite ou indépendantistes qui ont pour point commun la défense du « nationalisme ». Or, dans d'autres pays comme aux États-Unis, la diversité de la population est assumée et défendue au niveau politique,

¹²²WEBER, M. *Économie et Société-2*. Plon Pocket, 1995(1922).

¹²³FERRÉOL, G. et JUCQUOIS, G. *Dictionnaire de l'altérité et des relations interculturelles*. Paris : Armand Colin, 2003.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

car « elle n'est jamais soupçonnée, à différence de la France, de pouvoir entraver l'unité politique du pays ¹²⁴ ».

Sur le plan social, cette vulnérabilité s'organise autour de ce que certains chercheurs commencent à décrire comme une ségrégation ethnique et sociale qui touche principalement les communautés d'origine africaine. Ils mettent en opposition les étrangers d'origine européenne (Italiens, Espagnols, Portugais, etc.) qui, bien que plus nombreux, apparaîtraient comme des minorités « invisibles » (Rapport Insee : *Les immigrés en France* 2005 ¹²⁵, J.-L. Pan ké Shon 2009 ¹²⁶). D'après J.-L. Pan ké Shon : « formellement, la ségrégation résulte des déséquilibres de peuplement venant des mobilités résidentielles de leurs habitants entre entrées et sorties d'un espace d'habitation ¹²⁷ ». Plus précisément, il s'agit d'une « concentration spatiale des populations défavorisées » qui souvent n'ont pas les mêmes possibilités d'évolution de vie, par rapport aux individus vivant dans d'autres quartiers plus « européens », comme en témoignent de nombreuses études. En se basant sur le rapport 2005 de l'Observatoire national des zones urbaines sensibles ¹²⁸, Hugues Lagrange explique que « ce sont les habitants les mieux armés socialement (plus diplômés, d'une catégorie socio-professionnelle moyenne ou supérieure) qui quittent effectivement les zones urbaines sensibles (ZUS), et plus souvent les Français que les Africains ¹²⁹. » Selon ce même rapport, « les bénéficiaires d'un CES ¹³⁰ ou d'un

¹²⁴DURPAIRE, F. *France blanche, colère noire*. Sciences Humaines. Editions Odile Jacob, 2006. ISBN : 9782738189172.

¹²⁵*Les immigrés en France*. Insee, 2005.

¹²⁶PAN KÉ SHON, J.-L. « Ségrégation ethnique et ségrégation sociale en quartiers sensibles ». In : *Revue française de sociologie* 50.3 (2009), p. 451–487.

¹²⁷Ibid.

¹²⁸*Observatoire national des zones urbaines sensibles - Rapport 2005*, Ministère de l'emploi, du travail et de la cohésion sociale, Délégation interministérielle à la Ville, ONZUS, 2005.

¹²⁹LAGRANGE, *Le déni des cultures*, op. cit.

¹³⁰Contrat emploi-solidarité

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

CEC¹³¹ en ZUS sont plus souvent de nationalité étrangère qu'en moyenne nationale. Cela concorde avec la structure de la population en ZUS, qui est moins souvent de nationalité française¹³² ». Les habitants d'origine étrangère dans ces zones possèdent donc des caractéristiques sociales que l'on peut considérer comme « faibles ». Cependant, pour J.-L. Pan ké Shon, ce phénomène « n'enclenche pourtant pas une spirale descendante tirant la composition sociale de ces quartiers vers le bas, grâce à l'amélioration des caractéristiques socio-démographiques des habitants au cours du temps¹³³ ». D'après les rapports récents de l'Observatoire nationale des zones sensibles (ONZUS), l'intérêt général pour améliorer le style de vie des enfants de deuxième génération commence à avoir des conséquences positives sur la vie des habitants de ces quartiers. Nous reviendrons sur ces conclusions au moment de parler de la relation entre les TIC et les communautés des minorités ethniques.

Dans cet ordre d'idées et sur le plan économique, les témoignages affluent autour d'une France de plus en plus discriminatoire et ethnici-sée (R. Castel¹³⁴, P. Simon¹³⁵). En effet, nombreuses sont les études qui démontrent la discrimination au travail dont les groupes ethniques font l'objet, notamment ceux d'origine étrangère. P. Simon va encore plus loin car « pour s'en tenir à la question de l'accès à l'emploi, le développement de bases de données comprenant des informations non seulement sur les immigrés mais aussi sur leurs descendants a permis de mettre en évidence de manière indiscutable une « pénalité ethnique » qui touche certaines ori-

¹³¹ Contrat d'emploi consolidé

¹³² *Observatoire national des zones urbaines sensibles - Rapport 2005*, op. cit.

¹³³ PAN KÉ SHON, « Ségrégation ethnique et ségrégation sociale en quartiers sensibles », op. cit.

¹³⁴ CASTEL, R. *La discrimination négative: citoyens ou indigènes*. Seuil, 2007.

¹³⁵ SIMON, P. « L'intégration menacée ? Les discriminations et l'émergence de minorité ethnique en France ». In : *Cahiers français* 1.352 (sept. 2009), p. 87-91.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

gines¹³⁶. » Il donne comme preuve les travaux réalisés par Meurs et al. (2006) qui déterminent « que le risque de chômage des descendants d'immigrés est 1,5 fois supérieur à celui des descendants de Français, et atteint 2,2 pour les Français d'origine maghrébine, alors que les descendants d'immigrés originaires d'Europe du Sud (Italie, Espagne, Portugal) connaissent une situation très proche de la référence¹³⁷. »

D'un point de vue théorique, pour R. Silberman et I. Fournier, « la théorie économique propose des pistes pour rendre compte d'une discrimination durable sur le marché du travail¹³⁸ ». En citant Arrow¹³⁹, les auteurs expliquent que la discrimination de ces groupes est due au fait que l'employeur anticipe les caractéristiques d'une telle population (l'exemple avancé est le niveau d'études) ainsi que les caractéristiques « visibles » (la couleur de peau, le nom. . .). Cette pratique alimente des constructions sociales qui placent l'individu issu de ces groupes dans une position d'infériorité si on compare à la situation d'autres parties de la population. Souvent, ces populations se voient offrir un travail : soit grâce à des compatriotes ou d'autres étrangers, soit grâce à la politique des quotas d'embauche.

Les enjeux sociaux, économiques et politiques propres aux groupes des minorités ethniques d'origine étrangère en France ainsi que les conséquences que ceux-ci impliquent, rendent très compliqués la définition de ce qu'est, pour cette étude, un groupe ethnique en France aujourd'hui. Pour cette raison, nous proposons de garder la définition plutôt neutre et simplifiée

¹³⁶Ibid.

¹³⁷MEURS, D., PAILHÉ, A. et SIMON, P. « Persistance des inégalités entre générations liées à l'immigration : l'accès à l'emploi des immigrés et de leurs descendants en France ». In : *Population* 61.5 (2006), p. 763.

¹³⁸SILBERMAN, R. et FOURNIER, I. « Les secondes générations sur le marché du travail en France : une pénalité ethnique ancrée dans le temps ». In : *Revue française de sociologie* 47.2 (2007), p. 243–292.

¹³⁹ARROW, K. « The theory of discrimination ». In : *Discrimination in labor markets*. Sous la dir. d'ASHENFELTER, O. et REES, A. Princeton : Princeton University Press, 1973, p. 3–33.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

proposée par M.-O.Géraud, O. Leservoisière et Richard Pottier : « *Au sens anthropologique courant, l'ethnie désigne un groupe humain caractérisé par une culture et une langue communes, formant un ensemble relativement homogène se référant à une histoire et un territoire partagé.*¹⁴⁰ »

Une communauté ethnique issue de l'immigration est composée des personnes de première, deuxième, voire troisième génération, qui partagent un savoir ancestral, un capital culturel et une identité. Dans le cas précis du terrain de notre travail de recherche, la communauté cap-verdienne dans la région PACA, il s'agit d'un groupe dont les membres résident sur le territoire depuis en moyenne deux générations. Suite à nos observations, c'est un groupe que l'on peut caractériser par sa solidarité, son unité et par la fierté de ses racines et qui, en même temps, garde un certain degré d'ouverture vers l'extérieur. Comprendre cette culture ethnique implique aussi de comprendre les origines de leur immigration en France, les causes, leurs objectifs et leur situation présente. Ainsi, en ayant comme objectif l'approfondissement et la compréhension de ce qu'est une minorité ethniques et immigrante, les facteurs qui la constituent, les facteurs qui motivent sa migration, les liens qui unissent ses membres dans le pays d'accueil, et, plus important encore, les facteurs qui facilitent leur intégration, nous proposons à présent une analyse selon deux approches : migratoire et interculturelle.

2.2.2. Comprendre la constitution de ces minorités : approche migratoire

Au moment d'analyser le phénomène de l'immigration, deux questions fondamentales se posent : pourquoi les gens migrent ? et quels sont les effets qui en découlent ? Par cette approche, nous essayons de donner quelques pistes

¹⁴⁰GÉRAUD, M.O., LESERVOISIER, O. et POTTIER, R. *Les notions clés de l'ethnologie: Analyses et textes*. Collection Cursus. Série Sociologie. Armand Colin, 2007.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

pour mieux comprendre le cycle de l'immigration. Selon V. Piché¹⁴¹, d'un point de vue global, il faut rechercher les facteurs sociaux et économiques, mais aussi politiques qui peuvent inciter à prendre la décision, soit de migrer, soit de rester dans le pays d'origine. Piché ajoute qu'il est important de prendre en considération le contexte dans lequel se prennent les décisions migratoires, pour ainsi comprendre le comportement des migrants lorsqu'ils sont installés dans le pays d'accueil. La situation personnelle et professionnelle influe sur la destination du migrant, mais aussi sur ses objectifs à court et à long terme dans le pays d'accueil.

Pour expliquer l'importance du contexte, en citant E. Lee¹⁴², Piché évoque brièvement les facteurs structurels qui entrent en jeu dans l'analyse coût-bénéfice menant à l'émigration. Inspiré des lois de la migrations formulées par Ravenstein¹⁴³ à la fin du XIX^e siècle dans le contexte de l'immigration vers les États-Unis, ces facteurs reposent sur l'existence de lois oppressives, d'un climat peu attrayant et d'un environnement social hostile encouragent l'émigration. Or pour Ravenstein, l'élément le plus important est le désir de la majorité des personnes à vouloir améliorer son niveau de vie matériel. Ainsi, les raisons qui poussent l'émigration restent à peu près les mêmes depuis ces cent dernières années, tandis que les conditions et la manière dont elle se produit évoluent. Aujourd'hui, nous ne pouvons plus parler de migration linéaire, comme au XIX^e- début du XX^e lorsque les migrants partant vers les Amériques étaient prêts à ne plus revoir leur pays d'origine et à s'installer définitivement dans le pays d'accueil, mais plutôt de migration en zig-zag. En effet, le migrant moderne, plus aventurier et plus mobile grâce à de meilleures facilités de transport, part vers une première destination mais peut, éventuellement, se déplacer vers un second horizon.

¹⁴¹PICHÉ, *Les théories de la migration*, op. cit.

¹⁴²LEE, E. « A Theory of Migration ». In : *Demography* (1966), p. 47-57.

¹⁴³RAVENSTEIN, E.G. *The Laws of Migration, première édition 1885*. Demography Series. Ayer Company Publishers, Incorporated, 1976.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

Il existe également de nombreux cas où il vit entre son pays d'accueil et son pays d'origine. Mais aujourd'hui, quelles circonstances transforment la façon de migrer ?

Dans sa définition de migration, E. Lee¹⁴⁴ fait remarquer que dans tout acte de migration il y a toujours des obstacles, la distance étant seulement l'élément le plus visible. Dans son analyse, il établit une hiérarchisation des facteurs qui poussent vers l'immigration :

- les facteurs associés au lieu d'origine ;
- les facteurs associés au lieu de destination ;
- les obstacles ;
- les facteurs personnels.

Les facteurs en rapport avec le lieu d'origine sont en lien direct avec la destination et incluent des facteurs autant positifs que négatifs. Ainsi, E. Lee remarque que dans le choix de la destination, le climat, les prestations sociales (facteur très apprécié surtout si le migrant se trouve dans un pays où elles sont inexistantes) ainsi que le niveau de connaissance sur ce lieu entrent en compte de manière positive ; alors que l'incertitude concernant l'acceptation du migrant par la communauté d'accueil constitue un élément négatif. Les facteurs ayant trait au contexte dans le lieu d'origine s'articulent principalement autour des « cycles de vie » : mariage, décès dans la famille, poursuite d'études et de la carrière professionnelle, persécution politique, victimisation face à une injustice sociale ou familiale. Car avant de partir, le migrant vise les destinations qui lui coûteront le moins cher financièrement (voyage, visas, hébergement, assurances. . .) mais aussi socialement (apprentissage de la langue, développement ou exploitation de son réseau d'expatriés. . .).

¹⁴⁴LEE, « A Theory of Migration », op. cit.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

Hagerstrand¹⁴⁵ propose une approche dans laquelle il fait la distinction entre le migrant passif et le migrant actif. Le premier est plus analytique, il fait des recherches et des estimations sur les lieux propices à son installation et les possibilités d'y prospérer. Le second est plus instinctif, il prend sa décision en s'appuyant sur les commentaires et les avis des personnes qui l'entourent, surtout celles qui ont effectué des mouvements chanceux. Pour Akin L. Mabogunje¹⁴⁶, ce type de démarche, notamment celle du migrant actif, encourage les flux d'informations, principalement entre les zones rurales et les zones urbaines. À partir de ces mouvements, il présente une approche systémique, où il montre comment tous les éléments environnementaux influent sur les mouvements migratoires. Comme E. Lee, il identifie et analyse certains facteurs environnementaux propices à la migration : contexte politique, social, médical (ou de santé), salarial, familial et le développement technologique. Dans notre cadre d'analyse, il est intéressant de noter comment le migrant privilégie la fluidité de l'information issue de la famille, des amis et des connaissances. Ces travaux innovants pour leur époque ont ouvert la porte à de nombreuses études sur le rôle clef des réseaux sociaux et familiaux dans le phénomène de migration, et sur l'importance de l'information provenant de ces « hubs » (V. Pichet¹⁴⁷).

D. S. Massey et al.¹⁴⁸ proposent une autre approche basée sur l'analyse coût-bénéfice : le migrant ou potentiel migrant choisit sa destination là où il sait qu'il peut être plus productif et où ses compétences peuvent être mises en valeur ; et donc ses chances de trouver un emploi plus grandes.

¹⁴⁵HANNERBERG, D. « Migration and Area: Survey of a Sample of Swedish Migration Fields and Hypothetical Considerations on their Genesis ». In : *Migration in Sweden, a Symposium* 2.13 (1957), p. 132.

¹⁴⁶MABOGUNJE, A.L. « Systems approach to a theory of rural urban migration ». In : *Geographical analysis* 2.1 (1970), p. 1-18.

¹⁴⁷PICHÉ, *Les théories de la migration*, op. cit.

¹⁴⁸MASSEY, D. S. et al. « Theories of international migration: a review and appraisal ». In : *Population and development review* (1993), p. 431-466.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

De ces processus de prise de décision, D. S. Massey et al.¹⁴⁹ tirent cette conclusion principale : les individus dont le capital humain peut augmenter leurs chances d'accéder à une meilleure rémunération ont plutôt tendance à partir à l'international. Plus intéressant encore, les auteurs font le lien avec la théorie du système mondial qui lie à la fois les mouvements humains et le développement du capitalisme. Selon cette théorie, le processus de globalisation économique crée des liens culturels entre les pays développés et ceux en voie de développement. Dans certains cas, ce sont des liens (linguistiques, culturels, commerciaux...) hérités d'un passé colonisateur. Cet échange idéologique et culturel, renforcé par les médias et le développement des transports, pose les bases pour une immigration plus « éduquée ». Les migrants entrant dans ce cas de figure semblent susceptibles de réussir plus facilement leur intégration dans le pays d'accueil car leur volonté de comprendre et de se mêler à la nouvelle culture s'ajoutent au déplacement.

Jusqu'ici, nous avons discuté des raisons matérielles qui poussent à l'immigration. Présentons maintenant les facteurs humains en nous appuyant sur la théorie des réseaux sociaux. Comme déjà mentionné, avant de partir, le migrant a souvent besoin de recueillir le maximum d'informations sur sa destination. En général, il compte sur les capacités de son entourage, c'est-à-dire sur le capital humain. Expliqué pour la première fois par Adam Smith¹⁵⁰ comme l'ensemble des connaissances accumulées par les hommes, le capital humain fait la richesse des individus et de leur groupe social. Pour Smith, tout effort mis sur un apprentissage quelconque rapporte toujours des gains à l'individu et à son entourage. Cette notion a été reprise par Pierre Bourdieu qui fait une classification de laquelle ressort le capital social. P. Bourdieu propose une définition très élaborée et facilement adaptable à notre problématique : « Le capital social est l'ensemble

¹⁴⁹Ibid.

¹⁵⁰BOYER, J.D. *Comprendre Adam Smith*. Lire et comprendre. Armand Colin, 2011.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

des ressources actuelles ou potentielles qui sont liées à la possession d'un réseau durable de relations plus ou moins institutionnalisées d'interconnaissance ou d'interreconnaissance ; ou en d'autres termes, à l'appartenance d'un groupe comme ensemble d'agents qui ne sont pas seulement dotés des propriétés communes mais sont aussi unis par des liaisons permanentes et utiles ¹⁵¹. »

Il poursuit en ajoutant que « ces relations sont irréductibles aux relations objectives de proximité dans l'espace physique (géographique) ou même dans l'espace économique et social ¹⁵² » ; celles-ci sont fondées sur des échanges matériels et symboliques, la perpétuation de tels échanges suppose « la reconnaissance de cette proximité ¹⁵³ ». Bourdieu part du principe que l'appartenance à un groupe procure, en échange de solidarité, un réseau de liaisons qui héberge et qui concentre du capital social. À l'image du capitalisme, cette concentration assure de multiples bénéfices et procure des services et des profits matériels. Le développement du réseau de liaisons est le résultat de stratégies d'investissement social, conscientes ou non, qui cherchent à établir ou à reproduire des relations sociales à long ou à court terme.

D. S. Massey et al. ¹⁵⁴ ont extrapolé le fonctionnement du capital social aux théories de l'immigration internationale. Pour eux, le capital social et le fonctionnement des réseaux se détectent surtout au sein des ménages. Leurs observations auprès d'immigrants mexicains les ont conduits à affirmer que ce sont les individus vivant en ménage, avec au moins un membre de la famille ayant déjà migré, qui ont le plus de possibilités d'établir un réseau et ainsi de pouvoir partir. En effet, en suivant les principes de la théorie

¹⁵¹BOURDIEU, P. « Le capital social ». In : *Actes de la recherche en sciences sociales* 31.1980 (1980), p. 2-3.

¹⁵²Ibid.

¹⁵³Ibid.

¹⁵⁴MASSEY et al., « Theories of international migration: a review and appraisal », op. cit.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

des réseaux, les migrants tissent des liens avec des personnes qui partagent le même vécu qu'eux, c'est-à-dire avec les anciens ou futurs migrants, que ce soit dans le lieu de départ ou dans le lieu de destination. À travers ce type de réseau, la migration vers l'international augmente, car les coûts ainsi que les risques s'amenuisent et les chances d'avoir un meilleur revenu s'élargissent.

En suivant le fonctionnement de ces réseaux, on voit que, grâce aux connaissances ainsi qu'à l'expérience accumulée et partagée au sein du groupe auquel ils appartiennent, les individus émigrent plus facilement et plus rapidement lorsque des membres de leur propre communauté ont déjà migré à l'étranger. D. S. Massey et al.¹⁵⁵ concluent que ce type de démarche rend le fait migratoire moins sélectif et s'étend plus rapidement vers les classes populaires. Par l'accumulation de capital social, les nouveaux immigrés peuvent plus facilement et plus rapidement s'adapter à leur pays d'accueil. Les réseaux de connaissances et la communauté les aident pour les besoins basiques et dans leur quête de travail. En outre, ces liens de solidarité favorisent la pratiques des codes du groupe social d'origine et de ses principes culturels.

Avec ces migrants porteurs et attachés à leur culture propre, un nouveau courant se dégage des théories de l'immigration : le transnationalisme. Le mot a été « mis à la mode » grâce aux *Cultural Studies* qui l'étudient. La suite de notre travail s'inspirant fortement de ce courant de pensée, nous le présentons dans les prochaines lignes.

Ce concept est introduit pour la première fois dans le champ des études sur l'immigration en 1992 par un groupe d'anthropologues américaines : Nina Glick Schiller, Linda Basch et Cristina Blanc-Szanto¹⁵⁶. Dans leur

¹⁵⁵Ibid.

¹⁵⁶MARTINIELLO, M. « Transnationalisme et immigration ». In : *Ecartés d'identité* 1.111 (2007), p. 76-79.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

livre, *Towards a transnational perspective on migration*, le groupe de chercheurs propose cette définition du transnationalisme : « Nous définissons le transnationalisme comme les procédés par lesquels les migrants forgent et maintiennent des relations sociales multiples et créent de la sorte des liens entre la société d'origine et la société où ils s'installent. Nous appelons ces procédés « transnationalisme » pour insister sur le fait que de nombreux immigrés construisent aujourd'hui des sphères sociales qui traversent les frontières géographiques, culturelles et politiques traditionnelles. Un élément essentiel du transnationalisme est la multiplicité des participations des immigrés transnationaux (transmigrants) à la fois dans le pays d'accueil et d'origine¹⁵⁷ ».

Schiller et al.¹⁵⁸ expliquent que la recherche sur le phénomène transnational se concentre surtout sur les flux d' « objets » qui engendrent des transferts de signification culturelle, affirmation basée sur les travaux de Wakeman¹⁵⁹, et que ce groupe d'anthropologues¹⁶⁰ emploient pour parler des cultures arrivant avec les flux humains. Ainsi, en prenant le cas de l'Inde, Appadurai et Breckenridge¹⁶¹ parlent d'une « culture publique » pour expliquer le phénomène du brassage culturel au sein des grandes villes. Pour eux, la « culture publique » se concentre sur les relations complexes entre groupes multiples et s'intéresse de près à l'espace dominant et populaire des diasporas. La « culture publique » identifie l'espace où se dis-

¹⁵⁷LAFLEUR, J.-M. *Le Transnationalisme politique: Pouvoir des Communautés immigrées dans leurs Pays d'accueil et Pays d'origine*. Louvain-la-Neuve: Academia-Bruylant, 2005, p. 11.

¹⁵⁸SCHILLER, N., BASCH, L. et BLANC SZANTON, C. « Transnationalism: A new analytic framework for understanding migration ». In : *Annals of the New York Academy of Sciences* 645.1 (1992), p. 1–24.

¹⁵⁹WAKEMAN, F. Jr. « Transnational and comparative research ». In : *Item* 4.42 (1988), p. 85–88, p. 10.

¹⁶⁰SCHILLER, BASCH et BLANC SZANTON, « Transnationalism: A new analytic framework for understanding migration », op. cit.

¹⁶¹APPADURAI, A. et BRECKENRIDGE, C. « Why public culture ». In : *Public Culture* 1.1 (1988), p. 5–9.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

cutent publiquement les débats politiques, sociaux et économiques dans les discours culturels à différents niveaux. Ces échanges donnent lieu à des transferts en constants aller-retours, ainsi qu'à des contradictions dans les flux d'objets et des significations culturelles. J. Desai¹⁶² reprend ces travaux et ajoute qu'un tel projet se focalise sur la formation et l'émergence des sphères publiques et transnationales qui vont du local et régional au national et global.

Dans leurs travaux, Schiller et al.¹⁶³ insistent sur la magnitude des systèmes de relations sociales et citent un article de Sutton et Makiesky-Barrow¹⁶⁴ pour reprendre leur exemple sur l'immigration de la Barbade. Pour eux, cette immigration crée un canal important pour les flux bidirectionnels d'idées comme lorsque l'actualité politique du pays d'origine a un impact sur les communautés d'expatriés. De plus, face à certaines situations, la réaction des immigrants peut aller à l'encontre des visées de l'État dans lequel ils sont installés. À ce titre, nous pouvons citer Cuba où la communauté d'expatriés possède un niveau d'influence assez ancré dans la vie du pays avec des soutiens financiers aux groupes d'opposition au régime de Castro, des aides pour qui veut émigrer... Le fait d'habiter plusieurs aires culturelles donne aussi au transmigrant plusieurs identités, parfois assumées, parfois refoulées.

Le transmigrant se trouve donc dans la situation d'habiter plusieurs mondes ou sociétés. Afin de survivre, il doit s'adapter à chacun d'entre eux. Il y a de fortes probabilités pour qu'il s'identifie plutôt à une société dont il n'est pas forcément issu. Ainsi, par cette situation transversale,

¹⁶²DESAI, J. *Beyond Bollywood: The Cultural Politics of South Asian Diasporic Film*. Taylor & Francis, 2003.

¹⁶³SCHILLER, BASCH et BLANC SZANTON, « Transnationalism: A new analytic framework for understanding migration », op. cit.

¹⁶⁴SUTTON, C.R. et MAKIESKY-BARROW, S.R. « Migration and West Indian Racial and Ethnic Consciousness ». In : *Center for Migration Studies special issues 7.1* (1989), p. 86-107.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

il vit dans plusieurs systèmes politiques et économiques à la fois, cohabite avec plusieurs sociétés, plusieurs cultures et religions, et parle ou comprend plusieurs langues. Toujours pour des questions de « survie », d'après Schiller¹⁶⁵, le migrant active constamment les identités qu'il s'est forgées. Dans le cas des Cap-verdiens de Nice, d'un côté, ils peuvent s'investir dans les activités organisées par l'école de leurs enfants ou par leur quartier ; tandis que de l'autre, les adultes vont généralement envoyer leurs enfants dans des groupes, dirigés par des compatriotes, pour apprendre les danses typiques cap-verdiennes, pour jouer de la musique du pays, ou pour parler créole. Ce sont ces types d'activités qui renforcent et séparent les nouvelles identités formées.

L'identité du transmigrant est également influencée par sa situation socio-économique. Très souvent, son parcours de vie est classé comme appartenant à celui de la classe ouvrière. Selon la fiche d'impact du *Projet de loi autorisant l'approbation de l'accord entre le gouvernement de la République française et le gouvernement de la République du Cap-Vert relatif à la gestion concertée des flux migratoires et au développement solidaire* de 2008, le nombre de Cap-verdiens qui entre en France pour des raisons professionnelles ou d'études reste très marginal. Partant de ce constat, nous déduisons que c'est une population qui se développe dans des secteurs où le niveau d'études exigé n'est pas très élevé. Grâce aux entretiens que nous avons réalisés auprès des leaders des associations cap-verdiennes à Nice, nous avons pu constater que la majorité de leurs activités se développe dans des quartiers considérés comme de classe ouvrière. Aucune étude ne prouve que tous les membres de cette communauté appartiennent à cette classe sociale, mais il nous faut signaler que c'est le cas pour notre échantillon.

¹⁶⁵SCHILLER, BASCH et BLANC SZANTON, « Transnationalism: A new analytic framework for understanding migration », op. cit.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

Les diverses approches présentées dans cette partie fournissent un aperçu des causes et des conséquences du phénomène de l'immigration, au sens général. Les différents ouvrages sur l'immigration que nous avons consultés, s'accordent à dire que l'immigration doit être vue comme le résultat d'un ensemble de facteurs. Dans ce sens, Piché¹⁶⁶ expose un cadre analytique, qui « considère la migration comme un phénomène multifactoriel et multidimensionnel et intègre les trois ingrédients principaux de la migration : l'origine et la destination, les niveaux d'analyse micro, méso, macro et global, et les dimensions économiques, sociales et politiques¹⁶⁷. » Dans la figure qui suit, nous voyons que « le temps est au centre du modèle » car les effets de la migration sont ressentis à long terme (temporalité historique) et que l'intégration dépend du temps de séjour (temporalité biographique). Si bien que le modèle prend en considération les effets de la mondialisation et se focalise principalement sur « l'ensemble des facteurs agissant sur le processus migratoire en considérant à la fois les facteurs à la base de la décision de migrer ainsi que ceux affectant le processus d'intégration¹⁶⁸ ».

Selon ce modèle, le contexte mondial (A) « affecte autant les sociétés d'origine que celles d'accueil¹⁶⁹ » : nous pouvons citer ici les relations entre les pays d'émigration et de destination et leur conjoncture économique et mondiale. Piché explique que « ces facteurs déterminent à la fois les conditions de départ des pays d'origine et les politiques de sélection et d'intégration des pays d'accueil¹⁷⁰ ». Sur le schéma, les facteurs corres-

¹⁶⁶PICHÉ, *Les théories de la migration*, op. cit.

¹⁶⁷Adapté de J. Goldlust, et A. Richmond, « A multivariate model of immigrant adaptation » In : *International Migration Review*, 8-2 (1974), P. 193-225, et V. Piché, « Immigration et intégration dans les pays développés : un cadre conceptuel », In *Démographie : analyse et synthèse. vol VI : Population et société*, Éditions de l'Ined, (2004), p. 159-178

¹⁶⁸PICHÉ, *Les théories de la migration*, op. cit.

¹⁶⁹Ibid.

¹⁷⁰Ibid.

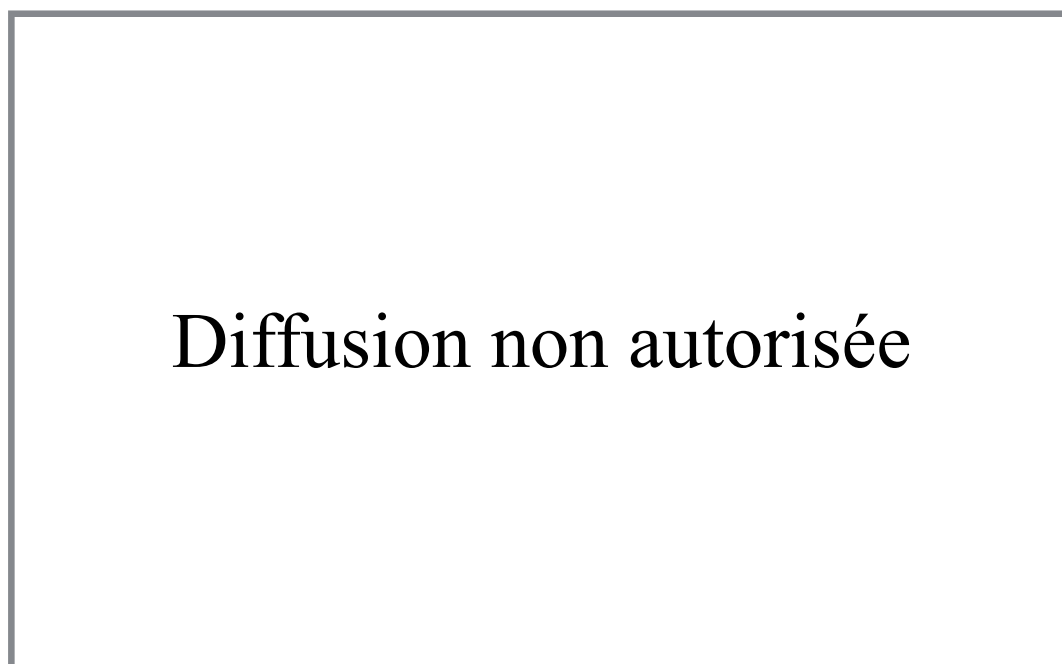


FIGURE 2.1. – Cadre conceptuel pour l'étude des facteurs de migration et d'intégration. Extrait de V. Piché, *Les théories de la migration*, INED, 2013, p. 50

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

pondant au contexte de la société d'origine sont ceux de catégorie B, et le contexte de la société d'accueil s'applique aux facteurs de catégorie C. Piché inclut les facteurs suivants dans chaque catégorie :

- B1** Le niveau de développement, d'industrialisation, de scolarisation, le système politique, les guerres, les catastrophes « naturelles », etc. ;
- C1** les conditions économiques et démographiques, la segmentation du marché du travail, le niveau de discrimination, la demande de main-d'œuvre, les politiques d'immigration, etc. ;
- B2** les caractéristiques individuelles « pré-migratoires » basées sur le capital humain : l'éducation, les diplômes, etc. ;
- C2** les caractéristiques individuelles « post-migratoires », ce sont les mêmes qu'au départ, mais elles doivent être renégociées dans la société d'accueil ;
- B3 et C3** les caractéristiques de réseaux qui se réfèrent aux conditions « dans lesquelles s'effectue la migration en tant que telle (B3) et le processus d'intégration dans la société d'accueil (C3¹⁷¹). » Les deux cas dépendent du rôle des liens forts (familles, amis proches, etc.) et faibles (la communauté ethnique, les associations, etc.), cet ensemble constitue le capital social.

Un détail important de ce modèle concerne les points B3 et C3, c'est-à-dire que pour Piché « les réseaux sont supposés faciliter l'émigration (à l'origine) et l'intégration (à la destination)¹⁷². » Cependant, ils peuvent aussi comprendre des intermédiaires douteux : passeurs, employeurs malveillants, ou des membres de la communauté cherchant à retirer des bénéfices financiers à travers les nouveaux arrivants. Le dernier point du modèle de Piché sur lequel nous attirons l'attention concerne le genre qui « se situe à la

¹⁷¹Ibid.

¹⁷²Ibid.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

fois entre les réseaux et les facteurs micro-structuraux d'une part, et entre les réseaux et les facteurs macrostructurels d'autre part¹⁷³. » Le sexe est un élément clef de la construction sociale « reflétant les rapports homme-femme et la division sexuelle du travail tant dans la société d'origine que dans la société d'accueil¹⁷⁴. »

Comme nous l'avons vu précédemment, en France, jusqu'aux années 1970, l'immigration de travail est dominée par des mouvements masculins, et selon le rapport 2002-2003 de l'Observatoire statistique de l'immigration et de l'intégration¹⁷⁵, l'immigration féminine demeure plutôt liée au regroupement familial. D'après M. Tribalat, cette tendance explique pourquoi le rôle de la femme immigrée reste très important dans certaines pratiques au sein de la famille, comme la scolarisation des enfants ou la langue utilisée à la maison. Ainsi donc, chaque élément dans ce modèle intervient à des moments précis dans le cycle d'immigration et d'intégration, et contribue à expliquer et à comprendre les multiples facteurs intervenant dans ce long processus d'intégration.

Au cours de cette section, nous avons évoqué comment les groupes de migrants, lorsqu'ils se déplacent, gardent un pont entre leur pays d'origine et la communauté qui les accueille faisant que les valeurs se transportent. Le migrant ne laisse pas de côté ses racines et ses pratiques linguistiques et culturelles. Les travaux de Schiller¹⁷⁶ constituent une référence importante dans ce domaine et deviennent un point fondamental pour notre étude car ils s'appuient sur des bases ethniques comme éléments clefs d'une certaine intégration. En effet, ses travaux sur le migrant nomade, porteur d'un ba-

¹⁷³Ibid.

¹⁷⁴Ibid.

¹⁷⁵BRAY, C., LEBON, A. et COSTA-LASCOUX, J. *Observatoire statistique de l'immigration et de l'intégration - Groupe permanent chargé des statistiques : rapport 2002-2003*. Haut conseil à l'intégration, 2004.

¹⁷⁶SCHILLER, BASCH et BLANC SZANTON, « Transnationalism: A new analytic framework for understanding migration », op. cit.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

gage culturel, s'interposent avec les théories de la connectivité numérique dans lesquelles le migrant « connecté » met à son service la puissance des technologies numériques et ubiquitaires. Le migrant doit opérer un double virage : celui de la compréhension de l'autre (l'autochtone du pays d'accueil) et de sa culture, et celui de l'adoption des technologies et des médias qui l'aideront dans la phase d'arrivage, d'installation et, éventuellement, d'intégration. Dans la partie suivante, nous allons aborder la question de l'interculturalité dans l'intégration des groupes d'immigrants.

2.2.3. Pour une intégration des minorités : approche interculturelle

L'anthropologie (et l'ethnologie) étudient l'être humain dans sa totalité : corps, évolution, origine, art, histoire... afin de parler de cet ensemble de caractéristiques propres à un groupe, ils utilisent le mot « culture »¹⁷⁷. Selon R. Wagner, comme il n'existe pas de grille ni de méthode d'évaluation des cultures, nous partons du principe que toutes les cultures sont « équivalentes », c'est-à-dire que toutes possèdent la même liste de critères, ce qu'on appelle « relativité culturelle ». Pour R. Wagner, si un anthropologue ou un expert veut comprendre la relation entre deux cultures, il doit d'abord avoir une connaissance approfondie de sa propre culture. Selon lui, en général, la culture d'origine reste « invisible » pour les natifs car pour eux tout est considéré comme « normal ». La différence et les conflits émergent lorsque nous sommes confrontés à une autre culture dans ce que nous considérons comme notre propre territoire. Ainsi, avant de travailler sur une ou plusieurs cultures, l'expert doit d'abord se questionner et comprendre la

¹⁷⁷WAGNER, R. *The Invention of Culture*. A Phoenix book. University of Chicago Press, 1981.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

sienne. Une compréhension approfondie des deux cultures en question dans notre étude s'impose donc : la culture française et la culture cap-verdienne.

Les ouvrages qui expliquent et mettent en exergue le multiculturalisme dont la France a hérité au cours des siècles sont nombreux. Pays d'immigration et terre d'accueil, la France d'aujourd'hui est un véritable melting-pot. Dès lors, pour Dominique Lecours et al., la culture française résulte « de multiples apports venus d'au-delà de nos frontières terrestres et des océans qui nous bordent. Chaque français, par sa culture, est toujours peu ou prou d'outre-mer¹⁷⁸ ». La culture sur le territoire français est composée d'éléments culturels que les divers groupes de migrants ont apportés avec eux. Parmi les plus visibles, nous pouvons citer les cultures gauloise, greco-latine, germanique, anglaise, flamande, espagnole, italienne, portugaise, polonaise, suisse, russe, antillaise, vietnamienne, africaine-subsaharienne et arabe.

En revanche, les études sur la culture cap-verdienne sont bien moins nombreuses. Ceci est dû notamment à la situation géographique plutôt isolée de cet archipel et à sa faiblesse financière. La population du Cap-Vert provient originellement de la région sénégalaise. Après sa découverte au XV^e siècle par des marins portugais, le pays subit une série de mutations allant de la langue au métissage (Nicolas Quint¹⁷⁹). La langue officielle est le portugais, et une langue vernaculaire le cap-verdien ou créole qui possède des traces de portugais. La population est dominée par trois groupes ethniques : métis, noirs et blancs (majoritairement de descendance portugaise). Elle est principalement de confession chrétienne, plus particulièrement catholique ce qui, pour Michel Lesourd¹⁸⁰, a permis à l'Église de transmettre à la société locale des valeurs occidentales. Par ces caractéristiques d'ancienne

¹⁷⁸LECOURT, D. et al. *Aux sources de la culture française*. La Découverte, 1997.

¹⁷⁹QUINT, N. *Parlons capverdien: langue et culture*. L'Harmattan, 2003.

¹⁸⁰LESOURD, M. *Etat et société aux îles du Cap-Vert: alternatives pour un petit Etat insulaire*. Collection Hommes et sociétés. Karthala, 1995.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

colonie portugaise, la petite diaspora cap-verdienne a pu s'installer, presque silencieusement, d'abord au Portugal puis, progressivement, en France.

Comme nous pouvons le constater, nous avons ici deux groupes culturels différents cohabitant sur un même territoire, sous les mêmes lois, et jusqu'à un certain niveau sous les mêmes impératifs sociaux. Maintenant, la question qui se pose est de savoir quelle est la meilleure approche pour faciliter la cohésion sociale : assimilation ou intégration ? Nous allons essayer de répondre à cette question essentielle pour la suite de notre travail, en nous appuyant notamment sur les travaux de Hubert Hannoun et Dominique Schnapper.

2.2.4. Intégration ou assimilation à la société française ?

Quelle approche ?

Lorsque deux groupes sociaux culturellement différents coexistent sur le même espace, leur cohabitation déclenche ce qu'Hubert Hannoun nomme « le problème pluriculturel ¹⁸¹ ». Il s'agit d'une situation ayant lieu quand « se rencontrent deux (ou plusieurs) cultures différentes, leurs relations s'établissent à partir de rapports de force réclamant la soumission d'un groupe dominé à un groupe dominant ¹⁸². » Le groupe dominé est, au sens d'Hannoun, celui « dont les fondements économiques sont les moins puissants ¹⁸³. » Dans notre situation, le groupe social (au sens large) dans lequel s'inscrit la culture française est considéré comme dominant du fait de sa puissance économique, politique, technologique, commerciale, médiatique et de son influence culturelle et sociale. La culture française et la culture cap-verdienne se trouvent dans une relation entre groupe dominant et groupe dominé, et non pas d'une relation de « complémentarité où l'exis-

¹⁸¹HANNOUN, H. *L'intégration des cultures*. Harmattan, 2004.

¹⁸²Ibid.

¹⁸³Ibid.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

tence de l'un rendrait possible, voire faciliterait celle de l'autre¹⁸⁴. » Pour Hannoun, « elle serait une relation antagoniste opposant *le plus de pouvoir* au *moins de pouvoir*, relation pouvant aller jusqu'à la disparition du second face au premier dans la mesure où il en vient à perdre ses caractéristiques propres pour revêtir plus au moins totalement celles du groupe dominant¹⁸⁵. » Ce type de rapports donne lieu à l'« intégration par assimilation du dominé au sein du dominant¹⁸⁶. » L'assimilation implique donc un rapport inégalitaire de forces entre la nation d'accueil et les nouveaux arrivants, et c'est à ces derniers de fournir la plupart des efforts « sous la pression sociale exercée par la population environnante¹⁸⁷ ». Or une fois exposés à la culture de nouveaux arrivés, il existe toujours une évolution voulue ou non pour les autochtones. Comme Tribalat l'indique, « l'assimilation nécessite que le corps social s'y engage sans réticence – en l'occurrence les classes populaires qui sont au front de la cohabitation inter-ethnique – et dans son entier, élites comprises¹⁸⁸. » Notre conjoncture semble indiquer que, pour une bonne partie de français, c'est aux étrangers de s'adapter ; mais Tribalat signale que ce sont surtout les élites et non pas les citoyens ordinaires qui rejettent le très contesté modèle d'assimilation à la française. Dans ce modèle, les spécificités culturelles des groupes récemment arrivés sur le territoire d'accueil ne sont pas détruites mais doivent se pratiquer dans la vie privée et non dans la sphère publique (D. Schnapper¹⁸⁹). Or, avec la remontée de groupes nationalistes, l'assimilation a désormais une mauvaise connotation. D'après Schnapper, le milieu scientifique, qui rejette cette approche, explore depuis environ vingt ans d'autres pistes pouvant aider à trouver un modèle pour faciliter la cohabitation des diffé-

¹⁸⁴Ibid.

¹⁸⁵Ibid.

¹⁸⁶Ibid.

¹⁸⁷TRIBALAT, *Assimilation, la fin du modèle français*, op. cit.

¹⁸⁸Ibid.

¹⁸⁹SCHNAPPER, *Qu'est-ce que l'intégration ?*, op. cit.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

rentes cultures. Dans le cas des États-Unis, la notion d'assimilation, jugée ethnocentrique, commence à disparaître avec le temps (Michelle Labelle et Azzeddine Marhraoui ¹⁹⁰).

L'intégration est une notion largement discutée et définie selon les contextes sociaux, économiques et historiques. L'un des premiers écrits à parler d'intégration sociale nous vient d'Émile Durkheim : « L'ensemble des croyances et des sentiments communs à la moyenne des membres d'une même société forme un système déterminé qui a sa vie propre ; on peut l'appeler la conscience collective ou commune ¹⁹¹ ». É. Durkheim sépare toutes les « fonctions judiciaires, gouvernementales, scientifiques, industrielles de tout ce qui relève du social ¹⁹² » ce que Schnapper résume en ces termes : « l'égalité des droits civils, juridiques, et politiques, ne suffit pas pour assurer concrètement le lien social ¹⁹³ ». Pour Durkheim, la solidarité entre individus est au cœur de l'intégration et de la création des liens sociaux, car la « solidarité sociale est un phénomène moral ¹⁹⁴ » qui cherche l'unité des individus par la complémentarité des fonctions. Le nombre et l'intensité des échanges influencent aussi l'intégration des groupes : « Dire d'un groupe qu'il a une moindre vie commune qu'un autre, c'est dire aussi qu'il est moins fortement intégré ; car l'agrégat social ne fait que refléter l'intensité de la vie collective qui y circule ¹⁹⁵. » Schnapper ajoute à cette affirmation que l'intégration d'un groupe « est aussi l'effet de l'acceptation et de la

¹⁹⁰LABELLE, M. et MARHRAOUI, A. « Intégration et multiculturalisme : perspectives et paradoxes ». In : *Définir l'intégration? : perspectives nationales et représentations symboliques*. Sous la dir. de RESCH, Y. Collection Documents. XYZ éditeur, 2001.

¹⁹¹DURKHEIM, É. *De la division du travail social*. Presses Électroniques de France, 2013, p. 81.

¹⁹²Ibid., p. 81.

¹⁹³SCHNAPPER, *Qu'est-ce que l'intégration ?*, op. cit.

¹⁹⁴DURKHEIM, *De la division du travail social*, op. cit.

¹⁹⁵SCHNAPPER, *Qu'est-ce que l'intégration ?*, op. cit.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

production de valeurs et de pratiques communes, de la formulation d'un but commun qui dépasse les intérêts immédiats des individus¹⁹⁶. »

Ce point de vue apparaît brièvement dans le rapport « Liens culturels et intégration » remis au Premier ministre en juin 1995 par le Haut Conseil à l'intégration¹⁹⁷. Selon ses auteurs, « l'intégration n'est pas la négation des différences. Elle suppose un respect des règles de la vie sociale mais aussi une prise en considération des réalités culturelles afin de mieux garantir les droits de chacun¹⁹⁸. » Et l'attachement à la communauté du pays d'origine contribue éventuellement à l'intégration à la société d'accueil : « L'attachement des migrants à leur pays d'origine est naturel. Tout étranger arrivant sur le sol d'un nouveau pays a besoin de retrouver ses compatriotes pour mener une vie sociale. L'intégration individuelle nécessite toujours au préalable une vie communautaire qui permet d'éviter l'isolement¹⁹⁹. » L'intégration implique donc de parler des différences communautaires et de reconnaître et de défendre les choix identitaires comme « libre création de soi²⁰⁰ ». Blandine Kriegel (ancienne présidente du Haut Conseil à l'intégration) parle d'inciter les communautés autochtones à être plus respectueuses envers « les origines culturelles et instaurer un dialogue des cultures passant par l'enseignement et la reconnaissance de la grandeur des civilisations dont les membres émigrent aujourd'hui en France²⁰¹. » D'ailleurs, Schnapper explique que pour beaucoup de chercheurs français « l'intégration sociale des diverses populations [...] serait plus effective, si

¹⁹⁶Ibid.

¹⁹⁷*Liens culturels et intégration : rapport au Premier ministre 1995*. Haut conseil à l'intégration, 1995.

¹⁹⁸Ibid.

¹⁹⁹Ibid.

²⁰⁰PIERROT, *Grammaire française de l'intégration, ou, jeux de langage et mythologie*, op. cit.

²⁰¹KRIEGEL, B. « Communauté et pluralité, réinventer l'intégration en France ». In : *Les modèles d'intégration en questions: Enjeux et perspectives*. Sous la dir. de PÉLISSIER, M. et PAECHT, A. Enjeux stratégiques. Institut de relations internationales et stratégiques, 2004.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

leurs identités particulières, au lieu d'être refoulées dans le privé, étaient reconnues dans l'espace public²⁰². » Une intégration réussie implique donc la création des politiques où l'identité des minorités est reconnue et honorée, sans passer ni par l'humiliation, ni par l'exclusion pour le simple fait de ne pas suivre complètement les normes culturelles et sociales de la société d'accueil.

L'intégration est donc un processus, long et compliqué. Schnapper rappelle qu'il existe plusieurs dimensions d'intégration et que des « décalages entre l'intégration culturelle des descendants des migrants et leur intégration « sociale » ou « structurelle » sont susceptibles de nourrir des phénomènes de déviance²⁰³. » Les conditions d'intégration sociale et culturelle très différentes entre les migrants de première génération et leurs descendants accentuent une intégration à deux vitesses. À ce propos, la formulation de Durkheim²⁰⁴, reprise par Schnapper, apporte une autre dimension :

*Le lien entre l'intégration **de** la société et celle des individus à la société est d'ailleurs clairement formulé par Durkheim, quand il constate que « la société, troublée et affaiblie, laisse échapper complètement à son action un trop grand nombre de sujets. Par conséquence la seule façon de remédier au mal, est de **rendre aux groupes sociaux assez de consistance pour qu'ils tiennent plus fermement l'individu et que lui-même tienne à eux. Il faut qu'il se sente d'avantage solidaire d'un être collectif qui l'ait précédé dans le temps, qui lui survive et qui le déborde de tous les côtés. À cette condition, il cessera de chercher en soi-même l'unique objectif de sa conduite et, comprenant***

²⁰²SCHNAPPER, *Qu'est-ce que l'intégration ?*, op. cit.

²⁰³Ibid.

²⁰⁴DURKHEIM, *De la division du travail social*, op. cit.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

*qu'il est l'instrument d'une fin qui le dépasse, il s'apercevra qu'il sert à quelque chose ».*²⁰⁵

Aussi, pour Durkheim et Schnapper, la sphère sociale de l'intégration dépasse le cadre légal (droits et obligations) et la reconnaissance de l'égalité de tous les citoyens que l'État accorde. L'intégration des groupes sociaux implique de l'harmonie et du respect à tous les niveaux entre la communauté d'accueil et la communauté des migrants. Les différences culturelles doivent être vues comme un atout pour la société d'accueil et non pas comme une menace. C'est pourquoi la recherche anglo-saxonne, notamment dans les pays à forte immigration, se concentre depuis des décennies à l'étude du multiculturalisme. En France, on en parle seulement depuis les années quatre-vingt. Or, depuis quelques temps, une partie du milieu politique français et européen pointe du doigt le phénomène de rapprochement qui s'opère envers le communautarisme (un terme mal défini et mal employé pour Schnapper²⁰⁶) et qui pousse à la division plutôt qu'à l'unification de la société.

Le multiculturalisme est aujourd'hui un concept très à la mode, notamment dans les débats sur l'immigration, mais malgré sa constante utilisation, il demeure un terme assez vague et compliqué à définir (Meidad Benichou²⁰⁷). Pour notre analyse, nous allons poursuivre avec les positions de Hannoun, qui défend l'idée que le multiculturalisme n'est pas très éloigné des principes de l'assimilation ; d'ailleurs pour lui le multiculturalisme trouve ses origines dans la problématique des liens entre culture dominante et dominée. En effet, Hannoun argumente : « le *multiculturalisme* est une des réactions possibles d'un groupe culturellement dominé à la tentative

²⁰⁵SCHNAPPER, *Qu'est-ce que l'intégration ?*, op. cit.

²⁰⁶SCHNAPPER, D. « Quelle politique multiculturelle ? » In : *Le Débat* 186 (2015), p. 111–121.

²⁰⁷BÉNICHOU, M. *Le multiculturalisme*. Thèmes & débats. Bréal, 2006.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

d'*intégration par assimilation* dont il est l'objet de la part du groupe dominant²⁰⁸. » Ainsi, lorsqu'il y a des rapports de force entre deux cultures, la culture dominée « tente d'éviter sa disparition culturelle en préservant son identité culturelle et en s'opposant à son assimilation²⁰⁹. » Fréquemment, pour assurer sa protection, elle s'enferme sur elle-même (sans admettre des valeurs externes), ce qui conduit à la ghettoïsation et à l'exclusion de l'autre : « chaque culture dominée s'oppose pour se poser, refuse l'autre pour se préserver et s'affirmer soi-même, contestant, de ce fait. . . la culture dominante²¹⁰ ». Le multiculturalisme décrit par Hannoun a donc des effets plutôt négatifs pour toute approche d'intégration culturelle, car non seulement elle encourage l'isolement, mais elle renforce aussi l'appauvrissement culturel. Les analyses de Schnapper vont dans le même sens et rappellent la position traditionnelle de la France :

*L'idée du multiculturalisme inquiète les républicains français parce que la politique a toujours visé à intégrer des individus et non des collectivités. Il suffit de considérer les processus d'intégration des immigrants polonais ou italiens en France et aux États-Unis. Il n'a jamais existé une communauté italo-française ou franco-polonaise comme il existe des « Italo-Américains » ou des « Polono-Américains ». Les Français ont un récit national de l'enracinement, alors que l'immigration est une dimension reconnue et revendiquée de l'histoire des États-Unis.*²¹¹

Ce constat conduit Schnapper à plaider pour un multiculturalisme souple « laissé à la liberté et à l'initiative des individus²¹² » avec abstention de

²⁰⁸HANNOUN, *L'intégration des cultures*, op. cit.

²⁰⁹Ibid.

²¹⁰Ibid.

²¹¹SCHNAPPER, « Quelle politique multiculturelle ? », op. cit.

²¹²Ibid.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

l'État, comme c'est déjà le cas pour la religion. Mais le multiculturalisme en tant qu'approche d'intégration commence à être questionné. Au Canada, pays de tradition multiculturelle, les chercheurs se sont penchés sur cette problématique, et, depuis les années deux-mille-dix, un nombre croissant d'études sur l'interculturalisme comme alternative au multiculturalisme est publié. Ainsi, le pays, et en particulier le Québec, se trouve dans une phase de création de son propre modèle d'interculturalisme. Eva Segura en citant Gérard Bouchard – un des grands spécialistes de l'interculturalisme et de l'intégration au Canada – explique que ce modèle « résulterait du rejet du multiculturalisme ET de l'assimilationnisme²¹³ ». Si bien que le multiculturalisme a été l'outil de construction de l'identité nationale (Bouchard et Duchastel²¹⁴), tout en s'appuyant sur la reconnaissance et le respect de la diversité. De son côté, l'interculturalisme s'attache au traitement égalitaire entre minorités et majorités, à la dimension linguistique et au pluralisme, en résumé : « une majorité, et des minorités, en interaction l'une avec les autres et les unes avec les autres²¹⁵ ».

L'interculturalisme revisité par Hannoun valorise une structure « favorisant l'interpénétration complémentaire des cultures différentes au sein du même corps social²¹⁶ ». À l'inverse du multiculturalisme, la différence qui sépare les uns des autres est source d'enrichissement et non de conflit, il s'agit de sources complémentaires et solidaires. En suivant le rapport « culture dominante/culture dominée », pour Hannoun, les deux groupes

²¹³SEGURA, E. « L'interculturalisme québécois, alternative au multiculturalisme canadien ? Voie québécoise ou voix québécoise ». In : *Humanisme et entreprise* 305 (2011), p. 81–88.

²¹⁴BOURQUE, G. et DUCHASTEL, J. « Multiculturalisme, Pluralisme et Communauté Politique : le Canada et le Québec ». In : *Mondialisation, Citoyenneté et Multiculturalisme*. Sous la dir. d'ELBAZ, M. et HELLY, D. Presses de l'Université Laval L'Harmattan, 2000.

²¹⁵SEGURA, « L'interculturalisme québécois, alternative au multiculturalisme canadien ? Voie québécoise ou voix québécoise », op. cit.

²¹⁶HANNOUN, *L'intégration des cultures*, op. cit.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

« deviennent acteurs de l'intervention humaine dans le processus social. Ils évoluent l'un et l'autre dans le sens de l'émergence du groupe nouveau qu'ils doivent construire à partir de leur rencontre, de leurs antagonismes comme de leurs complémentarités²¹⁷. » L'interculturalisme est une source de richesse pour les sociétés, et du point de vue de Serge Raynal et Louis B. Ferguson, chercheurs canadiens : « l'interculturalité est une approche qui, reconnaît l'existence de cultures locales, et qui tente d'intégrer ces valeurs sur lesquelles reposent ces cultures et qui présentent des possibilités d'enrichissement réelles pour la société qui les accueille²¹⁸. » Selon cette approche, les identités culturelles et individuelles sont préservées. Enfin, en tenant compte des Cultural Studies, la culture n'est pas statique, elle est en constante évolution. Pour Stuart Hall, « nous sommes toujours pris dans un processus de formation culturelle²¹⁹ ». D'ailleurs, il ajoute que le mouvement et les échanges entre les groupes, augmentés par la mondialisation, contribuent à pluraliser les identités culturelles des sociétés. Pour notre cas d'accueil :

Partout sur la planète, les migrants forcées ou prétendument libres sont en train de diversifier les cultures, de pluraliser les identités culturelles et de bouleverser la composition des vieux États-nations dominants, des vieilles puissances impériales, et, en fait du monde lui-même²²⁰.

Ainsi, multiculturalisme et interculturalisme sont complémentaires : le multiculturalisme est une réalité quotidienne, l'interculturalité (ou l'interprétation des cultures) est une nécessité « pour l'équilibre et la survie du monde

²¹⁷Ibid.

²¹⁸RAYNAL, S. et FERGUSON, L.B. « L'intégration : du multicultural à l'intraculturel ». In : *Humanisme et entreprise* 287 (2008), p. 77–95.

²¹⁹HALL, S. *Identités et cultures 2 : politiques des différences*. Editions Amsterdam, 2013.

²²⁰Ibid.

2. Histoire et intégration des minorités ethniques et immigrantes

actuel ²²¹ ». Pour l'Homme, dépasser l'incompréhension et apprendre à vivre avec les différences grâce à la communication est une quête qui existe depuis bien longtemps (Françoise Albertini ²²²). Dans ce sens, la rencontre et les échanges interculturels sont largement facilités, accélérés et augmentés par les réseaux sociaux numériques, qui comme nous le verrons dans le chapitre quatre, bénéficient aux jeunes en premier lieu, et ensuite aux adultes.

²²¹ RAYNAL et FERGUSON, « L'intégration : du multiculturel à l'intraculturel », op. cit.

²²² ALBERTINI, F. « Penser autrement la Méditerranée contemporaine : quelles voies pour le dialogue interculturel ? » In : *Revue française des sciences de l'information et de la communication [En ligne]* 2 (2013).

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

La sous-représentation des minorités dans l'espace médiatique français, telle qu'elle se dégage des études menées sur la question, reflète-elle un manque de reconnaissance d'autrui, un déni, une exclusion, qui s'apparenterait à une forme de racisme ? S'il est vrai que ce qui caractérise une démocratie, ce n'est pas seulement la loi de la majorité, mais aussi le respect des minorités, il est également juste de penser que cela doit passer par les représentations médiatiques.¹

— Anna Ericksen Terzian

Les médias ethniques font partie intégrante des outils de communication spécifiques depuis des siècles. Dès leurs débuts, ces médias ont été créés par et pour les membres des communautés minoritaires se trouvant dans un pays étranger. Et ils traitent, dans leur langue maternelle, de problématiques qui les concernent. Leur objectif est double : fournir des informations sur leur pays d'origine ainsi que sur leur pays d'accueil, et revendiquer leur culture, leur langue et leurs intérêts socio-politiques. L'histoire montre comment les différents groupes migratoires ont importé les moyens nécessaires

¹ERICKSEN TERZIAN, A. « La représentation des minorités à la télévision française, un état des lieux ». In : *Qui a peur de la télévision en couleurs ? : La diversité culturelle dans les médias*. Sous la dir. de RIGONI, I. Mondes contemporains. aux lieux d'être éditions, 2007.

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

pour bâtir et cultiver leurs propres médias. Ainsi, que ce soit la petite lettre de quartier imprimée sur une feuille, la gazette ou les émissions hebdomadaires, les minorités ont toujours trouvé les moyens de communiquer. Nous proposons d'examiner en premier lieu les débuts historiques et l'évolution des médias minoritaires en Europe et en Amérique du Nord pour ensuite examiner les théories qui se sont développées autour des médias des minorités et finalement faire un état de lieux de leur situation en France.

3.1. Les médias minoritaires ethniques au cours de l'histoire

Depuis le xv^e siècle, l'imprimerie s'est développée principalement dans certaines villes d'Angleterre, d'Allemagne, d'Italie et de Hollande (M.D. Matsaganis, V. Katz et S. Ball-Rokeach²). Certaines de ces villes, comme Amsterdam, ont accueilli de nombreux groupes minoritaires en fuite de leurs pays d'origine (comme les juifs ou les protestants de France, etc.). Ces villes sont donc devenues des centres de publication pour ces groupes en Europe. En France, J. Censer³, explique que le développement de l'imprimerie a été plus lent ; ce n'est qu'à partir du siècle des Lumières que l'on assiste en effet à une multiplication de titres de presse à vocation principalement intellectuelle et politique, mais aussi informative. En Europe, des titres tels que « Le journal de Bruxelles », « Affaires de l'Angleterre et de l'Amérique » et la « Gazette de Leyde » en témoignent. Ce dernier est très vraisemblablement le plus ancien exemple de média minoritaire sur le continent. Sa première publication date de 1677 en France. Mais suite à l'exode des Hu-

²MATSAGANIS, KATZ et BALL-ROKEACH, *Understanding Ethnic Media: Producers, Consumers, and Societies*, op. cit.

³CENSER, J. *The French Press in the Age of Enlightenment*. Taylor & Francis, 2002. ISBN : 9780203423387.

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

guenots vers d'autres pays, il a commencé à être édité dans d'autres villes européennes. Sa distribution était assurée grâce à un fort réseau, souvent clandestin.

Dès la fin du XVIII^e siècle, les médias ethniques se développent dans d'anciennes colonies du Royaume-Uni : Canada, Australie et États-Unis d'Amérique. Ceci s'explique principalement par la forte émigration en provenance d'Europe pendant le XIX^e siècle. Dans le cas du Canada, l'existence de deux langues officielles, l'anglais et le français, a également contribué à développer une ouverture majeure vers les autres langues et cultures ; la politique envers ces médias a même été plus tolérante. Selon M.D. Matsaganis, V. Katz et S. Ball-Rokeach⁴ les Amérindiens du Canada ont ainsi créé leur première station de radio à la fin du XIX^e siècle. Et les médias ethniques bénéficient du soutien de l'État grâce à leur politique migratoire mise en place depuis les années soixante.

Dans cette lignée, l'Australie a également développé sa politique des médias ethniques, et en partie pour faciliter la communication des communautés aborigènes qui avaient été victimes des délocalisations forcées. Ces communautés créent et consomment leurs propres médias depuis plus de 150 ans et, avec l'assouplissement des politiques migratoires dans les années soixante-dix, le soutien de l'État a été renforcé. Cependant, c'est aux États-Unis que ces médias se développent en masse et se diversifient : la politique expansionniste de l'époque visait à constituer une nation à l'échelle continentale et encourageait le développement des moyens de communication : la poste, le service télégraphique, l'imprimerie (P. Starr⁵). Avec l'industrialisation et les nouvelles vagues d'immigration, les contenus, les langues, et les supports se sont largement diversifiés. Depuis lors, ce phénomène

⁴MATSAGANIS, KATZ et BALL-ROKEACH, *Understanding Ethnic Media: Producers, Consumers, and Societies*, op. cit.

⁵STARR, P. *The Creation of the Media: The Political Origins of Modern Communications*. Art of Mentoring Series. Basic Books, 2004.

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

s'est poursuivi avec le développement des médias à destination d'autres populations minoritaires : la communauté amérindienne, la communauté afro-américaine, la communauté chinoise et la communauté hispanique. Les dernières décennies ont connu une forte augmentation de l'immigration hispanique aux États-Unis. Selon le rapport 2012 du Pew Hispanic Center⁶ on dénombre 50,5 millions d'hispaniques aux États-Unis, soit 16.4% de la population. Devenue la minorité la plus importante du pays, la communauté hispanique s'est imposée comme une force culturelle, linguistique et économique. Ses médias sont ainsi en forte croissance.

Les médias ethniques se développent donc principalement dans les pays qui accueillent beaucoup d'immigrants. En Europe, l'immigration n'a eu de cesse d'augmenter depuis les années soixante. Et certains États se sont dotés de politiques d'immigration accompagnées de politiques de soutiens aux médias des migrants. Dans la lignée des pays que l'on peut qualifier de « pionniers », on peut citer principalement le cas de la Suède. À l'instar du Canada, ce pays scandinave a décidé d'adopter, à la fin des années soixante, une politique spécifique quant au traitement de ses immigrants⁷. Auparavant, la politique envers les minorités était disparate et avait pour objectif leur assimilation dans la culture du pays. Entre 1964 et 1974, une commission spécialement chargée d'étudier la situation des minorités en Suède. Dans un rapport, elle a conclu au rejet des politiques d'assimilation, prônant de ce fait les politiques multiculturelles qui enrichissent la culture d'accueil. Ce rapport a également conclu que l'État ne peut forcer aucun individu à abandonner sa langue et sa culture. Le soutien de l'État envers les médias ethniques est ainsi assuré dans ce pays. Enfin,

⁶SETH, M. *The 10 Largest Hispanic Origin Groups: Characteristics, Rankings, Top Counties*. Rapp. tech. Pew Research Center, juil. 2012.

⁷CAMAUËR, L. « Ethnic minorities and their media in Sweden ». In : *Nordicom* 2.24 (2003), p. 69–88.

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

ce rapport a permis à la Suède l'instauration d'une politique unique en Europe concernant le traitement de ses minorités et de leurs médias.

La société britannique, comme la plupart des sociétés d'Europe occidentale, est multiethnique et multiculturelle (Georgiou⁸, Horsti⁹). Cette multi-ethnicité est l'héritage de son passé colonial : les populations de ses anciennes colonies immigrèrent vers le pays en recherche d'emploi, et pour subvenir aux besoins du développement du pays, à une époque d'intense activité industrielle. Selon S. Hall¹⁰, le passé commun rassemble les différentes minorités notamment en ce qui concerne leur exclusion et leur intégration à la société britannique. De plus, bien que la culture anglaise reste dominante, on constate des tentatives répétées d'inclure les minorités, dans le projet national britannique¹¹. Ces essais se concrétisent depuis les années soixante avec des politiques culturelles visant à donner plus de visibilité aux cultures présentes sur le territoire.

La Grande-Bretagne compte ainsi une longue histoire en matière de « discussion raciale » (Georgiou¹²) : le Conseil national pour les minorités ethniques (National Advisory Council for Ethnic Minorities), travaille en étroite collaboration avec le secrétariat d'État. Leurs agendas incluent les problématiques liées à l'emploi, l'hébergement, l'éducation et la culture populaire et quotidienne (médias de divertissement, et développement local et culturel). Ainsi, les médias ethniques britanniques reçoivent le soutien de l'État. Grâce à des politiques d'ouverture culturelle, ils bénéficient d'un environnement plus tolérant.

⁸GEORGIU, M. *Mapping minorities and their Media: The National Context – The UK*. Rapp. tech. London School of Economics, 2002.

⁹HORSTI, K. « Overview of Nordic Media Research on Immigration and Ethnic Relations ». In : *Nordicom Review* 2.29 (2008), p. 275–293.

¹⁰HALL, S. « The New Ethnicities ». In : *Race, Culture and Difference* (1992).

¹¹Ibid.

¹²GEORGIU, *Mapping minorities and their Media: The National Context – The UK*, op. cit.

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

Cette ouverture culturelle, permise par des contextes politiques particulièrement propices, a encouragé la recherche en sciences humaines et sociales dans les pays anglophones (Royaume-Uni, Canada, États-Unis, Australie) et nord-européens (Allemagne, Danemark, Pays-Bas, Suède) à étudier et travailler en profondeur sur les médias ethniques créés par leurs immigrants (Georgiou¹³, Cottle¹⁴). Mais la réalité est totalement différente dans d'autres pays où les minorités sont vus comme des dangers, tout comme leurs produits culturels.

Arjun Appadurai¹⁵ démontre que ces groupes, malgré leur caractère minoritaire, se trouvent confrontés à une « peur » des réseaux globaux et des réactions en chaîne. Parallèlement il ajoute que « les minorités dans un monde globalisé sont un constant rappel de l'inachèvement de la pureté nationale ». Dans ce contexte, des universités – principalement anglo-saxonnes les « Ethnic Minority Studies » et les « Ethnic Media Studies » – ont pour objet d'étude les médias ethniques ; dans la littérature académique ces domaines sont également nommés « média des minorités, des immigrants, des diasporas, des communautés », termes employés pour décrire des pratiques similaires (M.D. Matsaganis et al.¹⁶). Ainsi, puisque la recherche anglo-saxonnes dans ce domaine est bien approfondie, mûrie et abondante, nos analyses s'appuieront principalement celle-ci, sans pour autant laisser de côté la recherche française.

¹³Ibid.

¹⁴COTTLE, S., éd. *Ethnic minorities and their media*. Philadelphia : Open University Press, 2000.

¹⁵APPADURAI, A. « Fear of Small Numbers ». In : *Writing Religion: The Case for the Critical Study of Religion*. Sous la dir. de RAMEY, Steven W. University of Alabama Press, 2015.

¹⁶MATSAGANIS, KATZ et BALL-ROKEACH, *Understanding Ethnic Media: Producers, Consumers, and Societies*, op. cit.

3.2. Pour une définition pragmatique et théorique des médias ethniques

Le milieu des professionnels de la communication emploie généralement le terme « Mainstream » pour désigner les médias destinés au grand public. Le « Mainstream » englobe tous les grands quotidiens et hebdomadaires, la presse écrite, les grandes chaînes de radio et de télévision, etc. C'est « l'inverse de la contreculture, de la sous-culture, des niches, c'est pour beaucoup le contraire de l'art », nous explique Frédérique Martel¹⁷. La définition apportée par R. Alba et V. Nee¹⁸ du point de vue de la sociologie de l'immigration correspond bien à ce propos : « le « Mainstream » est cette partie de la société dans laquelle les origines ethniques et raciales ont, au plus, un impact mineur dans la vie d'un individu et dans les opportunités qu'il peut avoir. » Ceci implique que le fait d'être inclus ou exclu des médias « Mainstream » aura une incidence dans les différents aspects de la vie d'un individu : travail, carrière, études. M.D. Matsaganis, V. Katz et S. Ball-Rokeach¹⁹ expliquent que le « Mainstream » inclut l'ethnie de la majorité, mais ces deux ne sont pas identiques. Dans le cas de la société américaine, on a tendance à croire que le « Mainstream » est composé d'une population de descendance européenne. Or, au fil des ans et avec les fréquentes vagues d'immigration, les mélanges entre populations sont devenus monnaie courante. Pour F. Martel²⁰ « l'expression « culture du mainstream » peut avoir une connotation positive et non élitiste au sens de « culture pour tous », ou une connotation plus négative, au sens de « culture de marché »,

¹⁷MARTEL, F. *Mainstream*. Flammarion, 2010.

¹⁸ALBA, R. et NEE, V. *Remaking The American Mainstream: Assimilation And Contemporary Immigration*. Harvard University Press, 2005.

¹⁹MATSAGANIS, KATZ et BALL-ROKEACH, *Understanding Ethnic Media: Producers, Consumers, and Societies*, op. cit.

²⁰MARTEL, *Mainstream*, op. cit.

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

commerciale ou de culture formatée et uniformisée ». En France, ce milieu, déjà très concurrencé, ne donne pas un accès facile aux médias visant un public minoritaire, car ils sont encore estimés peu rentables, mais d'autres raisons peuvent être avancées, comme celle d'une opposition de la classe politique.

3.2.1. Typologie des médias des minorités ethniques

En fonction du type de communauté à laquelle ils s'adressent, les médias des groupes minoritaires, comme précédemment mentionnés, reçoivent plusieurs appellations qui se réfèrent à des médias partageant des objectifs similaires. Or, aucun d'entre eux n'a exactement la même définition. La différence principale vient du choix de termes employés qui sont sélectionnés en fonction de la compréhension que chaque pays a des différences entre les peuples, basée sur l'ethnie ou la « race ». M.D. Matsaganis, V. Katz et S. Ball-Rokeach²¹ signalent notamment le cas de la France où les traces ethnoraciales ne sont pas reconnues ; De façon officielle, personne n'est obligée de se décrire comme « noir », « blanc », « arabe », « franco-algérien » ou « franco-espagnol », comme c'est le cas au Royaume-Uni, avec des termes comme « British-Nigerian » ou « British-Indian ». En France, on va plutôt parler de « citoyens français », « citoyens de l'Union européenne », et des « étrangers » (environ 10 millions d'étrangers et d'immigrés pour une population de 59 millions, selon le recensement de la population par Institut national de la statistique et des études économiques²²). Compte tenu de la confusion que ces éléments peuvent apporter, dans la recherche française il n'y a pas un terme précis, très peu de chercheurs comme Isabelle

²¹MATSAGANIS, KATZ et BALL-ROKEACH, *Understanding Ethnic Media: Producers, Consumers, and Societies*, op. cit.

²²*Part des populations étrangères et immigrées en 2013*. 2016. URL : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2381757>.

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

Rigoni²³ utilisent le terme « médias des minorités ethniques », tandis que dans d'autres pays des termes plus précis sont utilisés. En suivant une grille de lecture principalement anglo-saxonne et française, nous proposons une synthèse des définitions des médias minoritaires les plus employées :

Média des minorités ou *Minority Media* : Le terme est peut-être le plus générique de tous, car il peut englober la totalité des médias issus des groupes minoritaires. Il est aussi le reflet de ce que la diversité culturelle endure : soit elle est ignorée, soit elle est prise dans des procédés de marchandisation (Eugenia Siapera²⁴). Ce terme peut toutefois avoir un minimum d'utilisation dans certains micro-États. Ainsi, si l'on prend l'exemple de la principauté de Monaco, il est pratiquement impossible de parler de médias minoritaires (36 371 habitants²⁵ dont seulement 8 392 sont de nationalité monégasque²⁶). Dans ce cas les habitants étrangers utilisent généralement les médias minoritaires produits au niveau du département des Alpes-Maritimes. Mais le problème se pose lorsqu'on travaille avec des communautés plus hétérogènes, pour illustrer la complexité de la mise en place d'un média de minorité, E. Siapera²⁷ utilise le cas des musulmans au Royaume-Uni : au sein de cette communauté, il existe d'autres communautés avec des opinions très divers et divisées par des points tels que l'ethnie

²³RIGONI, I. « Les luttes de dénomination autour des “médias des minorités ethniques” ». In : *Migrations Société* 2.128 (2010).

²⁴SIAPERA, E. *Cultural Diversity and Global Media: The Mediation of Difference*. Wiley, 2010.

²⁵ROGER, M. *Arrêté Ministériel n° 2012-172 du 2 avril 2012 relatif à l'actualisation annuelle du chiffre officiel de la population de la Principauté de Monaco*. 2012. URL : <http://cloud.gouv.mc/dataweb/Jourmon.nsf/100ab120e52ceb84c12568ce002f2909/d37bfb73ca0da101c12579d800285a39> ! OpenDocument.

²⁶MAIRIE DE LA PRINCIPAUTÉ DE MONACO. *Chiffres clés: nombre de monégasques*. 2011. URL : <http://www.monaco-mairie.mc/principaute-monaco-monte-carlo/chiffres-cles/>.

²⁷SIAPERA, *Cultural Diversity and Global Media: The Mediation of Difference*, op. cit.

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

ou le pays d'origine. Appuyée sur ces faits, Siapera propose cette synthèse sur ce que sont les médias des minorités :

Traiter des médias des minorités appelle la considération d'une petite communauté minoritaire placée dans le contexte d'une plus grande. Celle-ci est considérée comme la « communauté d'accueil » et possède également ses propres médias dominants et courants, mainstream. Il est donc entendu que cette relation se place dans un rapport de majorité-minorité. Ce lien semble se penser dans une perspective quelque peu défensive de la protection des minorités et met l'accent sur la lutte et la quête de la survie des groupes minoritaires.

Nous pouvons donc conclure que, par son caractère vague et réducteur, le terme « médias des minorités » seul est très peu employé dans le milieu académique.

Médias des immigrants : comme son nom l'indique, ce type de média a pour cible les nouveaux arrivants dans un pays ou dans une région. Leur objectif est donc de fournir des informations essentielles, revendiquer des droits, proposer les informations nécessaires pour légaliser sa situation, etc. (K. Viswatanath et K.K. Lee²⁸). Mais ces médias ont aussi pour objectif de présenter une vision alternative des immigrés de celle souvent véhiculée par les médias mainstream. Pour illustrer cette situation, Liliana Suárez Navaz et Alicia Ferrández Ferrer²⁹ décrivent le cas de la

²⁸VISWATANATH, K. et LEE, K.K. « The New Americans: A Guide to Immigration Since 1965 ». In : sous la dir. de WATERS, M.C., UEDA, R. et MARROW, H.B. Harvard University Press Reference Library. Harvard University Press, 2007. Chap. Ethnic Media.

²⁹SUÁREZ NAVAZ, L. et FERRÁNDEZ FERRER, A. « Migrant Minority Media: Towards a Democratization of the Western Mediascape? » In : *Mediating Cultural Diversity in a Globalised Public Space*. Sous la dir. de RIGONI, I. et SAIITTA, E. Palgrave Macmillan, 2012.

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

communauté latino-américaine en Espagne, souvent représentée comme un problème : lors de la couverture des événements liées à l'immigration, les médias ont pris l'habitude de réduire « les migrants à un profil soit de victimes, soit de criminels » ainsi qu'à un ensemble de catégories à connotation négative. L'imaginaire sur la migration est dominé par des termes tels que : « « natifs » contre « étrangers », « legal » contre « illégal », « riche » contre « pauvre », « développé » contre « sous-développé », « Européen » contre « personne de couleur ». Selon l'enquête de L. Suárez et A. Ferrárez, ce type de réalité est la motivation principale pour que des journalistes (issus de l'immigration) s'engagent dans les médias pour des minorités d'immigrants. Du point de vue terminologique, Matsaganis, Katz et Ball-Rokeach³⁰ soulignent que ce terme est restrictif, principalement pour deux raisons : premièrement, il se limite aux individus qui se trouvent en position d'immigrant, c'est-à-dire que ce statut a une durée limitée, les enfants de deuxième génération n'étant plus considérés comme des immigrants ; deuxièmement, ce terme met de côté les populations natives d'un pays : les aborigènes d'Australie et des Amériques, les Samis à la frontière arctique de l'Europe, etc. Ainsi donc, cette terminologie reste peu évoquée dans le milieu académique.

Médias des diasporas : Par définition, le terme « diaspora » désigne le mouvement ou la dispersion d'un peuple. Pour Robin Cohen³¹, il est important de reconnaître aussi la capacité des individus à garder une identité diasporique, c'est-à-dire à maintenir le lien avec la terre patrie et une conscience ethno-communautaire. D'après Myria Georgiou³²,

³⁰MATSAGANIS, KATZ et BALL-ROKEACH, *Understanding Ethnic Media: Producers, Consumers, and Societies*, op. cit.

³¹COHEN, R. *Global Diasporas*. Routledge, 2008.

³²GEORGIU, M. « Diasporic media across Europe: Multicultural societies and the universalism-particularism continuum ». In : *Journal of ethnic and migration studies* 3.31 (2005), p. 481-498.

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

ces caractéristiques sont reflétées dans les pratiques de communication. Les communautés diasporiques soutiennent et dépendent en partie de leur sens communautaire basé sur le partage d'identité dans les communications transnationales : « Les diasporas sont des minorités dans les pays où elles se trouvent, mais elles gardent toutes des connexions (imaginées ou réelles) et gardent le sens de l'appartenance à une communauté plus large au-delà des frontières » (M. Georgiou³³). Voici la particularité des médias des diasporas : en plus de s'adresser à un groupe partageant des traces ethniques, religieuses, linguistiques, elles contribuent à garder des liens avec des groupes similaires à travers les frontières. D'ailleurs, Georgiou signale que ces médias opèrent à trois niveaux : local, national et transnational, ce qui leur permet de se nourrir d'autres médias et d'autres technologies, un exemple de réussite de média transnational est la chaîne Al-Jazeera. En même temps, la transnationalisation des espaces d'appartenance de ces groupes, couplés avec la communication diasporique produit un espace riche mais complexe pour la communication des minorités (Georgiou³⁴). Depuis les années quatre-vingt-dix, le terme a été enrichi grâce à l'utilisation de la communication numérique par ces groupes, ainsi Dana Diminescu³⁵ parle dans ses travaux d'E-Diasporas et de l'appropriation d'un nouvel espace : Internet. Nous aborderons ce sujet dans le chapitre quatre.

Médias des communautés : un terme très vaste que nous avons décidé d'interpréter en suivant le positionnement de l'UNESCO³⁶. Pour l'organisation, les médias des communautés « sont caractérisés par leur

³³Ibid.

³⁴GEORGIU, M. « Diaspora in the Digital Era: Minorities and media representation ». In : *Journal of Ethnopolitics and Minority Issues in Europe* 22.4 (2013).

³⁵DIMINESCU, D. « Digital Methods for the Exploration, Analysis and Mapping of E-Diaspora ». In : *Social Science Information* 4.51 (2012).

³⁶UNESCO : SECTEUR DE LA COMMUNICATION ET DE L'INFORMATION. *Les médias communautaires*. URL : <http://www.unesco.org/new/fr/communication-and-information/media-development/community-media/>.

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

responsabilité devant les communautés qu'ils servent. Ils apparaissent à la suite des mouvements populaires qui s'efforcent de mobiliser une part importante de la participation citoyenne et réclament le droit de jouir de la propriété privée et d'opérer sans subir d'interférence politique ou commerciale. » Ils fonctionnent indépendamment des médias commerciaux et de l'État, poursuivant des objectifs sociaux et traitant des sujets d'intérêts spécifiques pour la communauté. Ces médias sont créés et gérés « au sein de la communauté, pour la communauté, à propos de la communauté, et grâce à la communauté » (UNESCO³⁷). Pour K. Howley³⁸, ces médias fonctionnent prioritairement au niveau local. Ils promeuvent la liberté d'expression ainsi que la démocratie participative, et ils améliorent les relations et la solidarité entre les membres de la communauté. Ils contribuent aussi à garder l'identité collective et à développer l'autonomie locale. Leur délimitation territoriale correspond à celle de la communauté : un quartier, un village, une région, un pays. Par conséquent, ces médias sont ouverts à tout groupe social, les spécificités culturelles et ethniques n'étant pas prioritaires.

3.2.2. Médias des minorités ethniques

Poursuivons notre fil de synthèses des définitions des médias minoritaires, mais avant d'en proposer une pour les médias minoritaires ethniques, il est nécessaire, de considérer l'état actuel de la recherche en ethnologie et de son objet d'étude : les groupes ethniques. Depuis quelques décennies, l'ethnologie se réinvente pour s'adapter aux nouveaux besoins des sociétés modernes. Ainsi le terrain et les thèmes de recherche sont d'un éclectisme jamais vu auparavant. La nouvelle littérature ethnologique propose des su-

³⁷Ibid.

³⁸HOWLEY, K. *Community Media: People, Places, and Communication Technologies*. Cambridge University Press, 2005.

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

jets tels que les ouvriers dans les jardins parisiens, la vie dans les cités autour de Paris, ou la mémoire des demandeurs d'asile en France. L'ethnologie a ainsi évolué de l'étude des sociétés « primitives » à celui des sociétés urbaines, plus précisément des groupes sociaux au sein d'une société (Jean Copan³⁹). Ces évolutions consistent également dans une « mise à jour » de la notion d'ethnie que J. Copans récapitule ainsi : « Au sein d'une actualité de revendications « raciales » (Noirs américains) ou régionalistes (Basques, Serbes, Ecossois. . .) l'ethnie a exprimé une forme de « revendication de la tradition ». Il s'agit d'une relecture culturaliste et politique des objets de l'anthropologie, à un moment où il paraît de plus en plus difficile d'appréhender des totalités sociales homogènes, traditionnelles ou tout simplement conscientes d'elles mêmes. » Pour illustrer son propos, le chercheur reprend l'explication d'ethnie par le traitement anthropologique des mutations démocratiques et des génocides de la fin du XX^e siècle :

Le groupe ethnique a d'abord été un équivalent de la société tribale ou de la tribu, c'est-à-dire le terme générique qui désigne une société de petite taille aux traditions orales. . . L'usage du mot ethnie est plus récent et passe par le détour par l'ethnicité, la conscience de l'identité « ethnique ». Très populaire dans les sciences sociales américaines à partir des années soixante-dix pour évoquer les mouvements sociaux identitaires des populations urbaines (quartiers ségrégués), l'ethnicité qui reflète une volonté ou un projet culturel (défense des langues, coutumes, origines), s'est en quelque sorte essentialisée sous le terme d'ethnie. Dans l'ethnologie, l'équivalent d'ethnicité était tribalisme. . . L'ethnie a été conçu comme une petite nation où les nombreux conflits eth-

³⁹COPANS, *Introduction à l'ethnologie et à l'anthropologie: Domaines et approches*, op. cit.

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

niques feraient obstacles à la modernité de l'État-nation. L'homogénéisation ethnique est en fait une espèce de manipulation ou de fabrication idéologique, ce qui est ethnique, c'est telle tournure linguistique, telle technique du corps, tel vêtement, tel aliment, telle règle de mariage ou tel rituel symbolique où apparaissent des singularités. Les régularités culturelles existent mais c'est le champs politique moderne qui en enfle la signification et qui donne cohérence et continuité pratique à ce qui, par nature, est hétérogène et discontinu.

L'ethnicité regroupe un certain nombre de traits qui vont susciter le sentiment d'appartenance communautaire qui peut être revendiqué dans un lieu quelconque. Et ce sentiment s'accroît plus fortement du moment qu'il se retrouve au sein d'un réseaux social. Dans la tradition ethnologique, on établit une ligne univoque de séparation entre les sociétés. De telles opérations de partage dichotomique des cultures se révèlent nécessaires pour comprendre l'identité de ces groupes (Gérard Althabe, Daniel Fabre, et Gérard Lenclud⁴⁰). L'identité ethnique est aussi une identité sociale (Matsaganis et al.⁴¹) dans laquelle l'individu est classé au sein d'un système de catégorisations – âge, sexe, localisation géographique... – suivant des structures cognitives que le groupe utilise pour se définir soi-même et pour construire sa cohésion sociale (John C. Turner⁴²). Selon Matsaganis et al.⁴³ à l'intérieur de ces groupes, l'identité est constituée de trois dimensions :

⁴⁰ALTHABE, G., FABRE, D. et LENCLUD, G. *Vers une ethnologie du présent*. Collection Ethnologie de la France. Cahier. Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 1992.

⁴¹MATSAGANIS, KATZ et BALL-ROKEACH, *Understanding Ethnic Media: Producers, Consumers, and Societies*, op. cit.

⁴²TURNER, J.C. « Towards Cognitive Definition of the Social Group ». In : *Social Identity and Intergroup Relations (European Studies in Social Psychology)*. Sous la dir. de TAJFEL, H. Cambridge University Press, 2010.

⁴³MATSAGANIS, KATZ et BALL-ROKEACH, *Understanding Ethnic Media: Producers, Consumers, and Societies*, op. cit.

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

(1) l'auto-identification en tant que membre d'un groupe ethnique, (2) la connaissance de la culture ethnique, (3) l'adhésion aux comportements qui démontrent l'appartenance au groupe ethnique. Pour l'individu, connaître sa culture ethnique implique d'avoir une compréhension intime de ses traditions, croyances, priorités, valeurs et normes. Et son identité ethnique consiste en des usages, subjectifs, symboliques ou emblématiques d'un aspect quelconque de la culture (Lola Romanucci-Ross, George A. De Vos, et Takeyuki Tsuda⁴⁴).

L'identité ethnique d'un groupe (minoritaire) est un processus dynamique et complexe de construction. Elle se forme dans un processus continu, non seulement en interaction avec des forces externes, les étiquettes que l'État lui donne, ou d'autres « étrangers » mais aussi à travers leur propre procès socioculturel de création d'une auto-définition (Yos Santasombat⁴⁵). L'identité ethnique est donc en partie le résultat des différents processus de communication : verbal ou non-verbal, dans d'autres langues, écrit, par des médias mainstream et par les leurs.

Les médias issus de ces groupes deviennent donc ethniques, ils se retrouvent au carrefour de plusieurs influences : la culture d'origine de leurs utilisateurs, la culture d'accueil, les utilisations socio-techniques et le contexte politique du groupe dans la culture ou pays d'accueil. Le terme « culture » a toujours fait débat parmi les scientifiques et les politiciens entre autres. Une des définitions les plus acceptés et celle proposé par E.T. Hall⁴⁶ pour qui chaque culture possède sa propre identité, son langage, son système de communication non verbale, son folklore, son histoire, et

⁴⁴ROMANUCCI-ROSS, L., DE VOS, G.A. et TSUDA, T. *Ethnic Identity: Problems And Prospects for the Twenty-first Century*. AltaMira Press, 2006, p. 11.

⁴⁵SANTASOMBAT, Y. « Ethnic Identity: Problems And Prospects for the Twenty-first Century ». In : sous la dir. de ROMANUCCI-ROSS, L., DE VOS, G.A. et TSUDA, T. AltaMira Press, 2006. Chap. Peasants, ethnicity, and the politics of location in Thailand, p. 240.

⁴⁶HALL, *Au-delà de la culture*, op. cit.

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

ses usages. Or dans ce travail, nous entendons la notion de culture plus vers le sens que Geert Hofstede, Gert Jan Hofstede et Michael Minkov⁴⁷ lui accordent. Pour ces auteurs, la culture est un terme générique qui désigne l'ensemble des façons de penser, de sentir et potentiellement d'agir, acquises tout au long de la vie. Ainsi ce terme renvoie aussi bien aux activités supposées élever l'esprit qu'aux actes de la vie quotidienne. La culture est toujours un phénomène collectif car elle est partagée, au moins partiellement, avec d'autres personnes qui vivent ou ont vécu dans le même environnement social. La culture est donc constituée des règles non-écrites du jeu social. C'est la programmation collective de l'esprit qui distingue les membres d'un groupe ou d'un peuple parmi les autres. Les différences culturelles s'expriment de plusieurs façons, parmi celles-ci, G. Hofstede, G. J. Hofstede et M. Minkov⁴⁸ en retiennent quatre dont l'association permet de cerner assez précisément le concept dans sa totalité :

- les symboles : des mots, des attitudes, des images, des objets qui portent une signification particulière que seuls peuvent reconnaître les membres de la culture ;
- les héros : des personnes vivantes ou décédées, réelles ou imaginaires, qui possèdent des caractéristiques prisées par le groupe ;
- les rituels : des activités collectives, techniquement superflues pour arriver à une fin, mais essentielles du point de vue social du groupe (façon de saluer, de conduire un rituel religieux...) ;
- les valeurs : ce sont des tendances affirmées à préférer un certain état de choses au lieu d'autres. Sentiments et émotions sont des valeurs ayant des aspects positifs et négatifs. Ces valeurs opposent entre autres : saleté/propreté, moral/immoral, bien/mal...

⁴⁷HOFSTEDE, G.H., HOFSTEDE, J. G. et MINKOV, M. *Cultures et organisations: Comprendre nos programmations mentales*. Pearson, 2010.

⁴⁸Ibid.

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

D'une façon très créative, Hooftede et al.⁴⁹ illustrent cette idée sous la forme de pelures d'oignon que nous pouvons observer dans la figure 2.1. L'image nous montre comment les différents éléments qui constituent la culture s'empilent les unes sur les autres par importance : les symboles forment la couche la plus superficielle (et donc la première susceptible de connaître des changements) et les valeurs sont au cœur de la culture (les plus difficiles à modifier). En traversant l'ensemble des pelures, les pratiques montrent comment tous ces éléments s'enchainent pour créer une unité, si bien que d'autres composantes essentiels à la composition d'une culture sont absents, comme la religion ou la langue. Cette image représente donc clairement la structure de la culture.

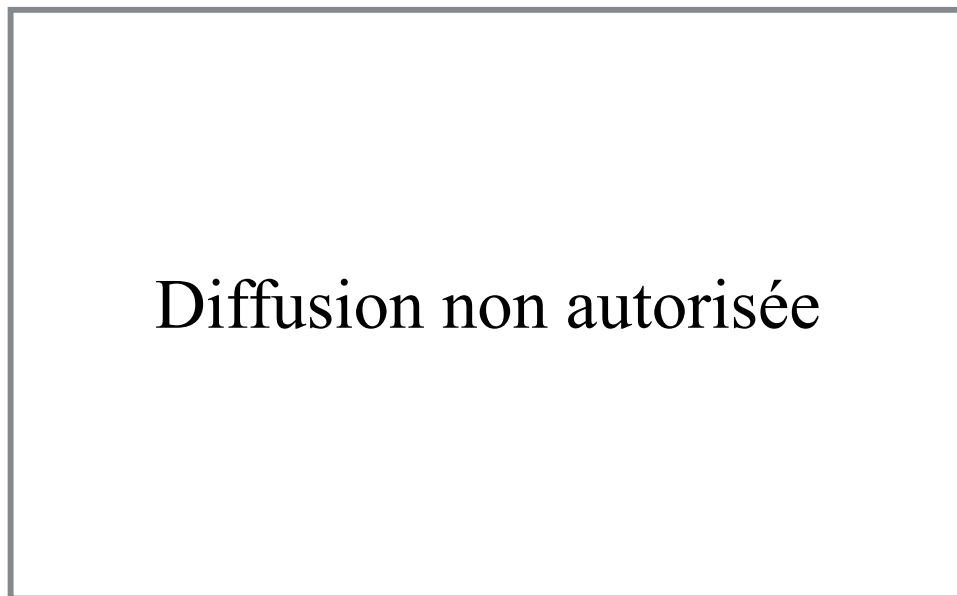


FIGURE 3.1. – La structure en pelures d'oignon : représentation des différentes manifestations de la culture. Extrait de Hooftede et al. *Cultures et organisations : comprendre nos programmations mentales*, Pearson, 2010, p. 19

⁴⁹Ibid., p. 18-20.

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

D'après Hooftede et al., à l'intérieur d'une culture se forment divers groupes qui ont un ensemble de programmes mentaux en commun, chaque individu portant plusieurs couches de programmation mentale correspondant aux différents niveaux de la culture, en particulier :

- un niveau national, selon le pays auquel on appartient (ou plusieurs pays pour les personnes qui ont immigré) ;
- un niveau d'appartenance régionale et/ou ethniques et/ou religieux et/ou linguistiques, puisque la plupart des pays sont composés de plusieurs groupes régionaux et/ou ethniques et/ou religieux et/ou linguistiques ;
- un niveau sexuel, selon que la personne est née fille ou garçon ;
- un niveau générationnel qui distingue les grands-parents des parents et des enfants ;
- un niveau social, qui va de paire avec les opportunités d'éducation, l'occupation ou la profession.

Ces programmes mentaux ne fonctionnent pas forcément en harmonie. Au contraire, dans les sociétés modernes, ils sont souvent les sources de conflits : valeurs entre générations et religions, entre genres et milieux de travail. Cependant ce sont ces mêmes conflits qui conduisent à l'évolution culturelle. Au cours du temps, la culture va changer aussi avec des « interférences extérieures », comme les technologies qui proposent de nouvelles utilisations et de nouveaux destinataires. Si on suit le diagramme 3.1, la première couche affectée sera celle des pratiques et des symboles (langue et communication). Ceux-ci constituent les parties visibles de la culture et l'on peut en effet acquérir de nouvelles pratiques tout au long de la vie. En contrepartie, les valeurs ont été acquises pendant le jeune âge ; elles se trouvent au cœur de la culture et ne peuvent donc pas être changées ni facilement ni rapidement.

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

Les médias ethniques véhiculent des aspects (culturels) de la vie quotidienne du groupe. Au-delà de la dimension communicationnelle, ils se trouvent au centre des pratiques qui produisent et transforment l'identité ethnique, la culture et la perception que d'autres ont du groupe (Matsaganis et al.⁵⁰). Dans le grand océan des médias dits mainstream, l'individu appartenant à un groupe (ethnique), préférera se connecter avec ces médias qui portent un « parfum » de son lieu d'origine – ce que nous appellerons ici « l'effet Ratatouille⁵¹ ». Les médias ethniques portent aussi cette caractéristique particulière de faire revivre l'ethnicité et de renforcer l'identité ethnique de la communauté. Ils permettent également de perpétuer cette identité chez les enfants de deuxième génération. Le sentiment d'appartenance à un héritage culturel différent est plus généralement développé au sein de la famille et des proches. Les institutions communautaires et leurs médias ne font que renforcer ce sentiment. Dans ce sens, les médias des minorités ethniques se gardent de publier des informations qui dévalorisent la communauté (actes criminels ou actes de violence commis par des membres) et d'adopter une fonction de sentinelle, notamment envers les politiques mises en place concernant la communauté (Kasisomaya Julia Viswanath et Pamela Aurora⁵²).

Finalement, les médias ethniques, par la taille de la population (souvent très réduite) qu'ils servent, se voient privés de faire le choix de créer des médias adaptés à chaque groupe au sein de la communauté, car l'homogénéité culturelle des groupes se voit altérée lorsque les médias de la

⁵⁰MATSAGANIS, KATZ et BALL-ROKEACH, *Understanding Ethnic Media: Producers, Consumers, and Societies*, op. cit.

⁵¹Dans le film d'animation du même nom de Disney, un critique culinaire donne la préférence à un restaurant pour lequel il se montrait réticent, car pendant son dîner test, il déguste un plat du héros, une ratatouille, plat qui par son goût le renvoie directement vers les souvenirs d'enfance de la cuisine de sa mère

⁵²VISWANATH, K. et ARORA, P. « Ethnic media in the United States: An essay on their role in integration, assimilation, and social control ». In : *Mass Communication and Society* 3.1 (2000), p. 39–56.

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

communauté prennent en considération les variables tels que le genre, le courant religieux ou le lieu géographique d'origine d'un groupe en particulier. Dès lors, servir à des audiences génériques définies par des termes vastes de l'ethnie s'impose, et le résultat est le croisement des variantes des rapports des intérêts des majorités et des minorités de la communauté (Charles Husband⁵³). Et ce regroupement d'idées issues de tous les groupes de la communauté a un effet positif dans l'intégration du groupe à la société d'accueil. En couvrant toutes les activités du groupe – comme son investissement dans les politiques du quartier ou des activités avec des institutions publiques (mairie, école...), ou les histoires de réussite de leurs membres – la communauté est encouragée à s'impliquer davantage, et ce non seulement avec les membres du groupe mais aussi avec des autochtones du pays d'accueil (K. Viswanath et P. Aurora⁵⁴).

3.3. Les médias des minorités ethniques en France

Depuis les débuts de la reconnaissance et de l'émergence des médias des minorités ethniques au XIX^e siècle aux États-Unis, au Royaume-Uni, au Canada, en Australie... la France est restée à la marge, se caractérisant « par son modèle républicain unique, avec ses propres modes d'expression et de discours, hostiles à l'ouverture et à la reconnaissance de la différence ethnique, perçue comme la porte vers le communautarisme » (Reynald Blion, Claire Frachon, Catherine Humblot, Isabelle Rigoni⁵⁵). Ainsi, les médias

⁵³HUSBAND, Ch. « Minority Ethnic Media As Communities Of Practice: Professionalism and Identity Politics in Interaction ». In : *Journal of ethnic and migration studies* 31.3 (2005), p. 461–479.

⁵⁴VISWANATH et ARORA, « Ethnic media in the United States: An essay on their role in integration, assimilation, and social control », op. cit.

⁵⁵Cet ouvrage a été consulté dans sa version anglaise et française en fonction des intérêts des deux éditions respectives. BLION, R. et al. « From visibility to content in France ».

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

des minorités ethniques ont connu un développement très lent en France. Pourtant comme Rigoni⁵⁶ le signale « le pays témoigne d'une longue tradition tant en matière d'immigration que de production médiatique ». Depuis le XIX^e siècle, le pays se dote de lois et d'institutions nécessaires pour rendre l'espace médiatique libre et prospère. En 1881, l'État adopte un texte de loi sur la liberté de la presse, ce qui permet aux médias de l'époque d'innover et de se moderniser (Rigoni⁵⁷). Mais, comme nous l'avons vu au chapitre 2, du fait de différents événements historiques et politiques, au cours du XX^e siècle, la presse, la radio, la télévision et même la publicité ont préféré mettre à l'écart les différentes minorités ethniques déjà présentes dans le pays et ont privilégié « la standardisation des idéologies populaires, ainsi que leur homogénéisation et leur exploitation à des fins de propagande identitaire nationale. » (Rigoni⁵⁸ citant Eric Hobsbawn⁵⁹). Tandis qu'aux États-Unis, dès le début du XX^e siècle l'école de Chicago publiait ses premières recherches sur le thème des médias et des minorités. Depuis lors, ce domaine, tout comme la recherche dédiée à l'immigration en France est en retard par rapport à la recherche anglo-saxonne, Rigoni résume cette situation ainsi :

Si nous disposons d'excellentes études ethnographiques, sociologiques, et géographiques des mouvements migratoires, peu d'entre elles s'intéressent à la production de l'« émissivité publique », c'est-à-dire aux messages médiatiques produits par les minorités ethniques. À l'inverse, les travaux dédiés au champ médiatique

In : *Media and Cultural Diversity in Europe and North America*. Sous la dir. de FRACHON, C. et SASOON, V. Karthala Éditions, 2009.

⁵⁶RIGONI, I. « Introduction ». In : *Qui a peur de la télévision en couleurs ? : La diversité culturelle dans les médias*. Sous la dir. de RIGONI, I. Mondes contemporains. aux lieux d'être éditions, 2007.

⁵⁷Ibid.

⁵⁸Ibid.

⁵⁹HOBBSAWN, E. *Nations et nationalisme depuis 1780*. Gallimard, 1990.

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

mêlant les notions d'espace public et de représentation demeurent silencieux sur la production de sens, le discours symbolique et la création d'un imaginaire social par les médias dans le domaine de l'immigration ou du fait minoritaire. À tel point que parfois seules des études anglophones mettent en lumière telle ou telle spécificité du cas français.

Hélas, d'autres complications accompagnent ce retard, comme c'est le cas de la terminologie pour se référer à telles communautés. Des mots comme « ethnies » ou même « race », sont largement utilisés dans le monde anglo-saxon pour décrire des données démographiques (évoquant des notions plutôt biologiques). Alors qu'en France, le mot « ethnies » (évoquant des notions plus liées aux traits physiques et aux origines géographiques et culturelles) est encore un sorte de tabou quand il s'applique à une population urbaine quelconque (Rigoni⁶⁰, Copan⁶¹). Mais au-delà de la terminologie, un des plus grands empêchements pour effectuer de la recherche et aider à avancer la réflexion dans ce domaine reste les statistiques ethniques : comme mentionné au chapitre deux, les statistiques basées sur l'origine ne sont pas autorisées en France depuis la loi du 6 janvier 1978, donc pour des institutions telles que l'INSEE, il est interdit de créer des bases des données démographiques appuyées sur les origines ethniques de la population. Un problème technique qui décourage encore la recherche sur les médias des minorités ethniques dans le pays, et qui expliquerait en partie pourquoi il existe aujourd'hui très peu d'études dans ce domaine. C'est en tous cas ce qui a été signalé déjà par plusieurs chercheurs et dans le cadre de grands

⁶⁰RIGONI, « Les luttes de dénomination autour des “médias des minorités ethniques” », op. cit.

⁶¹COPANS, *Introduction à l'ethnologie et à l'anthropologie: Domaines et approches*, op. cit.

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

projets européens (I. Rigoni⁶², Laurent Béro⁶³, Claire Frachon et Virginie Sassoon⁶⁴).

Malgré ces freins, d'après Blion, Frachon, Humblot et Rigoni⁶⁵ dans les années quatre-vingt, les institutions françaises commencent à prendre conscience de l'importance de la place des minorités dans les médias : lorsque François Garpard a publié un rapport en 1982 focalisé sur la question de la diffusion d'émissions ciblant les communautés d'immigrants, il a provoqué un grand débat amené sur la sphère publique par la presse et notamment par *Le Monde* (*Le Monde*, 2 novembre 1982, 23 et 24 décembre 1984). Après cet incident et encouragées par les institutions européennes qui, dans les années soixante-dix, avaient commencé à financer des projets sur le thème « médias et migration », les institutions françaises ont pris conscience de l'importance de ces éléments et à leur tour ont commencé à commander des enquêtes : INA 1985, IFOP 1989. Cette première vague d'intérêt portée sur ces médias s'est principalement concentrée sur les médias radiophoniques et télévisuels. Et la question portait sur le pouvoir de ces nouvelles émissions à répondre aux besoins et aux attentes des communautés d'immigrants.

Or, d'après Alain Battegay et Ahmed Boubecker⁶⁶, si les médias se sont intéressés à ces communautés, c'est aussi parce que depuis les années quatre-vingt, certaines d'entre elles se sont impliquées « dans différents événements fortement médiatisés : des marches des Beurs aux concerts

⁶²RIGONI, « Les médias des minorités ethniques : représenter l'identité collective sur la scène publique », op. cit.

⁶³BÉRU, « Les Sciences de l'Information et de la Communication à la rencontre des Cultural Studies », op. cit.

⁶⁴FRACHON, C. et SASSOON, V. « Introduction ». In : *Media and Cultural Diversity in Europe and North America*. Sous la dir. de FRACHON, C. et SASSOON, V. Karthala Editions, 2009.

⁶⁵BLION et al., « From visibility to content in France », op. cit.

⁶⁶BATTEGAY, A. et BOUBECKER, A. *Les images publiques de l'immigration: média, actualité, immigration dans la France des années 80*. Migrations et changements. Editions L'Harmattan, 1993, p. 8-9.

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

SOS-Racisme, de la prière dans une usine Renault à la réforme du code de nationalité, de l'affaire Rushdie, à celle des foulards dans les écoles, des émeutes de Vaulx-en-Velin aux incidents de banlieue qui ont émaillé le début des années quatre-vingt-dix... Des analyses de presse montrent ainsi qu'au cours des années quatre-vingt, le volume rédactionnel traitant de l'immigration dans la presse écrite française augmente. » Ils ajoutent que « cette médiatisation accrue de l'immigration est allée de pair avec une modification des approches journalistiques qui lui ont été consacrées. » Cette vague a également encouragée la production scientifique, selon Blion et al.⁶⁷, à partir des années quatre-vingt-dix, plusieurs centres de recherche ont commencé à conduire des études plus approfondies : le Centre d'information et d'études sur les migrations internationales (CIEMI) à travers sa revue « Migration Société » a publié des articles sur l'immigration et les médias, la télévision, la presse et Internet. Et le Centre régional de documentation pédagogique de Versailles a publié la revue Médiascope, devenue la revue Médiamorphoses fondée par des chercheurs en sciences de l'information et de la communication, éditée par l'Institut national de l'audiovisuel (Hélène Duccini⁶⁸). Finalement, en 2009, elle a fusionné avec la revue Médias. Pendant les années quatre-vingt et quatre-vingt-dix, la recherche sur les rapports entre les médias et les minorités ethniques était principalement fondée sur la sociologie et l'histoire (Blion et al.⁶⁹), l'introduction de recherches en sciences de l'information et de la communication (très tardive) dans l'espace médiatique et de rencontres scientifiques a contribué à l'accélération de la recherche académique dans ce domaine.

En 2000, le résultat de plusieurs études menées au cours des années quatre-vingt-dix ont conduit le CSA à demander une meilleure représen-

⁶⁷BLION et al., « From visibility to content in France », op. cit.

⁶⁸DUCCINI, H. « MédiaMorphoses, revue publiée par l'INA ». In : *Le Temps des médias* 1.8 (2007), p. 229-234.

⁶⁹BLION et al., « From visibility to content in France », op. cit.

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

tation des minorités dans les chaînes publiques. Ainsi dans son rapport d'activité approuvé le 2 mai 2001, on lit :

*Le décret modifiant les cahiers des missions et des charges des chaînes publiques, en vue d'assurer une meilleure représentation des minorités à la télévision, est intervenu au terme d'un processus qui avait débuté en 1999. À chaque étape de la procédure, le Conseil a contribué à accélérer la prise des décisions nécessaires. Il estime qu'une juste représentation des minorités visibles dans les médias est la seule manière, notamment pour la télévision, de jouer son rôle intégrateur de manière crédible, c'est-à-dire en reflétant la société française telle qu'elle est.*⁷⁰

Ce fut une première dans le pays. Ce rapport a posé les bases pour d'autres engagements similaires de la part des médias. Des initiatives aux seins des chaînes pour sensibiliser les personnels et cadres à adapter les lignes éditoriales, apparaissent et sont soutenues notamment dans le cadre du programme européen EQUAL (Blion et al.frachon2009media). Cette ouverture des médias écrits et audiovisuels est aussi en partie le résultat de constantes dénonciations de la part des institutions telles que la Haute Autorité de lutte contre les discriminations et pour l'égalité (HALDE), le Cercle d'action pour la promotion et la diversité en France (CAPDIV), le Collectif égalité, le Club Averroès (il milite pour le respect des minorités dans les médias), et le Collectif DOM (Antillais, Guyanais, Réunionnais). Or comme, le soulignent Blion et al., il reste à définir le rôle des médias dans les problématiques des minorités ethniques, tout en les intégrant dans des canaux à destination du grand public.

Malgré toutes ces difficultés, à partir des années deux-mille et grâce aux initiatives issues du milieu scientifique, associatif et politique, on re-

⁷⁰CONSÉIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL. *Rapports d'activité 2000*. 2001.

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

marque quelques avancées en matière de reconnaissance des minorités dans les médias. En mai 2013, l'Assemblée nationale française a adopté la proposition de loi « Pouvoirs publics : suppression du mot « race » de notre législation ». Celle-ci implique notamment de faire disparaître ce mot de la Constitution et de le remplacer dans certains cas par les mots « origine » ou « ethnie ». Concernant l'audiovisuel, après la loi du 31 mars 2006 « l'égalité de chances », avec notamment l'article 50 intitulé « L'intégration des populations étrangères vivant en France » (loi évoquée dans le chapitre 1), en 2012 avec le décret n° 2012-85⁷¹ « fixant le cahier des charges de la société nationale de programme en charge de l'audiovisuel extérieur de la France » (principalement les chaînes de télévision France 24 et France 5), il est demandé au Conseil supérieur de l'audiovisuel de multiplier l'offre de programmation en plusieurs langues, et de programmer à la radio « des émissions en langues étrangères destinées aux communautés étrangères résidant en France. » L'article 23 du décret va encore plus loin en déclarant ceci :

Dans la représentation à l'antenne de la société française, la diversité des origines et des cultures de la communauté nationale est prise en compte. Les programmes donnent une image la plus impartiale possible de la société française dans toute sa diversité. Une attention particulière est également accordée au traitement des différentes composantes de la population par les programmes... Dans le cadre des recommandations du Conseil supérieur de l'audiovisuel, des actions sont mises en œuvre pour

⁷¹Décret n° 2012-85 du 25 janvier 2012 fixant le cahier des charges de la société nationale de programme en charge de l'audiovisuel extérieur de la France. 2012. URL : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000025199244&dateTexte=&categorieLien=id>.

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

permettre d'améliorer la représentation de la diversité de la société française.

Ces mesures ainsi que d'autres ont permis une exposition plus fréquente de la diversité culturelle et ethnique dans l'audiovisuel français. Or comme nous l'avons vu, les médias des minorités ethniques ont une présence modeste et est très peu exposée au grand public. Afin de comprendre la situation de ces médias, nous allons présenter un état de lieux des différents médias traditionnels ethniques pour ensuite voir dans le chapitre quatre l'évolution vers le numérique.

3.3.1. Une télévision en couleur

À la différence des États-Unis ou du Royaume-Uni où les minorités ethniques les plus importantes ont leurs propres chaînes de télévision, en France il n'y a pratiquement aucune chaîne au service de ces communautés. En effet, aux États-Unis, la communauté des Latino-américains compte plusieurs chaînes dont Univision et Telemundo, et au Royaume-Uni, la chaîne British Muslim TV concerne la communauté musulmane. Dans le cas de la télévision en France, Jaques Guyot⁷² souligne que la situation n'est pas très florissante : « Dès que se pose la question de créer une nouvelle télévision locale, les instances de régulation ont généralement tendance à favoriser les projets portés par des zones urbaines bien développées sur le plan économique, plutôt que par des communautés linguistiques et culturelles. » Une situation qui affecte parallèlement les minorités linguistiques et locales du pays : « alors que le nombre de canaux augmente de manière exponentielle, les chances pour les minorités linguistiques de s'exprimer

⁷²GUYOT, J. « L'expression médiatique des minorités linguistiques ». In : *Qui a peur de la télévision en couleurs ? : La diversité culturelle dans les médias*. Sous la dir. de RIGONI, I. Mondes contemporains. aux lieux d'être éditions, 2007.

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

semblent se réduire » (J. Guyot ⁷³ en citant Jean-Jacques Cheval ⁷⁴). Ainsi, puisque la programmation des chaînes françaises s'adresse à l'ensemble de la population, elles sont diffusées dans la langue officielle, laissant la partie non-francophone de la population à la marge.

En France, le paysage audiovisuel est composé des chaînes généralistes, régionales thématiques et communautaires. Dans le cas des chaînes généralistes, possiblement les plus plurielles en termes de représentation de la diversité sont, conformément à leurs descriptions respectives, les chaînes de France Télévision : France 5 et France Ô. Cependant, malgré les décrets et les cahiers de charges imposés au service public, Catherine Ghosn ⁷⁵ cite un important nombre d'études, concluant à l'unanimité à la sous représentation des minorités ethniques à la télévision. Ceci nous incite à constater que « les applications d'ordre politique ou institutionnel sur le sujet, non seulement n'atteignent pas les résultats des autres pays, mais en plus se démarquent par leur inefficacité. » Ainsi, le groupe France Télévision accuse encore du retard, car il n'a commencé à s'interroger sur la place de la diversité dans ses émissions que récemment, Blion et al. ⁷⁶ signalent qu'« il est pourtant le premier à avoir affiché à l'antenne des personnes, notamment des journalistes, issus de l'immigration et des minorités. »

Face à aux fréquentes images dévalorisantes, des étrangers, immigrants et minorités ethniques, ces groupes prennent comme alternative de voir les chaînes internationales adressées aux communautés d'expatriés comme

⁷³Ibid.

⁷⁴CHEVAL, J.-J. « Médias audiovisuels français et langues régionales minorisées ». In : *Langues d'Acquitaine : dynamiques institutionnelles et patrimoine linguistique*. Sous la dir. de VIAUT, A. Éditions de la Maison des sciences de l'homme d'Acquitaine, 1996.

⁷⁵GHOSN, C. « Minorités ethniques et télévision : quel constat en France et à l'étranger ? Comparaison sélective ». In : *Les Enjeux de l'information et de la communication* 14 (2013).

⁷⁶BLION, R. et al. In : *Médias et diversité: de la visibilité aux contenus : état des lieux en France, au Royaume-Uni, en Allemagne & aux Etats-Unis*. Sous la dir. de FRACHON, C. et SASSOON, V. Karthala Éditions, 2008.

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

BBC World News, Al Jazeera, TVE (Télévision espagnole) ou RTP International (Radio-Télévision portugaise). D'autres alternatives existent sur le Web, mais pour des raisons diverses beaucoup de chaînes ne sont pas diffusées au delà des frontières nationales. En outre, il faut que le spectateur soit à l'aise avec les nouvelles technologies. Compte tenu de ce vide, les minorités doivent se contenter des quelques émissions qui leur sont dédiées, comme les concerts, ou les émissions de découverte culturelle. Ce contexte ne laisse pas beaucoup d'alternatives en termes des domaines de recherche, le milieu scientifique se limite donc à effectuer des analyses sur la représentation des minorités ethniques à la télévision, en attendant qu'un jour il y ait une chaîne adressée exclusivement à un groupe minoritaire et ethnique.

3.3.2. Une radio avec accent

La radio demeure l'un des médias de communication les plus omniprésents, et ces dernières années l'un des plus ubiquitaires. Selon le rapport 2015 du CSA⁷⁷ « Chiffres clés de l'audiovisuel », une personne « d'un foyer peut accéder en moyenne à dix équipements capables de recevoir la radio (en FM, par Internet...) ». À l'instar de la télévision du service public, la radio est soumise au cahier de charges du CSA, et comme à la télévision, la diversité trouve progressivement sa place à partir des années deux-mille avec l'arrivée des journalistes et des chroniqueurs sur France Inter et des émissions « d'un genre nouveau » sur France Bleu (Blion et al.⁷⁸). Or à différence de la télévision, la radio a plus de potentiel comme outil pour représenter les minorités ethniques : lors du colloque « Audiovisuel : comment mieux représenter la diversité de notre société⁷⁹ ? », organisé en 2015 par le CSA,

⁷⁷ *Les chiffres clés de l'audiovisuel français*. Conseil Supérieure de l'Audiovisuel, 2015.

⁷⁸ BLION et al., op. cit.

⁷⁹ *Colloque « Audiovisuel : comment mieux représenter la diversité de notre société ? »* Conseil Supérieure de l'Audiovisuel, 6 octobre 2015.

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

Marie-Christine Saragosse, présidente de France Médias Monde a affirmé y voir « un outil naturel de la représentation de la diversité. » Car en supprimant l'image, « la radio supprime une première couche de stéréotypes. »

Selon le compte rendu du colloque, « l'altérité est le propre de la radio française », ainsi avec la création de la catégorie « A »⁸⁰ des radios (services associatifs), le CSA ouvre la porte à plus de 575 radios associatives dont certaines sont adressées aux minorités ethniques comme « Radio Orient, Beur FM, France Magreb, Africa N°1 »⁸¹. Grâce à cette liberté « les radios associatives françaises sont le miroir et le réceptacle d'une véritable diversité culturelle et sociale que l'on constate beaucoup moins dans les autres secteurs de l'audiovisuel. » (Jean-Jacques Cheval et Sheila Vanessa Zeballos⁸²). D'ailleurs, en 2007, l'Institut Panos⁸³ publie dans un répertoire des médias des minorités ethniques un important nombre de radios associatives françaises. Ainsi, la radio de la diversité se porte en bonne santé, leur situation financière reste très modeste mais les cotisation, les donations, l'engagement des bénévoles et quelques investissements contribuent à maintenir en vie ces radios (J.-J. Cheval et Sh. V. Zeballos⁸⁴). Seulement, la timidité de la publicité et des investisseurs freine le développement de ces radios, car la voix d'un corps « dématérialisé » dont l'accent et les auditeurs n'atteignent pas à un niveau financier suffisamment intéressant fait peur. En attendant, le modèle associatif continue à les faire vivre.

⁸⁰ *Les chiffres clés de l'audiovisuel français*, op. cit.

⁸¹ Colloque « *Audiovisuel : comment mieux représenter la diversité de notre société ?* », op. cit.

⁸² CHEVAL, J.-J. et SEVILLA ZEBALLOS, Sh. V. « Diversité culturelle, interculturalité et radios associatives en France, l'exemple bordelais ». In : *Revista Eptic, revista eletrônica internacional de economia política da informação da comunicação e de cultura* 11.3 (2009).

⁸³ BLION, R. *MediaDiv 2007: le répertoire des media des diversités*. Harmattan, 2007.

⁸⁴ CHEVAL et SEVILLA ZEBALLOS, « Diversité culturelle, interculturalité et radios associatives en France, l'exemple bordelais », op. cit.

3.3.3. L'écrit de la diversité

La communication écrite a toujours été un des médias préférés des institutions s'adressant aux minorité ethnique, généralement les ambassades et les consulats, les associations, et les centres culturels. Les associations ont un rôle particulier car, créées par les minorités ethniques et immigrantes, leur vie est pratiquement inséparable de l'histoire de l'immigration en France : « la vie associative peut en effet être considérée comme un élément des coulisses de la participation citoyenne. Aussi elle pourrait contribuer au dosage savant entre l'expression, d'une part, de l'ethnicité qui produit un sens identitaire, et d'autre part, de la citoyenneté » (Spyros Amoranitis, Joseph Gatugu, Altay Manço⁸⁵). Ainsi, pour les ambassades et les centres culturels, la communication écrite a un suivi professionnel, pour les associations la situation est plus compliquée. Par la diversité de leurs membres, les pratiques communicationnelles (généralement renforcées par des bénévoles) et les attitudes envers l'associationnisme sont très nombreuses et variées (S.Amoranitis, J. Gatugu, A. Manço⁸⁶). Ainsi, nous trouvons dans le milieu associatif et dans les communauté ethniques différents supports de communication écrite qui vont des journaux et des gazettes aux lettres d'information et aux bulletins, en passant par les courriers collectifs. L'expression écrite de ces groupes témoigne « d'une mémoire ancestrale, natale, le réceptacle d'une histoire collective et d'un itinéraire personnel. Le titre est celui d'une identité duale attachée en même temps à l'ici et à l'ailleurs. » (Hassan Souley⁸⁷). Pour que ces médias soient percutant auprès de leur cible, et avec une identité mémorisante, les références aux origines géogra-

⁸⁵AMORANITIS, S., GATUGU, J. et MANÇO, A. *La vie associative des migrantes : quelles (re)connaissances ? : Réponses européennes et canadiennes*. Compétences interculturelles. Editions L'Harmattan, 2004.

⁸⁶Ibid.

⁸⁷SOULEY, H. « Conceptualiser les "médias communautaires" dans un contexte de globalisation de l'information ». In : *Migrations Société* 3.111-112 (2007).

3. Histoire et théorie des médias de minorités ethniques

phiques sont très manifestes, H. Souley⁸⁸ liste certains liés à l'Afrique : Afrik@raïbes, Afrique N°1 et Afrique Magazine, tous disponibles sur Internet.

Avec la dématérialisation des supports papier, au profit du numérique, les coûts sont réduits (Boris Barraud⁸⁹), ce qui motive les « éditeurs » (souvent des bénévoles) à une production plus fréquente. À l'égard de la radio, les médias ethniques écrits sont très répandus, mais à la différence des médias en ligne, le format traditionnel (le papier) n'a quasiment fait l'objet d'aucune étude. Ceci est dû en partie au fait que depuis que le milieu scientifique s'intéresse à l'étude des médias et des minorités ethniques, il se focalise principalement sur leur représentation dans les médias mainstream : télévision, radio presse (C. Frachon et V. Sassoon⁹⁰) et sur les usages des médias numériques.

Le paysage des médias produits **par** et **pour** les minorités ethniques en France est encore quelque peu méconnu, tant du grand public que du milieu de la recherche. Les initiatives pour avoir une véritable représentation de la diversité dans les grands médias doivent encore se multiplier pour un jour atteindre le niveau des pays comme les États-Unis, le Canada ou le Royaume-Uni. La production des médias ethniques reste modeste et la visibilité réduite, seulement des changements dans la législation de l'audiovisuel et des médias, pourront inciter leur développement et ainsi être capables de représenter dignement la diversité culturelle du pays.

⁸⁸Ibid.

⁸⁹BARRAUD, B. « De l'imprimé au numérique – Le régime juridique des médias écrits à l'épreuve de leur dématérialisation ». In : *Revue Lamy Droit de l'immatériel* 85 (2012), p. 105 s.

⁹⁰FRACHON et SASSOON, « Introduction », op. cit.

4. Rôle des médias numériques dans l'information et la communication des minorités ethniques

Avant : on allait sur Internet. Maintenant : nous sommes dedans. Avant : le cyberspace pouvait se déclarer indépendant du monde réel. Maintenant : la réalité devient un jeu vidéo ; le virtuel devient réel ou, du moins, les deux mondes deviennent poreux. Avant : on avait un avatar sur Second Life. Maintenant : la personne physique et l'avatar numérique se réunissent en un seul et unique individu, qui active ou non son smartphone, miroir entre les deux mondes bientôt réunis.¹

— J. Rognetta, J. Jammot, et F. Tardy

Être connecté n'est plus un luxe ou un choix, c'est une nécessité, notamment lorsqu'on habite dans un pays occidental où la dématérialisation des services touche de plus en plus de secteurs et d'activités professionnels. Dans son ouvrage, Thierry Crouzet² soutient l'idée que nous sommes des connecteurs (des savoirs) passifs et que nous l'avons toujours été à des échelles différentes. Mais lorsque nous sommes des connecteurs connectés

¹ROGNETTA, J., JAMMOT, J. et TARDY, F. *La République des réseaux, Périls et promesses de la révolution numérique*. Librairie Arthème Fayard, 2012.

²CROUZET, Th. *Le peuple des connecteurs*. Bourin éditeur, 2006.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

nos capacités de changer notre monde et d'influencer sur celui des autres augmentent. Pour Mark Poster³ dans l'ancien modèle de communication, qui était basé sur un système hiérarchique et unidirectionnel (de l'information), les décisions sur le contenu des programmes/articles etc. reposaient sur le jugement des producteurs et propriétaires des chaînes de radio, de télévision et de journaux. En contraste, le modèle (multidirectionnel) employé par Internet suggère le collapse de la distinction traditionnelle entre producteurs et consommateurs de contenu, l'émergence d'un modèle décentralisé de production des médias et son analogie avec le système des réseaux.

Les changements dont M. Poster parle ont commencé à prendre de la force il y a à peine vingt ans, nos médias sont encore dominés par le premier modèle, mais afin de rajeunir ces médias dits « traditionnels », ils ont été hybridés avec les nouvelles technologies. Notre époque témoigne ainsi de la naissance des concepts de Multimedia, Transmedia, Crossmedia et Deep Media. La télévision, la radio, et la presse continuent à exister mais sous des modèles économiques plus modernes et inspirés des modèles des médias numériques. Il est important de mentionner que l'Internet et le World Wide Web ont contribué à rendre ces trois médias plus accessibles et moins restreints en termes de temporalité, de géolocalisation, de transportabilité et d'interopérabilité (Peter B. Seel⁴). Ces changements technologiques transforment, la façon dont les médias numériques se construisent, incitent et stimulent la créativité des usagers. Vincent Miller⁵ réitère que la technologie et les nouveaux moyens de communication et d'information ne déterminent pas la société en général, au contraire, ils émergent des besoins, envies et priorités socialement construits, tout comme la façon dont

³POSTER, M. *The second media age*. Cambridge Polity, 1995.

⁴SEEL, P.B. *Digital Universe*. The Global Telecommunication Revolution. John Wiley & Sons, fév. 2012.

⁵MILLER, V. *Understanding Digital Culture*. Sage, 2011.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

on adopte une technologie. Dans ce contexte, nous avançons cette affirmation d'I. Rigoni : « Immigrés, minorités ethniques et diasporas sont parmi les premiers bénéficiaires des progrès technologiques en matière d'information et de communication qui facilitent les échanges matériels et immatériels avec le pays d'origine ou entre plusieurs espaces migratoires⁶. » Depuis plusieurs années, le nombre de services digitaux proposés aux immigrants ne cesse d'augmenter (virements d'argent en ligne, appels téléphoniques, etc.) et, selon plusieurs reportages journalistiques, dans le cas des immigrants, et principalement pour ceux en situation illégale, l'une des possessions la plus prisée est le téléphone portable. Les technologies permettant l'accès à ces services sont proposées et disponibles dans les pays à fort taux d'émigration (Serge Proulx⁷), mais la fracture numérique dans les pays en voie de développement limite encore l'accès à ces services en Internet, souvent plus chers que les services traditionnels.

La fracture numérique existante entre les pays pauvres et les pays riches influence également la façon dont les minorités ethniques s'approprient les technologies d'information et de communication. En général, on parle de la fracture numérique en termes d'accès aux ordinateurs et à Internet (V. Miller⁸ et N. Selwyn⁹). Cette affirmation peut être illustrée par le nombre important de projets d'expansion d'Internet, financés par des grandes firmes du monde technologique (Google, Facebook et autres) dans certaines régions d'Afrique ou d'Amérique Latine. Or pour de nombreux chercheurs ce qu'il faut examiner c'est la question de l'accès au contenu qui, aujourd'hui, se présente sur les terminaux mobiles (smartphone, ta-

⁶RIGONI, « Les médias des minorités ethniques : représenter l'identité collective sur la scène publique », op. cit.

⁷PROULX, S. « Des nomades connectés : vivre ensemble à distance ». In : *Hermès* 51 (2008), p. 155–166.

⁸MILLER, *Understanding Digital Culture*, op. cit.

⁹SELWYN, N. « Reconsidering political and popular understandings of the digital divide ». In : *New Media & Society* 6.3 (2004), p. 341–362.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

blettes, montres...), tout comme sur les supports « semi-traditionnels » : Télévision Numérique Terrestre (TNT)/web tv, journaux papier/version en ligne/ applications, et radio hertzienne/web radio.

Selon les travaux de Jan van Dijk¹⁰, au sein de la population, les groupes ethniques figurent dans beaucoup d'études comme ceux qui ont le moins accès à Internet et à un terminal d'accès. Mais ce qui n'est pas très clair dans ces travaux (comme dans d'autres études), c'est l'interprétation du mot « accès ». Pour notre cas, nous allons proposer une définition de ce mot basée sur les travaux de V. Miller¹¹ qui apporte une explication intéressante à ce concept et qu'il divise en deux parties : l'accès théorique et l'accès effectif. Le premier se réfère au fait d'avoir accès physiquement à une technologie, comme une connexion à Internet et un ordinateur chez soi. Le deuxième se réfère aux compétences, désirs et motivations de savoir utiliser une technologie et d'en tirer des bénéfices. D'après les chiffres de mai 2015 d'Eurostats¹² (l'Office de statistiques de l'Union Européenne), en France, 95 % des foyers avec des enfants à charge sont équipés d'une connexion internet. Selon une étude de l'INSEE¹³ de 2012, mise à jour en juin 2015, il y a presque 3 millions d'enfants de moins de 18 ans vivant dans une famille immigrée en France. Selon une autre section de cette même étude, mise à jour en juillet 2015, il y a presque 6 millions d'immigrants en France. Si nous croisons les chiffres d'Eurostats avec ceux de l'INSEE, nous pouvons en conclure que la grande majorité de ces 3 millions d'enfants d'immigrants possède une connexion à Internet dans le cadre du foyer. Pour aller plus loin dans l'utilisation d'Internet en France, nous avons consulté plusieurs

¹⁰DIJK, J. van. *The Deepening Divide: Inequality in the Information Society*. Sage, 2005.

¹¹MILLER, *Understanding Digital Culture*, op. cit.

¹²INSEE. *Ménages - niveau d'accès à l'internet*. 2015. URL : <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do?dvsc=8>.

¹³EUROSTATS. *Insee, recensement de la population, exploitation principale*. 2012. URL : http://insee.fr/fr/themes/tableau.asp?reg_id=0%5C&ref_id=immigrespaysnais.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

enquêtes sur sa consommation. Médiametrie, entreprise leader dans l'étude des médias, nous en a fournie une des plus détaillées. Depuis plusieurs années, cette société mène l'étude intitulée « Media In Life », son objectif est de mesurer et d'analyser « la place prise par les médias et les loisirs numériques durant une journée de la vie des individus de plus de 13 ans vivant en France ». Selon les résultats de l'étude de 2015 publiés dans son journal en ligne : « sur le premier semestre 2014, chaque Français a quotidiennement 45,1 contacts avec un média ou un loisir numérique, un contact étant défini comme une exposition à un media allant de quelques secondes à 15 minutes[...] 63% des Français de 13 ans et plus (contre 60,5% en 2013) se connectent à internet au moins une fois par jour. Au total, les individus de 13 ans et plus ont 5,7 contacts en moyenne par jour avec Internet. Ils sont 56,6% (+4,2 points en un an) à utiliser leur téléphone mobile quotidiennement pour 5,1 contacts quotidiens¹⁴. » Des résultats intéressants qui montrent une hausse dans l'utilisation des technologies nomades, et la forte demande en médias numériques.

Nous n'avons pas trouvé de chiffres concrets sur le nombre de foyers de migrants connectés à Internet, ni sur la connectivité des migrants, mais D. Diminescu¹⁵, en s'appuyant sur ses propres recherches, affirme que pour le migrant, dès son arrivée dans le pays de destination, les outils de connectivité (numéro de téléphone, adresse email, compte Facebook, Linked In, etc.) deviennent des outils collaboratifs facilitant son intégration. I. Rigono ajoute que « les minorités ethniques sont particulièrement impliquées dans l'utilisation du Web 2.0 en raison des modalités simples, démocratiques et ouvertes à la circulation de l'information. La construction et l'alimentation de réseaux de contacts de diverses natures (familiaux, amicaux, intimes,

¹⁴VILLEVET, C. « Les français chaque jour plus connectés aux médias et loisirs numériques ». In : *Audience le mag*, par Médiametrie (2015).

¹⁵DIMINESCU, D. « Éditorial ». In : *Revue européenne de migrations internationales* Vol. 30.3 (avr. 2014), p. 7-13.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

inconnus...) se complexifient à mesure de l'utilisation des applications du Web 2.0¹⁶. » Être connecté (à Internet) devient donc un impératif, pour ne pas dire une question de survie, dans le pays d'accueil.

4.1. Des médias traditionnels aux médias numériques

Le projet E-Diasporas, dirigé par D. Diminescu¹⁷ a apporté des preuves qui ont permis d'affirmer que les migrants sont connectés et qu'ils sont de grands consommateurs de médias ethniques ou communautaires. Lorsqu'on se prête à ce type d'analyse sur la consommation des médias, il est nécessaire de considérer aussi le niveau économique et socioculturel, ce qui implique qu'il y a des communautés riches et branchées, et d'autres « plus pauvres et technologiquement défavorisées¹⁸ ». Ces dernières auront tendance à se servir des méthodes traditionnelles de communication et d'information : bouche-à-oreille, téléphone, affiches, journaux, etc. Les médias ethniques se trouvent donc dans une évolution à deux vitesses : d'un côté, les médias produits par des communautés limitées financièrement et, de l'autre, des communautés plus riches avec suffisamment de moyens financiers. Dans le premier cas, les producteurs du média doivent souvent s'appuyer sur la communauté pour la rédaction, le traitement d'images, le contenu, etc. ce qui donne comme résultat un travail amateur et peu attractif, même pour les membres de la communauté. Les utilisateurs attirés par ce type de média le sont pour deux raisons principales : le contenu et le ré-

¹⁶RIGONI, « Les médias des minorités ethniques : représenter l'identité collective sur la scène publique », op. cit.

¹⁷SCIENCES DE L'HOMME, Programme TIC-Migrations - Fondation Maison des. *The e-Diasporas Atlas*. 2012. URL : <http://www.e-diasporas.fr>.

¹⁸MARTHOZ, J-P. « Médias et "va-et-vient" communicationnel des diasporas ». In : *D'un Voyage à l'autre : des voix de l'immigration pour un développement pluriel* -. Sous la dir. de BLION, R. et RIGONI, I. Karthala, 2009, p. 189-205.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

seau de connaissances existant autour de ce média. Dans le deuxième cas, ce sont des communautés plus privilégiées, parfois issues d'une classe éduquée, qui vont s'identifier plus facilement aux communautés d'expatriés (cadres supérieur d'entreprise, fonctionnaires internationaux, retraités, etc.). J.-P. Marthoz¹⁹ donne l'exemple du jeune ingénieur indien qui se retrouve à travailler pour une multinationale de la Silicon Valley : ces pratiques de consommation médiatiques seront différentes de celles de ses compatriotes arrivés quelques années plus tôt pour fuir les persécutions et devenus de petits commerçants. C'est en partie grâce à ce type de communauté que les médias des minorités se développent plus rapidement, et basculent vers des outils plus novateurs.

Ainsi, cette appropriation (variée) d'Internet donne lieu à plusieurs dénominations, Rigoni²⁰ en fait un bref résumé : pour Souley Hassane, « les « cyberminorités », « cyberdiasporas » et « cybermigrants » expérimenteraient à travers lui (Internet) une « extraversion culturelle »²¹. » Christian Licoppe « évoque la « présence connectée » entre les membres géographiquement dispersés d'une même famille²² ». Dana Diminescu « met en avant la figure du « migrant connecté » en expliquant que « mobilité et connectivité forment désormais un ensemble de base dans la définition du migrant du XXI^e siècle.²³ » Elle ajoute ce commentaire : « Hier il s'agissait d'immigrer et de couper les racines. Aujourd'hui, il s'agit de circuler et de garder

¹⁹Ibid.

²⁰RIGONI, « Les médias des minorités ethniques : représenter l'identité collective sur la scène publique », op. cit.

²¹HASSANE, S. « L'archivage de l'Internet et la formation d'une mémoire numérique mondiale : enjeux et perspectives du web migrant ». In : *E-Migrinter, dossier « Documentation sur Internet et migrations internationales »* 3 (2009), p. 69–80.

²²LICOPPE, Ch. « Sociabilité et technologies de communication. Deux modalités d'entretien des liens interpersonnels dans le contexte du déploiement des dispositifs de communication mobiles ». In : *Réseaux* 112-113 (2002), p. 172–210.

²³DIMINESCU, D. « Le migrant connecté. Pour un manifeste épistémologique ». In : *Migrations Société : De l'émigration à l'immigration en Europe et ailleurs* 17.102 (2005), p. 275–292.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

le contact²⁴. » Mihaela Nedelcu décrit la figure du *migrant online* dans ces termes : il « n'est en aucun cas un déraciné qui se (ré)inventerait dans des mondes virtuels afin d'échapper au démantèlement identitaire. Tout au contraire, il incarne l'acteur (post) moderne des mondes locaux, tout empreint de contrastes, dans lesquels se chevauchent héritages particularistes et vocations universelles²⁵ ». Finalement, S. Proulx décrit l'image du « nomade connecté » : « Les migrants - souvent nomades dans les nouveaux réseaux et territoires, vu l'instabilité de leur situation de travail et leurs conditions de vie précaires - cherchent à renouer ou maintenir les contacts avec les membres de leur famille habitant dans le pays d'origine [...] Nous assistons ainsi à l'émergence de nouvelles formes du vivre ensemble au sein des communautés culturelles constituées de grappes de familles immigrantes en provenance d'un même coin de pays²⁶. » Les positionnements présentés ici, appuyés sur des grands projets de recherche pour certains cas, laissent comprendre que le passage de l'utilisation des médias traditionnels aux médias hébergés sur Internet de la part des migrants va bien de pair avec le développement des technologies de communication. L'appropriation de ces technologies est aussi générationnelle, car ce sont d'abord les plus jeunes et les plus curieux qui vont expérimenter et, ensuite, introduire ces usages dans leur communauté.

Comme indiqué précédemment, avec les enfants de deuxième génération, les foyers des immigrants s'équipent progressivement d'outils de communication plus modernes. Les médias communautaires, habituellement présentés sous les formats classiques, s'adaptent eux aussi à la « déterritorialisation » de tels groupes (Marthoz²⁷) et aux nouvelles pratiques des

²⁴Ibid.

²⁵NEDELICU, M. *Le migrant online. Nouveaux modèles migratoires à l'ère du numérique*. Questions sociologiques. L'Harmattan, 2009.

²⁶PROULX, « Des nomades connectés : vivre ensemble à distance », op. cit.

²⁷MARTHOZ, « Medias et "va-et-vient" communicationnel des diasporas », op. cit.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

« cybermigrants ». Puisque les migrants accèdent progressivement à plus de matériel informatique, les producteurs de médias, qui s'adressent à ces minorités, suivent la tendance et basculent aussi vers la version numérique de leurs productions tout en suivant les tendances mondiales. Toutes les évolutions mentionnées précédemment résultent des effets actuels des crises économiques, politiques et sociales, et de la globalisation qui a aussi modifié le sens traditionnel de l'émigration (des ressortissants des pays riches vers les pays pauvres). Les nouvelles pratiques de communication des migrants ainsi que leur évolution vers les technologies et les médias numériques constituent un mouvement mondial (Lorenzo Vilches²⁸) que nous pouvons trouver en France comme au Bangladesh. Elles s'inscrivent dans les révolutions culturelles et technologiques, au sens large, venues avec Internet.

4.1.1. Les médias numériques

La croissance des connexions à Internet, sa commercialisation en masse et son arrivée dans les foyers ont alimenté l'imaginaire technologique des investisseurs, des créateurs et des utilisateurs (Martin Lister, Jon Dovey, Seth Giddings, Iain Grant, Kieran Kelley²⁹). L'industrie des médias se retrouve dans une constante évolution qui a débuté il y a quatre décennies. Pour Jean-Marie Charon,³⁰ le numérique permet une rupture dans les modes de traitement de l'information sur quatre plans complémentaires : (1) le processus de fabrication, (2) la digitalisation de l'information, qui a commencé par le texte, et s'est poursuivie par l'image puis le son, (3) les outils de collecte, d'enrichissement, de traitement et de présentation de l'information, (4) le transport de l'information, que ce soit vers et au sein des rédactions,

²⁸VILCHES, L. *La migracion digital*. Gedisa, 2001.

²⁹LISTER, M. et al. *New Media, a Critical Introduction*. Routledge, 2009.

³⁰CHARON, J-M. « Les médias à l'ère numérique ». In : *Les Cahiers du journalisme* 22/23 (2011), p. 14–26.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

en direction du public lui-même avec la téléinformatique domestique ou télématique, puis l'Internet proprement dit. Ce dernier est le jalon du web interactif et participatif qui, à l'heure actuelle et grâce à sa popularité, se transpose vers l'objet intelligent (montres, lunettes, voitures...), et bientôt sur le corps humain. Nous sommes très loin de l'époque où les sites web et l'administration de contenus étaient contrôlés par une seule personne, le webmaster.

Surnommé Web 2.0 par Tim O'Reilly, le terme renvoie à la métamorphose du web qui a commencé avec un environnement statique en mode « one to many », et qui a progressivement évolué vers un univers collaboratif et interactif en mode « many to many » (Peter B. Seel³¹). Aujourd'hui, il est plutôt connu comme Web interactif, participatif ou social en raison des sites mis en place par les développeurs qui eux se concentrent sur des langages de programmations favorisant et encourageant la création de plateformes/contenus faciles à gérer pour l'internaute (*user-friendly*). À la suite de cette nouvelle avancée technologique, de nombreux sites ont vu le jour et ont été à l'origine de pratiques et d'usages impossibles à imaginer il y a encore quinze ans : des politiciens qui partagent leurs points de vue via Twitter, des chaînes de télévision qui envoient du contenu vidéo éphémère via Snapchat, des journaux qui sollicitent les journalistes citoyens via des SMS en ligne avec WhatsApp, etc. Avec cette grande diversité déconcentrée d'auteurs et d'acteurs, la valeur de tous ces contenus change pour prendre des dimensions sociales, géolocalisables, contextualisables, transportables, multi-symboliques et « pluri-idéologiques ». Gilles Delavaud en citant Henry Jenkins rappelle qu'avec ces utilisations se développent « des nouvelles sociabilités d'une nouvelle culture qui serait irriguée par la base par un esprit du don du partage, une nouvelle fibre morale qui serait en train de faire

³¹SEEL, *Digital Universe*, op. cit.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

plier l'ancienne éthique capitaliste, celle du *copyright* et des intérêts égoïstes de la grande firme³². » Aujourd'hui, les contenus partagés ou viraux sur internet rivalisent en créativité et en abondance d'informations avec les contenus produits par les professionnels des médias.

La générosité des internautes en termes de partage de connaissances, de productions soignées, mais aussi de volonté de donner une dimension sociale et relationnelle aux échanges, a conduit à classer ces acteurs du web selon des critères tels que la quantité de production et de consommation des contenus, la fréquence avec laquelle ils se rendent en ligne, leur niveau de sociabilité, leur engagement auprès de la communauté en ligne ou la force des liens qu'ils établissent. En s'appuyant sur plusieurs études ethnographiques de communautés virtuelles, et en tenant compte de certains paramètres mentionnés, Robert V. Kozinets³³ propose deux classifications : la première est consacrée à la participation en ligne dans les communautés, et la deuxième aux types d'interactions en ligne. Pour une meilleure compréhension, nous allons présenter, puis commenter et interpréter les diagrammes proposés par R. V. Kozinets³⁴. Ils sont adaptés et développés à partir d'une première étude menée en 1999 par l'auteur :

³²DELAUVAUD, G. *Nouveaux médias, nouveaux contenus*. Editions Apogée, 2009.

³³KOZINETTS, *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*, op. cit.

³⁴KOZINETTS, R. V. « E-Tribalized marketing? The strategic Implications of Virtual Communities of Consumption ». In : *European Management Journal* 3.17 (1999), p. 252-264.

Diffusion non autorisée

FIGURE 4.1. – Types de participation en ligne des membres des communautés. Extrait de Robert V. Kozinets, *Netnography*, Sage, 2010, p. 33

La figure 4.1 détaille le fonctionnement de l'interaction sur Internet en s'appuyant sur ces 4 paramètres : les membres de la communauté ; les relations et les interrelations entre les membres de la communauté ; l'interrelationnel avec des communautés externes en ligne et dans la vraie vie ; et enfin, les membres des communautés qui cherchent à se rapprocher d'autres communautés afin d'établir des liens. Kozinets les a articulés autour du premier paramètre, celui des membres, il propose ainsi des définitions assez complètes pour chaque profil :

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

Newbie = le nouveau : il a peu de liens sociaux forts avec les membres de la communauté, il maintient un faible intérêt pour les activités de consommation de contenus en ligne, et il a de faibles compétences techniques.

Mingler = le social : il aime se mélanger avec les gens, il maintient des liens forts et personnels avec beaucoup de membres de la communauté, mais il est superficiellement attiré par l'activité centrale de consommation de contenus de la communauté.

Devotee = le dévoué : il a des liens peu profonds avec les membres de la communauté, mais il maintient des intérêts plus focalisés et plus enthousiastes dans les activités de consommation de contenus de la communauté, il a des compétences plus avides.

Insider = l'initié : il a des liens sociaux forts avec la communauté, il s'identifie profondément à ses membres ce qui lui permet d'avoir une bonne compréhension de l'activité du groupe.

La dimension diagonale du diagramme indique plusieurs niveaux relationnels et inter-relationnels, elle suggère quatre sous-catégories de relations avec une communauté :

Lurker = l'observateur caché : actif et curieux, il souhaite comprendre la dynamique du site, d'abord par l'observation et la lecture. Il est un potentiel « Newbie ».

Maker = le fabricant : à l'opposé du « Lurker », il a développé son relationnel social, et ses compétences en production/consommation de contenu. S'impliquant profondément dans la communauté, il devient un acteur central pour la dynamique de groupe. Il est aussi créateur de communautés, mais active constamment son réseau social au service du groupe.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

Interactor = l'interacteur : il est au cœur des interactions entre membres de sa communauté et membres de communautés extérieures (avec les Lurkers et les Makers). L'interacteur cherche principalement des communautés externes très engagées dans la création/consommation de contenus, principalement issus de la vie réelle. Nous pouvons citer l'exemple des membres d'un club de football qui discutent sur un forum d'un match.

Networker = le réseuteur : il est le membre de la communauté qui va chercher à établir des liens avec les membres d'autres communautés. Il fera ses démarches de réseautage à partir des liens (forts ou faibles) qu'ont ses collègues avec les membres d'autres groupes. Les objectifs de ces autres communautés sont divers : recruter de nouveaux membres, échange d'informations, établissement de liens relationnels ; mais l'objectif principal du réseuteur est de construire des ponts entre diverses communautés en ligne.

Pour Kozinets, une fois les profils des membres et leur type de participation définis, il est plus facile de comprendre les différentes formes de regroupement et de rapprochement en ligne. Comme nous l'avons vu, les membres se regroupent soit parce qu'ils s'identifient à l'activité du groupe, soit par curiosité. La partie relationnelle peut varier entre la mise en place de liens profonds et significatifs avec les membres, ou de liens superficiels et de courte durée. Pour expliquer l'interaction dans les groupes, Kozinets propose quatre types de regroupements qui, comme les profils des membres, prennent en compte des paramètres comme la force des liens sociaux et la raison d'être du groupe. Kozinets simplifie la présentation et la façon d'agir des communautés en ligne dans ce diagramme :

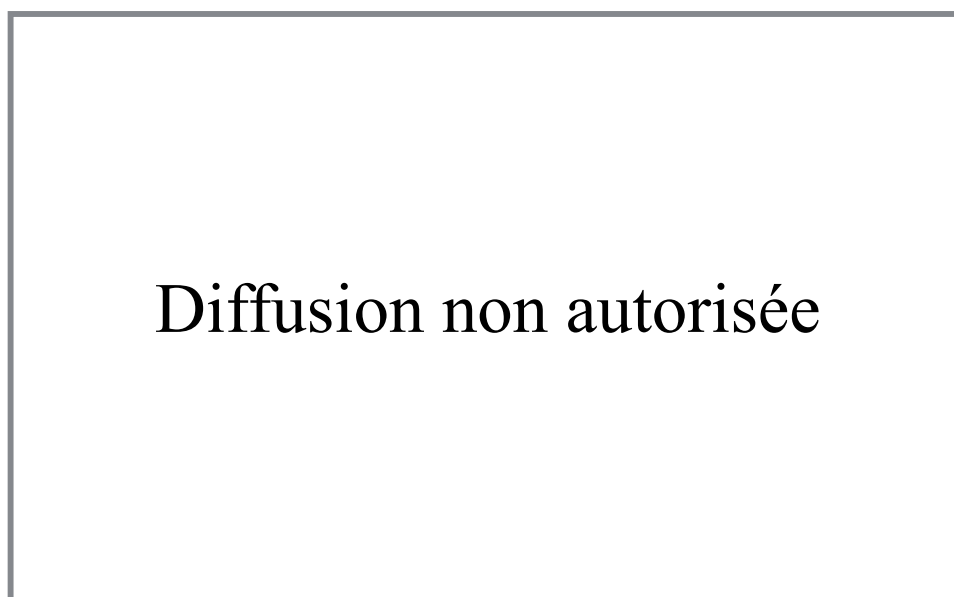


FIGURE 4.2. – Types d'interaction en ligne des communautés. Extrait de Robert V. Kozinets, *Netnography*, Sage, 2010, p. 35

Cruising communities = les communautés de passage : ce sont les regroupements dans lesquels les relations sociales et la consommation de contenus sont faibles. Il s'agit de sites de distraction et de récréation : sites de bavardage « chat rooms », sites de jeux sociaux ou mondes virtuels.

Bonding communities = les communautés de rapprochement : ce sont les regroupements où les membres cherchent à créer ou à garder des liens sociaux. L'intérêt n'est pas porté sur la consommation de contenus mais sur l'établissement de relations profondes et durables. Les sites de réseaux sociaux comme Facebook constituent les meilleurs exemples de ce type de communauté.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

Geeking community = les communautés de partage d'information :

l'intérêt général des membres de ces communautés est de récolter ou de dispatcher de l'information spécialisée, voire exclusive à la thématique du groupe. L'aspect technique et même professionnel est privilégié au détriment de l'aspect social. Il s'agit surtout de réseaux sociaux professionnels, de forums et de blogs.

Building community = les communautés de

construction/renforcement de groupe : ces regroupements se focalisent sur un sens de la communauté, de l'information et de l'expertise développé et centré autour de l'activité unifiante du groupe. L'activité de ces groupes dépasse le niveau virtuel des échanges et les idées se concrétisent, souvent, dans des projets de la vie réelle : communautés d'activistes ou communautés de développeurs de logiciels « open source ».

Nous retrouvons dans ces quatre catégories de communauté l'essentiel des flux d'activités sur internet, et le profil de chaque membre a un rôle clef dans la création, le développement (technique et social), et la survie des groupes. Les huit typologies présentées font partie des bases de l'analyse ethnographique des communautés en ligne. Elles sont importantes dans la Netnographie, une méthode d'analyse développée par Kozinets, sur laquelle se fonde notre travail. Nous y reviendrons plus en détails dans le chapitre cinq.

À mesure que l'Internet se développe, d'autres pratiques et d'autres types de communautés et de profils d'internautes apparaissent, et vu l'importance économique des classifications simplifiées et d'actualité, les cabinets de recherche sur les pratiques des consommateurs en ligne se spécialisent à grands pas dans ce domaine. Reprenons la classification créée par

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

Forrester Research ³⁵ qui est très utilisée dans les cabinets et les agences de communication :

- les créateurs, ceux qui produisent du contenu de référence ;
- les critiques, ceux qui participent aux discussions ;
- les collectionneurs, ceux qui partagent le contenu ;
- les « joiners » ³⁶, ceux qui adhèrent à la communauté ;
- les spectateurs, ceux qui consomment le contenu ;
- les inactifs, ceux qui ne se connectent pas.

Selon cette proposition, la communauté s'organise de cette façon : elle s'appuie sur les créateurs et les critiques pour faire vivre le groupe ; les collectionneurs amènent du contenu venu d'ailleurs ; les « joiners » ou nouveaux arrivés commencent à découvrir le groupe tout en continuant à en explorer d'autres ; tandis que, les spectateurs et les inactifs constituent les catégories les moins intéressantes pour le développement du groupe. Par ce fonctionnement similaire à d'autres types de classification, Forrester Research accorde une place importante aux membres de communautés qui s'occupent de la production et de la recherche de contenu. Si l'on croise la classification élaborée par le chercheur Robert Kozinets et celle mise en place par l'entreprise Forrester Research, nous obtenons deux tendances complémentaires : d'un côté, l'importance de la gestion/création de contenu ; de l'autre, l'importance de la création/maintien de liens sociaux *online* et *offline* au sein du groupe. Les nouvelles pratiques qui se génèrent tournent autour de ces tendances.

³⁵*The Social Technographics Profile*. URL : http://empowered.forrester.com/tool_consumer.html.

³⁶Traduction non disponible

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

De cette évolution des pratiques et de la sociabilité découlent trois grands changements dans la production de contenu (Jean Gabszewicz et Nathalie Sonnac³⁷) :

1. Le contenu est récupéré via des sources non traditionnelles et abondantes (citoyens, amateurs de photo ou de vidéo...) et reçoit ainsi un traitement différent.
2. Les nouveaux créateurs de contenus deviennent des sources régulières et généralement crédibles.
3. Enfin, le coût de création et de diffusion de ces médias se réduit considérablement.

Le cycle du grand processus de traitement/production de l'information par les internautes étant simplifié, Internet, contrairement aux médias traditionnels, récupère un grand nombre de formats de fichiers en licence payante ou Creative Commons. Exempte des filtres utilisés par les médias traditionnels (abonnements, visionnage de vidéos limité à certains pays, etc.), l'information produite et diffusée sur les médias sociaux par les internautes est plus accessible et moins exclusive. Mais, en contrepartie, le contrôle de qualité des contenus est moins rigoureux, parfois inexistant. J. Gabszewicz et N. Sonnac expliquent que la numérisation de l'information « conduit à considérer Internet comme un « méta-média », qui offre la possibilité aux producteurs de sites, mais aussi aux consommateurs, de combiner son, image et d'écrire sur un même support. Cette mutation balaie dans une certaine mesure la sectorisation des industries et l'organisation de leur marché, donnant naissance à de nouvelles pratiques médiatiques, et offre de nouveaux modes d'accès aux médias ».

³⁷GABSZEWICZ, J. et SONNAC, N. *L'industrie des médias à l'ère numérique*. La Découverte, 2010.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

Les nouvelles modalités de production des médias sont une des bases de la révolution numérique. Nicolas Curien et Pierre-Alain Huet³⁸ cités par Gabszewicz et Sonnac « rappellent qu'une révolution, au sens économique du terme, ne se résume pas à l'apparition d'une nouvelle technologie ; elle est liée aux changements qu'entraînent la diffusion d'une technologie notamment dans la façon de produire et de consommer ». M. Castells ajoute que « ce qui distingue l'actuelle révolution technologique, ce n'est pas le rôle majeur du savoir et de l'information mais l'application de ceux-ci aux procédés de création de connaissances et de traitement/diffusion de l'information en une boucle de rétroaction cumulative entre l'innovation et ses utilisations pratiques³⁹. » Les créateurs des technologies de communication proposent des outils, mais en définitive, ce sont les utilisateurs qui en déterminent les usages.

Plusieurs exemples malheureux circulent dans les médias à propos de sites ou d'applications qui ont dû fermer ou être proscrits dans certains pays à cause de l'utilisation faite par les consommateurs. Ce type de situation est décrit dans un article du Monde en date du 3 juin 2015. D'après le journal, l'application française « Gossip », destinée aux adolescents, était censée à la base proposer « de lire des ragots anonymes qui s'affichent en fonction des contacts téléphoniques ou amis Facebook de l'utilisateur⁴⁰ » ; or, ses usagers l'ont transformée en lieu de cyberbullying en publiant des images et des phrases agressives. Résultat, suite à de nombreuses plaintes provenant de parents et d'enseignants, l'application a été temporairement fermée. Cet

³⁸CURIEN, N. et MUET, P.-A. *La société de l'information*. La Documentation française, 2004.

³⁹CASTELLS, M. *La société en réseaux, nouvelle édition*. Fayard, 1998.

⁴⁰REYNAUD, F. *Gossip, l'application de rumeurs française qui inquiète élèves et enseignants*. Juin 2015. URL : http://www.lemonde.fr/pixels/article/2015/06/03/gossip-1-application-de-rumeurs-francaise-qui-inquiete-eleves-et-enseignants_4646694_4408996.html.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

exemple témoigne des dangers de certaines applications sociales, mais aussi de la grande pluralité de services à destination des publics variés.

Pour qu'une technologie soit acceptée et adoptée, elle doit être accessible. M. Castells⁴¹ rappelle que les nouvelles technologies, Internet compris, se sont répandues dans le monde entre 1970 et 1990, c'est-à-dire en moins de 20 ans. Cependant, le World Wide Web a connu une adoption plus rapide encore en démocratisant en moins de 10 ans depuis le début de sa commercialisation aux États Unis par la compagnie AOL -America Online (Peter B. Seel⁴²).

Cette progression ne cesse d'augmenter. Selon le rapport pour l'UNESCO « The State of Broadband » de 2012⁴³, Internet est d'ores et déjà le système de communication qui s'est répandu le plus rapidement : aujourd'hui, un tiers de la population mondiale a accès à Internet. Dans le rapport de 2014⁴⁴, l'Union internationale de télécommunications estime qu'en 2020 il y aura 25 milliards d'unités connectées à Internet. Quant à la croissance de l'Internet mobile dans les pays en développement, elle est en forte hausse : 21% de croissance entre 2007 et 2014. Le rapport cite également une étude du Global Web Index qui confirme la hausse du nombre d'utilisateurs de réseaux sociaux : 1.9 milliards, soit 40% des utilisateurs d'Internet au niveau mondial. L'adoption d'Internet dans tous les coins de la planète est incontournable et incontestable, c'est pourquoi de nombreuses ONGs développent des programmes éducatifs dans les écoles sur l'utilisation des technologies de communication et d'information connectées à Internet. Certaines personnalités qui marquent le développement d'Internet, telles que Sir Tim Berners-Lee, « le père du Web » ou Nelly Kross

⁴¹CASTELLS, *La société en réseaux, nouvelle édition*, op. cit.

⁴²SEEL, *Digital Universe*, op. cit.

⁴³*The state of broadband 2012: Achieving digital inclusion for all*. 2012. URL : <http://www.broadbandcommission.org/documents/bb-annualreport2012.pdf>.

⁴⁴*The state of broadband 2014: Broadband for all*. 2014. URL : <http://www.broadbandcommission.org/documents/reports/bb-annualreport2014.pdf>.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

(Vice-Présidente de la Commission européenne et responsable de l'agenda European Commission en charge de l'Agenda numérique) se sont ouvertement exprimées lors de la conférence internationale du WWW à Lyon, en 2012,⁴⁵ en faveur de l'accès pour tous à Internet et d'en faire un droit humain, comme c'est pratiquement le cas en Finlande.

L'utilisation d'Internet par les immigrants comporte plusieurs types d'usages, afin de mieux les comprendre, nous allons nous arrêter sur une étude de 2008 effectuée par Prue Holmes et Annick Janson⁴⁶. Les deux chercheuses néozélandaises se sont penchées sur la question de savoir comment les migrants utilisent les nouvelles technologies pour communiquer. Elles ont travaillé avec un groupe de migrants venus en Nouvelle-Zélande et issu de différentes nationalités. Leur recherche s'est focalisée sur la façon dont les migrants construisent socialement leur expérience communicationnelle à travers les technologies et Internet. Leur étude accorde une place importante aux facteurs culturels et émotionnels et les résultats mettent en lumière les différentes utilisations que font les migrants d'Internet, parmi lesquelles nous avons choisi celles qui s'appliquent à notre objet d'étude :

1. Pratiques de communication pour s'établir : trouver un appartement, une école, faire du commerce, etc. ;
2. pratiques de communication pour comprendre la culture du pays d'accueil ;
3. pratiques de communication pour s'informer et communiquer dans la langue maternelle.

Malgré cette appropriation de l'espace Internet, les auteurs concluent que la communication interculturelle n'est pas assez présente lorsqu'il s'agit de

⁴⁵ *World Wide Web 2012 Conference*. 2012. URL : <http://www2012.wwwconference.org>.

⁴⁶ HOLMES, P et JANSON, A. « Migrants' communication practices with ICTs: tools for facilitating migration and adaptation? » In : ... *journal of technology* (2008).

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

communiquer avec les autochtones. Cependant, il devient un outil important dans la communication co-culturelle et dans le processus d'adaptation et d'ajustement au pays d'accueil. Le rôle des médias sociaux pour et par les minorités trouve sa raison d'être dans des situations comme celles listées ci-dessus. Mais avant de continuer à analyser ces nouveaux dispositifs de communication, il est important d'observer et de comprendre comment les minorités ethniques les ont adoptés et ont ensuite appliqué leurs connaissances à ces nouveaux dispositifs pour construire les leurs.

4.2. L'appropriation des médias numériques par les minorités

Dans ce contexte d'expansion des télécommunications et des pratiques migratoires mondialisées (M. Denelcu⁴⁷), les groupes d'immigrants, les minorités ethniques et les diasporas comptent parmi les premières communautés à avoir commencé à fortement utiliser Internet pour s'informer, communiquer et, plus récemment, pour produire du contenu exploitable. Cette capacité d'adaptation, d'appropriation et d'ouverture, coïncide avec les principes du paradigme de la technologie de l'information (M. Castells⁴⁸) qui n'évoluent pas vers la fermeture, mais vers l'ouverture en réseau. Les évolutions techno-économiques liées à la technologie de l'information montre que cette dernière a su, au cours de son histoire, s'adapter, s'ouvrir, s'assouplir face aux changements et, que ses qualités majeures sont la globalité et la mise en réseau. Pour M. Castells⁴⁹ comprendre les bases de ce paradigme c'est comprendre le fonctionnement de la société en réseau. Ainsi

⁴⁷NEDELUCU, *Le migrant online. Nouveaux modèles migratoires à l'ère du numérique*, op. cit.

⁴⁸CASTELLS, *La société en réseaux, nouvelle édition*, op. cit.

⁴⁹Ibid., p. 101.

4. *Rôle des médias numériques dans la communication des minorités*

pour guider le lecteur dans cette démarche, il considère utile de distinguer les éléments qui forment le cœur de ce paradigme qui, pour lui, composent la base matérielle de la société en réseaux :

« La première caractéristique du nouveau paradigme est que l'information forme sa matière première : il s'agit de technologies qui agissent sur l'information, pas simplement d'information agissant sur la technologie. »

« Le deuxième aspect concerne l'omniprésence des effets des nouvelles technologies. L'information faisant partie intégrante de toute activité humaine, tous les processus de notre existence individuelle et collective sont directement modelés (mais non pas déterminés) par le nouveau médium technologique. »

« La troisième spécificité est la logique en réseau de tout système ou groupe de relations utilisant ces nouvelles technologies de l'information. »

« Quatrième propriété, liée à l'intégration en réseau bien que clairement distincte : le paradigme de la technologie de l'information et de la communication est fondé sur la souplesse. Non seulement les processus sont réversibles mais organisations et institutions peuvent être modifiées, et même fondamentalement transformées, en réaménageant leurs éléments. »

Cette analyse qui s'appuie sur la société en générale, présente clairement les bases de l'utilisation que font tous les usagers de ces technologies. Alors, à mesure que ces technologies évoluent pour le grand public, de nouvelles applications et des sites de niche apparaissent. Parallèlement, les besoins de communication du « marché » des migrants sont plus élevés, et les utilisations plus spécifiques, Diminescu explique ce phénomène de la façon suivante :

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

L'évolution des pratiques de communication a certainement introduit le plus important des changements dans la vie des migrants, depuis les simples modalités « conversationnelles », jusqu'aux modalités « connectées » où les services entretiennent une forme de « présence » continue, malgré la distance. Mais la connectivité dont est sujet le migrant n'est pas seulement liée à la communication à distance. Elle se diversifie au fur et à mesure que son environnement de vie et de mobilité se numérise. Par conséquent, les questions classiques de la sociologie des migrations telles que le passage des frontières, les flux, l'intégration, les regroupements familiaux, le développement et le transfert d'argent, etc., se voient revisitées dans le nouveau contexte de l'écologie digitale⁵⁰.

Des pratiques et des réalités courantes dans la vie du migrant sont ainsi touchées et influencées, ce qui permet de comprendre pourquoi le migrant adopte et s'adapte rapidement aux changements technologiques. Or, si l'utilisation de certains dispositifs de communication traditionnels sont encore d'actualité, comme la lecture des journaux papier (du pays natal), ces pratiques restent d'ordre nostalgique et intermittentes. C'est pourquoi il est possible de trouver dans certains kiosques la presse internationale, ou dans l'offre TNT des chaînes internationales, il faut noter que dans les deux cas nous nous référons aux types d'offres adressées aux minorités, y compris les groupes des immigrants.

En France, certains de ces groupes ont été aussi parmi les premiers à recourir à Internet en tant que média (Olivier Blondeau et Laurence Al-

⁵⁰DIMINESCU, D. « Introduction : Les migrants connectés ». In : *Réseaux* 1.159 (2010), p. 9–13.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

lard ⁵¹). Pour Rigoni ⁵², dans le parcours des pratiques médiatiques électroniques des populations migrantes, on distingue deux périodes principales. La première s'étend du début des années quatre-vingt-dix au début des années deux-mille, elle est caractérisée par le boom des cafés internet. Cette pratique, au départ individuelle, permettait la mise en lien avec les proches au-delà des frontières géographiques, et à des coûts relativement bas. Puis, à partir des années deux-mille, avec la démocratisation de l'accès à Internet au niveau mondial, la réduction des prix du matériel informatique et le développement du web social, l'utilisation de ces technologies est devenue courante dans les foyers des immigrants. Ainsi I. Rigoni avance l'idée que grâce à Internet « la construction et la maintenance de réseaux de contacts de diverses natures (familiaux, amicaux, intimes, inconnus...) se complexifient à mesure de l'utilisation de plus en plus intensive des applications du web 2.0. Dès lors, les usages ne relèvent plus seulement de l'ordre de la sphère privée : Internet devient un outil au moyen duquel les réseaux associatifs, politiques ou religieux se développent, les mobilisations se globalisent et les médias des minorités ethniques prennent un nouvel essor ⁵³ ».

Ces pratiques ont été repérées par le milieu scientifique depuis les années quatre-vingt-dix. Dana Diminescu ⁵⁴ explique ainsi comment dans ces années-là le milieu scientifique s'est intéressé aux utilisations des NTIC par les immigrants. Les chercheurs ont identifié l'intégration de ces technologies dans des utilisations propres aux problématiques de l'immigration : « dans la préparation des déplacements, dans la maintenance du lien à distance, dans l'intégration sur le marché du travail, l'usage des TIC était devenu

⁵¹BLONDEAU, O. et ALLARD, L. *Devenir média : l'activisme sur Internet, entre défection et expérimentation*. Editions Amsterdam, 2007.

⁵²RIGONI, I. « Technologies de l'information et de la communication, migrants et nouvelles pratiques de communication ». In : *Migrations, société* 22.132 (nov. 2010), p. 36-46.

⁵³Ibid.

⁵⁴DIMINESCU, « Introduction : Les migrants connectés », op. cit.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

incontournable. » La participation de la communauté et la pratique du *DIY* (*Do it yourself* = faites-le vous-même) sont deux caractéristiques des médias ethniques, principalement quand ils sont diffusés à petite échelle et l'Internet n'est qu'un amplificateur de ces tendances (Mark Deuze⁵⁵). L'arrivée du web social, et de ses outils de travail participatif, a facilité les tâches de production et de diffusion, se présentant ainsi « comme un média alternatif et permettant aux minorités culturelles de devenir elles-mêmes actrices de leur devenir, non seulement en s'exprimant mais aussi en devenant créatrices de représentations⁵⁶ ». Mais les facteurs qui ont conduit les gestionnaires des médias ethniques à l'adoption des NTIC, et notamment d'Internet, ont trait principalement à son accessibilité, sa mobilité et aux prix progressivement réduits, grâce à une baisse du coût de production et de diffusion.

L'accès à Internet a créé une typologie d'utilisateurs classés par âge, niveau d'études, profession et, dernièrement, par génération. À partir de 2001, dans le milieu scientifique américain, on commence à parler d'une nouvelle catégorie : les « Digital Natives », concept créé par Mark Prensky⁵⁷. Dans son article intitulé « Digital Natives, Digital Immigrants », M. Prensky explique comment cet environnement ubiquitaire des NTIC (à l'école, à la maison ou en dehors) fait des enfants d'aujourd'hui les premiers à grandir avec de telles technologies, devenant de ce fait les nouvelles générations natives de la culture du numérique. Cet article, qui a généré énormément de discussions, a également jalonné l'émergence de catégories plus précises ces dernières années avec les « Millennials » ou de la génération Y.

⁵⁵DEUZE, M. « Ethnic media, community media and participatory culture ». In : *Journalism* N°7.3 (août 2006), p. 262–280.

⁵⁶MOUA, M. « Diversité culturelle et usages du web ». In : *Réseaux* N° 159.1 (2010), p. 199–218.

⁵⁷PRENSKY, M. « Digital Natives, Digital Immigrants ». In : *On the Horizon* N° 9.5 (2001), p. 1–6.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

Dans le premier cas, la définition générale indique que ce sont les enfants nés entre 1982 et 2005 (Michael Simonson⁵⁸, Neil Howe et William Strauss,⁵⁹). Dans le cas de la génération Y, la définition indique que ce sont les individus nés entre le début des années 1980 et le milieu des années 1990, au moment où l'usage d'Internet a commencé à se généraliser (Monique Dagnaud⁶⁰). Dans les deux cas, la plupart des auteurs s'accorde à dire qu'il ne s'agit pas d'un ensemble homogène car des disparités socio-culturelles y sont bien présentes. Cependant, il existe chez ces deux groupes des traits identitaires typiques de la culture numérique : l'esprit de coopération, un appétit pour l'information, et l'envie de donner leur avis, ce qui fait d'eux la première génération a évolué en se considérant mondialisée (N. Howe et W. Strauss⁶¹). Lorenzo Cantona et Stéfano Tardini⁶² approfondissent la liste de dénominations générationnelles et répertorient ainsi : la Net Generation, les Digital Learners, la Screen Generation, les Homo Zappiens... Dans tous les cas, les différences se trouvent dans les usages et les pratiques d'apprentissage, mais à la racine, les définitions ne sont guère très éloignées les unes des autres.

La plupart des usagers actuels des NTIC demeurent des migrants du numérique, une population composée principalement de personnes nées avant l'âge du numérique (généralement avant les années 1980), qui ont commencé à utiliser les NTIC dans leur vie d'adulte, et qui parfois peinent à les adopter (Katie Alaniz et Dawn Wilson⁶³). L'approche sur l'utilisa-

⁵⁸SIMONSON, M. « Millennials - Oh Really? » In : *Distance Learning* 7.2 (2010), p. 79–80.

⁵⁹HOWE, N. et STRAUSS, W. *Millennials rising: The next great generation*. Vintage, 2009.

⁶⁰DAGNAUD, M. *Génération Y: Les jeunes et les réseaux sociaux, de la dérision à la subversion*. Presses de Sciences Po, 2013.

⁶¹HOWE et STRAUSS, *Millennials rising: The next great generation*, op. cit.

⁶²CANTONI, L et TARDINI, S. « Editorial: Generation Y, digital learners, and other dangerous things ». In : *Qwerty* 5.2 (2010), p. 5–10.

⁶³ALANIZ, K. et WILSON, D. *Naturalizing Digital Immigrants: The Power of Collegial Coaching for Technology Integration*. Rowman & Littlefield Publishers, 2015.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

tion/adoption des NTIC par les migrants du numérique n'est jamais au même niveau que celui des natifs, mais ironiquement, comme l'affirme dans son blog l'ancien directeur du programme « Comparative Media Studies » au MIT, Henry Jenkins⁶⁴, les natifs peuvent être surpassés en ce qui concerne l'appropriation, la maîtrise et les connaissances en équipement technologique. H. Jenkins cite notamment l'exemple des entreprises de la Silicon Valley, dans lesquelles une bonne partie des experts en technologies de l'information sont des migrants du numérique. Beaucoup de ces migrants sont aussi des « early adopters » (c'est-à-dire des pionniers) dans l'acquisition de matériel technologique, ce qui s'explique par des raisons professionnelles ou d'aisance financière. Jenkins fait donc une mise en garde sur l'émergence des stéréotypes qui circulent sur les lieux de travail comme les assertions sur la lenteur, voire sur l'incapacité, des migrants à s'adapter aux styles de travail modernes. Parfois, ils sont aussi accusés de vouloir imposer leur façon de travailler, souvent considérée comme dépassée.

Mais la discussion scientifique a tendance à indiquer qu'à mesure que l'usage des NTIC se généralisera dans la plupart des pays, la non-distinction entre migrant et natif du numérique gagnera du terrain, et des concepts tels que « sagesse numérique » intergénérationnelle occuperont les discussions scientifiques (Michael Thomas⁶⁵, Mark Prensky⁶⁶). Dans le cas des groupes minoritaires, parmi les premiers membres qui ayant commencé à adopter ces technologies, figurent les générations actuelles d'élèves allant de la maternelle au lycée. Il est fort possible que les adultes des familles d'immigrants avec un niveau scolaire peu avancé (les parents, ou grands-parents)

⁶⁴JENKINS, H. *Reconsidering Digital Immigrants...* 2007. URL : http://henryjenkins.org/2007/12/reconsidering_digital_immigran.html.

⁶⁵THOMAS, M. *Deconstructing Digital Natives: Young People, Technology, and the New Literacies*. Taylor & Francis, 2011.

⁶⁶PRENSKY, M.R. *From Digital Natives to Digital Wisdom: Hopeful Essays for 21st Century Learning*. SAGE Publications, 2012.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

confient à leurs enfants, inscrits dans le système éducatif français, la tâche de les instruire dans l'utilisation d'Internet et des médias numériques pour communiquer et s'informer. Internet et l'univers gravitant autour de lui pourraient alors contribuer à créer des liens intrafamiliaux et intergénérationnels, et l'utilisation des médias sociaux pourrait également renforcer les liens faibles et forts.

4.3. Les théories des réseaux sociaux et leur influence sur l'usage des médias socio-numériques

Nos sociétés ont toujours fonctionné sous forme de réseau que ce soit pour communiquer ou pour agir. Un des premiers chercheurs à théoriser ce fonctionnement est Jacob L. Moreno qui, en posant les bases de la sociométrie, contribue à l'analyse des relations dans un groupe (Pierre Mercklé⁶⁷). J.L. Moreno a notamment avancé la notion de réseau personnel à travers de ce qu'il appelle « l'atome sociale », il l'explique ainsi :

De même que pour l'atome physique, les contours de l'atome social ne sont pas visibles à l'œil nu [...]. Un atome social se présente comme suit : l'individu A est attiré par 6 personnes : B, C, D, E, F et G ; B, C et D rejettent A ; F est indifférent ; G est attiré par A, mais A de son côté rejette M, N et O, P et Q lui sont indifférents. Cette constellation de forces d'attraction et de répulsion [...] constitue l'atome social de A. [...] Ces atomes sociaux ne sont pas des simples constructions de l'esprit : ce sont des réseaux authentiques, doués de vie et d'énergie réelle, qui

⁶⁷MERCKLÉ, P. *Sociologie des réseaux sociaux*. Repères. Paris : La Découverte, 2011.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

*circulent autour de chaque individu, s'entrecroisent, qui épousent des milliers de formes différentes, en étendue, en composition, en durée.*⁶⁸

Selon cette définition, le groupe social est donc constitué par un individu (principal), entouré d'autres individus qui tissent des relations directes et indirectes avec lui, en même temps qu'ils nouent des liens à différents niveaux entre eux. Il s'agit d'un modèle de communication sociale qui a toujours existé mais qui est, depuis peu, comparé à d'autres objets d'étude en SHS, étudié par plusieurs disciplines, et dans notre cas en Sciences de l'information et de la communication (SIC).

La littérature contemporaine en SIC est remplie d'expressions comme « nous vivons dans un monde connecté », un « âge connecté », une « toile humaine », « une société en réseau » (van Dijk⁶⁹). De ce mode de vie découle de nouveaux phénomènes qui, même s'ils sont parfois très différents les uns des autres, témoignent de grands changements qui modifient la structure de fonctionnement des sociétés connectées. Pour illustrer ce propos, Van Dijk⁷⁰ cite l'individualisme promu par Internet et les nouvelles technologies ainsi que la liberté et l'indépendance d'expression. Concernant l'individualisme, de nouvelles expressions apparaissent telles que : le self-branding (marketing personnel), les selfies (auto-portraits avec son smartphone), l'e-réputation ou l'art de soigner soi-même sa réputation sur Internet. Il faut ajouter à cela le temps passé sur les différents outils de communication (messageries, courriels, sms, etc.) permettant de gérer indépendamment sa vie. Quant à la liberté et l'indépendance d'expression, la toile est inondée de blogs indépendants, de mini-sites web, de mini-

⁶⁸MORENO, J.L. et al. *Fondements de la sociométrie*. Bibliothèque de sociologie contemporaine. Presses Universitaires de France, 1970.

⁶⁹DIJK, J. van. *The Network Society*. SAGE Publications, 2012.

⁷⁰Ibid.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

blogs, d'espaces où l'e-citoyen peut exprimer son avis, où l'e-acheteur peut laisser ses commentaires, et l'e-militant défendre sa cause. Ainsi, même si nous sommes plus indépendants dans nos actions ou plus isolés pour travailler (télétravail), nous n'en sommes pas pour autant moins sociales. Une affirmation que Bernard Stiegler a retranscrit dans des termes médico-physiologiques : « les réseaux sociaux sont pharmacologiques : ils permettent aussi bien la désindividualisation que l'intensification de l'individualisation⁷¹ ». Dans cet ordre d'idées, il explique que l'influence des réseaux sociaux ancestraux/traditionnels (famille, voisins, amis, etc.), « qui conduisent à une sorte de désindividualisation à la fois psychique et collective⁷² », additionnée aux dispositifs traditionnels de communication et d'information, deviennent des psycho-socio-technologies. Stiegler ajoute, qu'avec leurs nouvelles pratiques technologiques, les jeunes cherchent à développer leurs propres espaces (numériques) relationnels/sociaux, tout en se démarquant de l'adulte. Or, pour l'auteur, cette quête n'est pas si évidente :

Je ne crois pas qu'un réseau social en général et un réseau sociotechnologique en particulier permet à lui seul la formation d'un groupe social... la véritable question est l'agencement des réseaux sociaux avec les groupes sociaux... Un tel agencement est non seulement possible, mais tout à fait vraisemblable dans la mesure où un réseau sociotechnologique est un espace d'écriture et en cela d'individualisation. Mais pour que ce soit effectivement possible, le réseau sociotechnologique doit devenir intergénérationnel, ou plus exactement, le groupe social doit se constituer

⁷¹STIEGLER, B. « Le bien le plus précieux à l'époque des sociotechnologies ». In : *Réseaux sociaux*. Sous la dir. de STIEGLER, B. Paris : Editions Fyp, 2012.

⁷²Ibid.

4. *Rôle des médias numériques dans la communication des minorités
comme agencement intergénérationnel de réseaux psycho-socio-
technologique*⁷³.

Ainsi Stiegler nous conduit vers l'idée que les réseaux sociaux (numériques) sont non seulement investis par les jeunes mais aussi par des adultes, aux modes de vie hétérogènes, qui cherchent à les utiliser pour leurs centres d'intérêts. Cet agencement d'individus et de groupes intègre progressivement tous types de réseaux sociaux traditionnels, et notamment les réseaux d'immigrants.

La société des réseaux constitue donc un carrefour où s'entrecroisent les voies des sociétés traditionnelles, de l'intergénérationnalisme, du multiculturalisme, de la culture globalisée, et du savoir produit par la société de l'information. Cet ensemble circule à plusieurs vitesses et à différents moments. Un phénomène qui rend l'Internet difficile à mesurer, à contrôler, à sécuriser et à gouverner ; ce sont d'ailleurs quelques unes des raisons principales qui poussent certains à garder une résistance à l'égard du réseau.

Cependant comme nous l'avons déjà mentionné, la société des réseaux continue à grandir au niveau mondial, ce qui la rend plus complexe à analyser car, à mesure qu'elle s'étale, elle absorbe un grand nombre de diversités ethniques ainsi que toutes leurs spécificités culturelles. Une perpétuelle évolution qui fait également émerger de nouveaux besoins cognitifs et interactifs. En 1943, Abraham Maslow a été le premier à théoriser les besoins physiologiques, instinctifs et cognitifs hiérarchisés sous forme de pyramide. Francine Charest et François Bédard font le lien entre de tels besoins et ceux des internautes et expliquent que « ces besoins cognitifs pourraient se concevoir comme des besoins d'explorer, connaître, comprendre et expliquer le monde qui nous entoure, besoins qu'on pourrait regrouper sous le terme générique de besoin d'exploration pour satisfaire... La théorie de Maslow,

⁷³Ibid.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

incluant le besoin d'exploration des internautes est traditionnellement appliquée aux études de marché⁷⁴. » Ce besoin d'exploration est précisément le combustible qui impulse les activités des internautes et évolue vers le besoin plus complexe d'interactivité technologique et sociale.

Selon F. Charest et F. Bédard⁷⁵, les travaux de Maslow ont inspiré d'autres chercheurs comme Jean Bancal⁷⁶ qui poursuit le développement de la théorie des besoins. Cet économiste et sociologue a élaboré un modèle théorique comprenant les besoins psychologiques, économiques et sociaux des individus, montrant comment ces besoins interagissent avec les pratiques psychosociales en incluant les pratiques communicationnelles interactives. Pour F. Charest et F. Bédard, dans le modèle de Bancal « les besoins des individus sont reliés entre eux, c'est-à-dire comment ils agissent sur les pratiques psychosociales que nous associons à l'appropriation des médias interactifs [...] les besoins interalliés du modèle de Bancal intègrent à la fois le contenu des motivations-besoins (affectifs et économiques), les motivations-relais (besoins intermédiaires multiples et incohérents parfois) et les motivations symboles qui sont des synthèses de toutes les autres motivations symboliques, mythologiques et culturelles. Ces derniers besoins synthèses donnent une cohérence globale, une présentation dynamique et mobilisatrice⁷⁷. » L'intérêt de ce modèle réside dans sa combinaison « complexe et évolutive de besoins qui agit sur les pratiques psychosociales dont celles des pratiques communicationnelles interactives⁷⁸. » Les deux auteurs concluent que l'interaction sociale sur les médias du web est en partie le résultat de ce croisement de besoins.

⁷⁴CHAREST, F. et BÉDARD, F. *Les racines communicationnelles du Web*. Presse de l'Université du Québec, 2009, p. 44.

⁷⁵Ibid.

⁷⁶BANCAL, J. *L'économie des sociologues*. Presse universitaire de France, 1974.

⁷⁷CHAREST et BÉDARD, *Les racines communicationnelles du Web*, op. cit., p. 140.

⁷⁸Ibid., p. 140.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

Pour P-J Harvey, dans le contexte de l'informatique, « le besoin de l'individu est canalisé dans l'idée de progression à communiquer d'un individu ou d'un groupe [...] cette notion réfère entre autres aux besoins d'appartenance et d'affiliation de l'individu qui se satisfont dans et par la communication[...] La propension de l'être à entrer en interaction avec un autre situé ailleurs est déterminée en partie par des éléments physiques (des données, des informations, des images), situés à distance au-delà de sa sphère proxémique personnelle⁷⁹. » Harvey explique également que cette propension à l'intégration dépend de facteurs comme l'influence et la facilitation sociale. Dans une enquête, menée auprès du public canadien, à propos des utilisations du réseau Internet, le chercheur estime que l'utilisation du réseau suit cette équation : « plus le nombre de personnes est élevé dans les réseaux, plus les utilités sont grandes étant donné le nombre de ressources possédé par chacune des personnes présentes⁸⁰. » Le réseau est ainsi le canal conducteur de milliers de réponses à des besoins au départ individuels qui deviennent par la suite collectifs. D'ailleurs, Harvey propose une typologie des groupes constituant les communautés en ligne : l'individu, les groupes informels, les groupes d'intérêt, les groupes sociaux, les organisations formelles, les groupes de travail et la famille.

Il propose également un modèle des besoins, prenant en compte le besoin d'interactivité des internautes et au lieu de hiérarchiser ces besoins, comme Maslow, il les organise en spirale. Ainsi, pour lui, les besoins individuels et collectifs affectent et transforment les niveaux d'information qui sont représentés dans chacune des boucles de la spirale. Ces boucles permettent d'illustrer le processus d'émergence de l'information qui n'est ni linéaire, ni circulaire, mais ouvert. Tandis qu'à l'intérieur un autre proces-

⁷⁹HARVEY, P.-L. *Cyberspace and Communautique: Approbation, Groupes, Réseaux*. Presses Université Laval, 1994.

⁸⁰Ibid.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

sus d'actualisation du signal informationnel a lieu : « à travers ce processus on peut concevoir l'unité, la pluralité, la plénitude et les transformations des besoins de l'homme en information ⁸¹ ».

Pour Harvey, l'information - une fois réceptionnée et traitée - produit des connaissances essentielles qui permettent à l'individu la prise de décisions et contribuent à la réduction de l'incertitude de celui qui reçoit cette information. Il est important de noter que l'ensemble de ces connaissances, composées des codes linguistiques, des normes et des valeurs de sa société, reflète la culture de l'individu. En citant Harvey ⁸², F. Charest et F. Bédard expliquent que « cette même culture, qui agit aussi sur la perception de l'homme, cristallise les représentations et devient donc structurante et organisatrice d'un ensemble de connaissances ⁸³. » Ces connaissances deviennent des filtres culturels permettant de structurer et d'organiser ainsi l'information reçue et d'établir les besoins de communication.

Les filtres culturels génèrent ainsi des besoins d'information, donnant ainsi une certaine ligne conductrice au fonctionnement des groupes d'utilisateurs des communautés en ligne. En règle générale, les participants de ces communautés essaient de montrer un « biais coopératif », c'est-à-dire de collaborer avec des personnes qui, jusqu'au moment de l'interaction, n'appartiennent pas à leur cercle de connaissances (Francis Jauréguiberry et Serge Proulx ⁸⁴). Or cette coopération, liée à la mise à disposition d'informations et éventuellement à la communication, est d'un niveau « faible ». En étudiant les pratiques du web social de la communauté des altermon-

⁸¹Ibid., p. 197.

⁸²HARVEY, P. L. « Les îlots de vie communauticiels : topologie situationnelle des communautés de pratique ». In : *Communautés virtuelles : penser et agir en réseau*. Sous la dir. de PROULX, S., SÉNÉCA, M. et POISSANT, L. Collection Laboratoire de communautique appliquée. Presses de l'Université Laval, 2006, p. 231-254.

⁸³CHAREST et BÉDARD, *Les racines communicationnelles du Web*, op. cit.

⁸⁴JAURÉGUIBERRY, F. et PROULX, S. *Usages et enjeux des technologies de communication*. érès, 2001.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

dialistes, Christophe Aguiton et Dominique Cardon utilisent également la notion de coopération faible pour expliquer un mode de travail en ligne peu hiérarchisé et décentralisé, laissant place à une marge d'autonomie plus importante pour les participants. En même temps, les auteurs mettent en lumière des éléments essentiels à la mise en place d'un système de communication interculturelle réussi :

L'argument que nous souhaitons mettre en avant dans ce texte - argument, par ailleurs, applicable à de nombreux autres secteurs d'utilisation avancée des outils de communication - est que les conditions favorables au développement des usages et de l'innovation technologique sont intimement articulées à certains traits de la culture sociale, économique et politique du milieu dans lequel ces usages émergent. Il ne suffit donc pas de comprendre les besoins et les pratiques des acteurs pour définir des solutions techniques adaptées. Il est indispensable de tenir compte du fait que l'échec ou la réussite dans la mise en œuvre d'un système de communication dépend de la manière dont certains types d'échanges et de communication sont valorisés ou condamnés par la culture politique de leurs utilisateurs. Ces normes relatives à la manière de communiquer constituent un ensemble de contraintes et d'opportunités intervenant directement dans le processus d'innovation lorsque celui-ci est piloté par les utilisateurs eux-mêmes⁸⁵.

Pour eux, bien que la coopération joue un rôle important dans la construction des réseaux, ce sont les traits de la culture sociale, économique et politique des acteurs qui influencent non seulement le caractère des échanges

⁸⁵AGUITON, C. et CARDON, D. « L'équipement technologique des débats altermondialiste ». In : sous la dir. de PROULX, S. et POISSANT, M. Québec : Communautés virtuelles : penser et agir en réseau, nov. 2006, p. 335-349.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

mais aussi le type de système de communication qui en découle. Selon Ch. Aguiton et D. Cardon, ces communautés révèlent la faiblesse de la coopération/coordination hiérarchique et revendiquent une structure décentralisée offrant plus de liberté aux acteurs dans leur prise de décisions.

La notion de « coopération faible » présentée par F. Jauréguiberry et S. Proulx, mentionnée antérieurement, s'appuie sur le courant structuraliste. Elle constitue plus précisément une analogie avec la notion de « lien faible » élaborée dans la théorie des réseaux sociaux de Mark Granovetter⁸⁶. Selon leur analyse, pour F. Jauréguiberry et S. Proulx, « nous serions devant l'émergence d'un nouveau modèle coopératif fondé sur une articulation inédite entre l'individualisme et la solidarité des personnes participant à ces réseaux sociaux médiatisés⁸⁷ ». Une solidarité qui, selon les auteurs, peut parfois être interprétée comme propre aux milieux ouvriers ou modestes mais qui, dernièrement, est plutôt reliée à l'économie. Il s'agit des communautés en ligne de consommateurs, d'échange de fichiers ou de conseils, mais cette typologie s'est élargie en 2016.

Dans le cadre de notre travail, une coopération faible provient d'un lien faible - dans le sens de M. Granovetter. Cette notion peut facilement conduire à penser que ces connexions sont peu utiles, mais M. Granovetter⁸⁸ signale que ces liens constituent un atout important au moment de créer un réseau. En effet, selon sa théorie des réseaux sociaux, les liens faibles ont plus de probabilités de construire des « ponts » entre des inconnus appartenant à des groupes sociaux différents que les liens forts car, ces derniers ont tendance à inciter les membres des groupes à ne pas sortir de leur cercle ce qui conduit à une fragmentation sociale. Granovetter conclut

⁸⁶GRANOVETTER, M. « The Strength of Weak Ties ». In : *American Journal of Sociology* 78.6 (1973), p. 1360–1380.

⁸⁷JAUREGUIBERRY et PROULX, *Usages et enjeux des technologies de communication*, op. cit.

⁸⁸GRANOVETTER, « The Strength of Weak Ties », op. cit.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

que les nouveaux « ponts » sociaux facilitent l'échange des informations et « la transmissions de l'innovation ». Il appuie cette affirmation sur des travaux datant des années 1960 et 1970, notamment l'expérience « le monde en tout petit » effectuée par l'équipe de Stanley Milgram⁸⁹ dans laquelle des inconnus découvrent qu'ils ont une relation en commun. Nous pouvons également citer les recherches de A. Rapoport et W. J. Horvath⁹⁰ suivant la « probabilité de diffusion » d'un message dans un groupe d'adolescents. Mais M. Granovetter se base surtout sur sa propre recherche portant sur le marché du travail et sur la nature du lien qui unit une personne qui trouve un nouvel emploi à la personne qui lui a fourni l'information pour le trouver, ce qui permet d'analyser les réseaux sociaux mobilisés dans la recherche d'emploi. Pour réaliser cette enquête, Granovetter a demandé aux nouveaux employés d'où provenait l'information qui leur a permis de trouver leur travail et, pour pratiquement 83% des sondés, il s'agit de contacts distants ou de liens faibles. Plus intéressant encore, le chercheur a demandé où ces contacts avaient eu l'information et dans 45.3 % des cas, il s'est avéré qu'elle était arrivée par le biais d'un intermédiaire se situant entre le contact et l'employeur, c'est-à-dire par un contact du contact du demandeur d'emploi. Les liens faibles sont donc des atouts qui permettent de saisir des opportunités. Au niveau macroscopique, ils facilitent la cohésion sociale car, selon Granovetter, lorsqu'une personne change de travail, non seulement elle déménage d'un réseau vers un autre mais elle établit aussi un lien entre ces deux réseaux. Il est intéressant de noter que le réseau professionnel LinkedIn s'est fortement inspiré de cette théorie pour la création de son modèle social et économique.

⁸⁹MILGRAM, S. « The Small World Problem ». In : *Psychology Today* 1 (1967), p. 62–67.

⁹⁰RAPOPORT, A. et HORVART, W. « A Study of a Large Sociogram ». In : *Behavior Science* 6 (1961), p. 279–291.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

Avec cette théorie, Granovetter essaie d'expliquer la force et l'importance du lien faible dans les interactions macro et micro sociales permettant de relier des groupes distants. L'intérêt de ses recherches ne porte pas sur la compréhension des relations qui se nouent au sein de petits groupes dans lesquels tous les membres se connaissent ou se retrouvent autour de structures sociales (école, lieu de travail, association...); au contraire, ses travaux et son modèle des réseaux interpersonnels se focalisent sur la manière de lier entre eux des groupes de faible échelle. Pour faciliter la compréhension de cette théorie, Granovetter propose la définition suivante concernant la force des liens : « la force d'un lien est une combinaison (probablement linéaire) de la quantité de temps, de l'intensité émotionnelle, de l'intimité (la confiance mutuelle) et des services réciproques qui caractérisent ce lien. Toutes ces caractéristiques sont d'une certaine manière indépendantes les unes des autres, bien que l'ensemble soit évidemment fortement corrélé⁹¹ ». Cette définition est associée à une longue explication et exemplification de la théorie des réseaux sociaux que le sociologue Philippe Steiner résume ainsi : « l'idée est que des réseaux denses de relations, comme ceux qui existent entre des individus ayant entre eux des liens forts (en termes de temps passé ensemble, de fréquence et d'intensité émotionnelle), font circuler une information largement redondante entre les membres du groupe, tandis que des liens faibles entre des individus appartenant à deux groupes de relations fortes sont, eux, susceptibles d'y introduire des informations nouvelles⁹² ». Quelques années après la publication de sa théorie, Granovetter⁹³ en publie une version révisée dans laquelle il ajoute qu'il existe une corrélation entre les liens forts et la faiblesse du niveau socio-économique

⁹¹GRANOVETTER, M. *Le marché autrement, essais de Mark Granovetter*. Sociologie économique. Desclée de Brouwer, 2000.

⁹²STEINER, P. « Granovetter Mark, Le marché autrement. Les réseaux dans l'économie ». In : *Revue française de sociologie* 42.2 (2001), p. 381-383.

⁹³GRANOVETTER, M. « The strength of weak ties: A network theory revisited ». In : *Sociological theory* 1.1 (1983), p. 201-233.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

des individus. En d'autres termes, les personnes en situation de pauvreté font plus confiance à leurs liens forts que les autres personnes, une affirmation que l'on retrouve aussi chez E. Hall⁹⁴.

Cette théorie coïncide le principe de fonctionnement des réseaux sociaux numériques qui peut se diviser en deux grands niveaux d'accès aux contacts. Le premier niveau d'accès consiste à créer un répertoire de ses liens forts (proches), et de garder contact avec eux. Le deuxième niveau est constitué d'un répertoire de liens faibles (connaissances), qui souvent devient le plus large. L'importance sociale des liens faibles est due au fait qu'ils ouvrent l'accès à des informations et à des sources bien au-delà de celles disponibles au sein des cercles sociaux proches ou « liens forts ». Or pour Ithiel Pool⁹⁵, les facteurs qui déterminent lequel des deux types de liens va être utilisé pour une action précise dépendent du nombre de contacts et de leur utilité. Ainsi, quelqu'un pourra avoir recours à son réseau de liens forts, prenant dans le même temps le risque de tomber dans un isolement social ; ou, à l'inverse, il pourra davantage miser sur ses liens faibles - de plus en plus renforcés par le développement des systèmes de communication - tout en revenant, au moment nécessaire, vers les liens forts. Quant à Weimann⁹⁶, il suggère un partage entre l'utilité des liens faibles et des liens forts : les liens faibles représentent des ponts sur lesquels l'innovation (les idées) circule d'un groupe social à un autre, mais la prise de décision est influencée par les liens forts au sein de chaque groupe. La dichotomie des liens forts et des liens faibles ainsi que les fonctionnements

⁹⁴HALL, *Au-delà de la culture*, op. cit.

⁹⁵POOL, I. « Comment on Mark Granovetter's "The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited" ». In : *Meeting of the International Communications Association*. 1980 ; Cité par GRANOVETTER, « The strength of weak ties: A network theory revisited », op. cit., p. 209.

⁹⁶WEIMANN, G. « Conversation Networks as Communication Networks ». Thèse de doct. Israël : University of Haifa, 1980 ; Cité par GRANOVETTER, « The strength of weak ties: A network theory revisited », op. cit., p. 219.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

brièvement décrits, se retrouvent également dans les pratiques des individus et des groupes connectés à Internet, en quête d'informations ou désireux de communiquer.

Ce modèle de socialisation explique en partie l'appropriation par les internautes des plates-formes de médias sociaux numériques et la réussite des pratiques (évolutives) proposées par ces médias. L'innovation constante et l'ajout de nouveaux outils ont donc permis l'émergence de nouvelles formes de sociabilisation et d'échanges en suivant le modèle des liens faibles : permettre la discussion et l'échange d'informations provenant ou non du « lien social source ». Cette sociabilité basée sur les degrés de proximité et d'amitié contribue à faire du web un berceau d'idées. Elle peut être vue comme un « jeu de réciprocités » dans lequel les individus occupant des positions différenciées et inégalitaires, établissent des relations interpersonnelles et stylisées. Selon Pierre Mercklé, ce jeu prend la forme du réseau « parce qu'elle correspond à ce qu'il y a dans la relation sociale à la fois d'informel, au sens de non organisée, et de formel, au sens cette fois où elle est de la forme dont le contenu n'est qu'un prétexte⁹⁷. ». Pour lui, l'amitié peut être considérée comme un bien collectif et une ressource individuelle. D'ailleurs, il fait la distinction entre les relations électives ou affinitaires (amis, amants...) et celles qui ne le sont pas (collègues de travail...), en portant une attention particulière à leurs fonctions et leurs usages. En s'appuyant sur les travaux de Graham A. Allan⁹⁸ sur la solidarité instrumentale (l'amitié comme source d'aide) et expressive (l'amitié comme un lieu de confiance), P. Mercklé avance l'argument que « la relation amicale, censément « gratuite », tire en réalité une partie de son sens des ressources, « expressives » ou « instrumentales », qu'elle procure aux individus qu'elle

⁹⁷MERCKLÉ, *Sociologie des réseaux sociaux*, op. cit., p. 37.

⁹⁸ALLAN, G. A. *A Sociology of Friendship and Kinship*. London : Allen & Unwin, 1979 ; Cité par MERCKLÉ, *Sociologie des réseaux sociaux*, op. cit., p. 41.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

engage⁹⁹ ». Il poursuit en ajoutant qu'afin de tirer le meilleur bénéfice d'une relation, l'individu opère une séparation entre les deux types de réseaux et une « forte différenciation des ressources qu'ils apportent¹⁰⁰ ». Il complète cette analyse sur la sociabilité et l'amitié ainsi : « Derrière l'indétermination fonctionnelle [...] que constitue apparemment la société, apparaît en réalité sa forme ambivalente : d'un côté, d'un point de vue que l'on pourrait qualifier de « microsociologie », loin d'être désintéressée, la sociabilité peut être vue comme une ressource individuelle, comme le résultat de stratégies mises en œuvre par des acteurs sociaux qui gèrent un « capital social » de relation ; d'un autre point de vue, que l'on pourrait qualifier de « macrosociologie », la sociabilité peut être envisagée comme un bien collectif, un principe de cohésion sociale¹⁰¹. » Merklé conclut que cette dualité de la sociabilité entre ressources individuelles et biens collectifs pose les bases pour les discussions autour de la notion de capital social, une notion qui, à notre sens, se rapproche du modèle des liens forts et faibles.

Le terme de « capital social » a été à l'origine introduit par Glenn Loury¹⁰² pour décrire les ressources issues des relations sociales des individus. Il a été ensuite largement développé par d'autres auteurs. Côté francophone, son précurseur, Pierre Bourdieu¹⁰³, s'est focalisé sur l'usage individuel et privatif des sources, et Michel Forsé¹⁰⁴ a mené des recherches pour démontrer l'hypothèse selon laquelle l'acquisition d'un statut est fortement liée au capital social mobilisé. Mais, c'est par les chercheurs anglophones que le concept a été plus largement étudié, les travaux les plus cités

⁹⁹Idem, *Sociologie des réseaux sociaux*, op. cit., p. 39-41.

¹⁰⁰Ibid., p. 39-41.

¹⁰¹Ibid., p. 39-41.

¹⁰²LOURY, G. « A Dynamic Theory of Radical Income Differences ». In : *Women, Minorities, and Employment Discrimination*. Sous la dir. de LEMUND, A. et WALLACE, P. A. Lexington : Lexington Books, 1977.

¹⁰³BOURDIEU, « Le capital social », op. cit.

¹⁰⁴FORSÉ, M. « Rôle spécifique et croissance du capital social ». In : *Revue de l'OFCE* 76.1 (2001), p. 189-29.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

étant ceux de James S. Coleman¹⁰⁵ et Robert Putnam¹⁰⁶. Selon Frédéric Deschenaux et Claude Laflamme, ce dernier a « une approche plutôt centrée sur les communautés et non sur les individus qui la composent¹⁰⁷ ». Chez R. Putnam, le capital social se réfère aux réseaux sociaux, à la réciprocité et à la confiance qui émergent des connections entre les individus. Il explique également, que selon cette théorie, les réseaux sociaux ont de la valeur (a priori non-économique) car les contacts sociaux peuvent augmenter la productivité des individus et des groupes. En effet, dans leur ouvrage compilant les théories sur le capital social, Jean Houard et Marc Jacquemain discutent la proposition de R. Putnam¹⁰⁸ et concluent que « le capital social devient un ensemble de ressources permettant à un groupe de surmonter les difficultés de l'action collective¹⁰⁹ », une affirmation basée sur la proposition de Putnam à propos du capital social comme bien public et privé : « Un trait caractéristique du capital social [...] est qu'il est normalement un bien public, à l'inverse du capital conventionnel, qui est normalement un bien privé ». Dans cette perspective, les ressources (les relations) ne sont pas considérées comme des biens individuels, mais plutôt comme des « facteurs productifs des ressources collectives que sont la confiance et les normes de coopération¹¹⁰ ».

En lien avec la théorie des liens forts et faibles de Granovetter, R. Putnam propose trois typologies de capital social : *le bonding*, *le bridging* et

¹⁰⁵COLEMAN, J. S. *Foundations of social theory*. Cambridge : Harvard University Press, 1990.

¹⁰⁶PUTNAM, R.D. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. A Touchstone book. Simon & Schuster, 2001.

¹⁰⁷DESCHENAUX, F. et LAFLAMME, C. « Réseau social et capital social : une distinction conceptuelle nécessaire illustrée à l'aide d'une enquête sur l'insertion professionnelle de jeunes Québécois ». In : *SociologieS [Online], Theory and research* 169.3 (juin 2009).

¹⁰⁸PUTNAM, R.D., LEONARDI, R. et R., Nanetti. *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton paperbacks. Princeton University Press, 1993.

¹⁰⁹HOUARD, J. et JACQUEMAIN, M. *Capital social et dynamique régionale*. De Boeck Supérieur, 2005.

¹¹⁰Ibid.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

le *linking social capital*. Puisque ce sont des termes difficiles à traduire, nous préférons emprunter les explications détaillées de Houard et Jacquemain :

On parlera de « bonding social capital » pour designer les liens au sein des groupes relativement homogènes tels que les groupes d'âge, les communautés ethniques, les classes sociales, ou les communautés religieuses par exemple. On parlera à l'inverse de « bridging social capital » pour designer les connexions au sein de groupes plus hétérogènes et plus lâches comme les camarades de travail, les groupes de pairs ou à l'extrémité les forums de discussion sur Internet. Si le premier type de capital social peut être métaphoriquement décrit comme une sorte de colle qui « agglutine » les semblables, le second est vu comme une forme de pont jeté entre deux personnes ou des groupes différents. [...]

Le succès de cette typologie, outre le côté visuellement assez intuitif de la métaphore, est dû au fait que les deux formes de liens ne produisent pas les mêmes effets : selon une formule régulièrement reprise, le « bonding » est utile pour s'en sortir (get by) et le « bridging » sert plutôt à progresser (get ahead). Autrement dit si ce sont les liens plus forts avec les proches qui sont les plus utilisés en cas de difficulté matérielle ou psychologique lourde, ce sont les liens plus faibles avec des gens plus différents qui seront plus utilement mobilisés dans une perspective de recherche d'opportunités nouvelles. Putnam insiste aussi sur le fait que le « bonding social capital » est davantage susceptible de produire des externalités négatives : la communauté fortement soudée est facilement exclusive donc hostile à l'extérieur. Ce sont les liens plus lâches et plus ouverts du « bridging social capital » qui corrigent les effets d'homogénéisation et de

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

*fermeture du « bonding social capital ». [...] À cela il faut ajouter une difficulté conceptuelle : beaucoup de groupes ou de réseaux peuvent être considérés comme « bonding » sous un aspect et « bridging » sous un autre. Par exemple les communautés religieuses rassemblent des gens très semblables sur le plan de leurs croyances mais qui peuvent éventuellement être fort hétérogènes sur le plan d'appartenance sociale. De même on peut considérer a priori que les communautés virtuelles sur le Net sont plutôt « bridging » puisqu'elles permettent à des individus qui ne se connaissent pas et ont des modes de vie très différents de se rassembler autour d'une thématique. Mais précisément, la thématique commune peut devenir tellement envahissante dans la vie quotidienne des participants au réseau que le groupe devient une sorte de substitut virtuel d'une communauté fermée. [...] Le troisième type de capital social qui est dit « linking », désigne les liens entre personnes de statut différent. Il s'inscrit donc sur un axe « vertical » et « consiste en relations du bas en haut de l'échelle sociale » [John Field, *Social Capital*, Routledge, 2003, p.66]. Ce type de connexion est jugée particulièrement importante parce qu'il permet d'atteindre des ressources généralement inaccessibles à la communauté. On peut imaginer par exemple, le cas du membre d'un groupe ou d'une communauté qui, par les aléas de son parcours biographique, a développé des relations avec une personne très riche ou un membre influent d'un exécutif politique. [...] Quoi qu'il en soit cette typologie ternaire (bonding, bridging, linking) a indiscutablement fait son nid dans la littérature.¹¹¹*

¹¹¹Ibid.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

Nous pouvons voir que cette proposition de Putnam prend en compte les communautés en ligne et leur influence positive dans la croissance du capital social de ses membres. Une personne, appelons-la A, constitue au départ son réseau en ligne grâce à son *bonding social capital* qui peuvent être formé de personnes issues d'un groupe largement homogène. Progressivement, le *bridging social capital* du réseau de A, c'est-à-dire les contacts plus distants, et possiblement plus hétérogènes, vont avoir tendance à étendre le réseau/groupe de A. Comme nous le verrons lors de l'analyse de nos résultats, ces typologies du capital trouvent leur place dans les différentes interactions que nous avons pu observer au sein de la communauté en ligne qui compose notre échantillon.

La littérature suggère que le capital social n'est pas une seule entité mais une variété d'entités différentes, partageant à la fois deux caractéristiques : elles sont composées de plusieurs aspects de la structure sociale et elles facilitent certaines actions des individus appartenant à la structure. Dans la définition de James Coleman¹¹², le capital social est productif et rend possible certaines fins qui, par son absence, seraient difficiles à atteindre. Le capital social apparaît donc lorsque les relations entre personnes évoluent vers des comportements qui facilitent l'action. Coleman complexifie sa vision du capital social car il y voit des éléments clefs pour une « nouvelle structure sociale ». Philippe Steiner, en présentant l'ouvrage de Coleman, *Foundations of Social Theory*, résume cette façon de voir les relations sociales :

Le capital social intéresse aussi Coleman dans la mesure où il y voit une des configurations grâce à laquelle s'opère le passage du micro au macro (Foundations, p. 305) puisque cette ressource permet de diminuer le coût de la mise en œuvre effective d'une

¹¹²COLEMAN, *Foundations of social theory*, op. cit.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

*norme et facilite les prises de décision collective par consensus entre les membres du groupe. Cela suppose que les relations entre les individus soient fortes et denses, ce que Coleman qualifie de réseau social clos (closure of social network) ; au-delà de son aspect technique, cette clôture comporte une dimension analytique importante en désignant la ressource qui se trouve derrière la confiance, les normes, le capital social, la capacité à s'opposer au pouvoir (Foundations, pp. 109-112, p. 135, p. 269, pp. 275-278, pp. 284-285, p. 318, p. 362, p. 495, pp. 593-594). Il faut cependant être attentif à deux autres dimensions constitutives du capital social : premièrement, le capital social est systématiquement associé à d'autres relations que celles pour lesquelles il constitue une ressource intéressante, c'est un sous-produit (Foundations, p. 312) qui est rattaché soit aux relations familiales ou, plus généralement, aux relations primordiales – la famille, le voisinage et la religion (Foundations, p. 584) – soit aux relations de type don- contre-don, relations que Coleman avoue avoir quelque mal à intégrer dans son système, comme on peut s'en douter. Deuxièmement, le capital social a une nature de bien collectif : une personne peut en bénéficier sans proportion avec sa contribution et, surtout, les comportements égoïstes intéressés peuvent détruire une quantité considérable de capital social, sans même que l'on s'en rende bien compte, c'est-à-dire sans que le coût en soit sensible pour l'individu qui fait défection vis-à-vis de ce bien public.*¹¹³

¹¹³STEINER, Ph. « Les Foundations de James S. Coleman : une introduction ». In : *Revue française de sociologie* 44.2 (2003), p. 205-27.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

Pour illustrer son raisonnement, Coleman propose le diagramme 4.3, dans lequel il distingue le capital humain - obtenu, d'après lui, lorsqu'on échange la personne afin de lui donner de nouvelles compétences et capacités - et le capital social. Cette figure représente la relation entre 3 personnes (A, B, C), le capital humain réside dans les nœuds et le capital social dans les lignes faisant la liaison entre les nœuds.

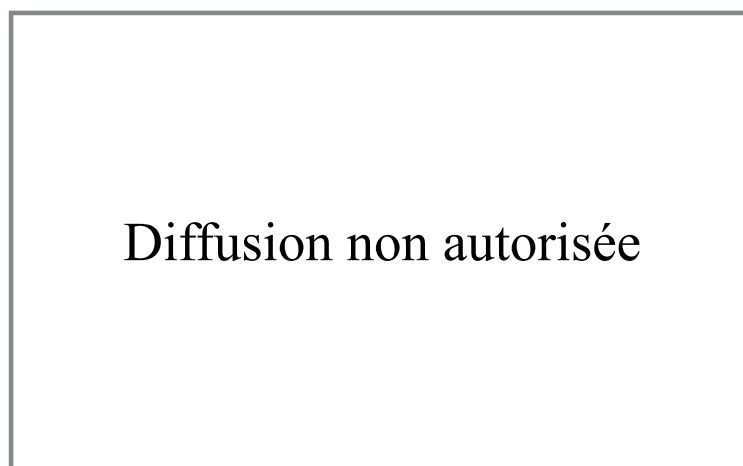


FIGURE 4.3. – La structure de « trois personnes », le capital social représenté par les nœuds et le capital social par les relations. Extrait de James Coleman, *Foundations of social theory*, Harvard University Press, 1990

La force du concept repose sur sa capacité à identifier les fonctions des différents aspects de la structure sociale pour, ensuite, en extraire de la valeur et en faire des ressources d'utilité pour les individus. Et puisque le capital social est difficile à contrôler, il suscite des stratégies adaptées à son utilisation. Il permet ainsi d'étudier le potentiel de chaque « source/individu » pour mieux le combiner et en tirer profit. Coleman remarque finalement que, s'il n'est pas alimenté, le capital social peut se déprécier facilement avec le temps. Les relations sociales meurent si elles ne sont pas entretenues, la communication régulière joue donc un rôle majeur.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

Les théories des réseaux sociaux regroupent, comme nous avons pu le voir, principalement des concepts, et variantes de ces concepts, s'articulant autour de communautés composées de membres proches ou distants, du capital social, des liens forts et faibles, des « ponts » sociaux, et des individus « sources ». La recherche sur les médias sociaux, et plus précisément sur les sites des réseaux sociaux numériques, s'appuie fortement sur ces concepts tout en développant l'influence du numérique dans la conduite des relations sociales *online/offline*. En rassemblant ce type d'appareils conceptuels, l'exercice mettant en place des stratégies d'exploration ou d'exploitation du potentiel du réseau ouvre des pistes vers un grand nombre de combinaisons d'études. Les pionniers de la recherche sur les réseaux sociaux numériques chez les jeunes se sont rapidement inspirés des différentes interprétations du capital social. Nicole Ellison, une des premières universitaires à s'être intéressée à ce genre de recherche, explique dans une interview accordée à Thomas Stenger et Alexandre Coutant que « la notion de capital social a donné un cadre théorique pour en explorer les avantages et une grammaire pour décrire certaines implications positives de l'utilisation de ces réseaux¹¹⁴ ».

Ainsi, suivant ce courant, de nombreux chercheurs se sont penchés ces dernières années sur des questions relatives aux effets positifs ou négatifs d'Internet et des réseaux sociaux numériques sur le capital social, ainsi que sur les liens forts et faibles, en prenant appui sur les concepts de Putnam et de Coleman. Certains travaux attaquent fortement les relations *online*, comme ceux de Norman Nie¹¹⁵ qui s'attachent à démontrer que l'Internet ne rend pas ses utilisateurs plus sociaux ; mais que, bien au contraire, il les

¹¹⁴ELLISON, N. et THIERRY, A. « Réseaux sociaux, numérique et capital social. Entretien réalisé par Thomas Stenger et Alexandre Coutant ». In : *Hermès, La Revue* 59 (2011), p. 21–23.

¹¹⁵NIE, N. « Sociability, Interpersonal Relations, and the Internet, Reconciling Conflicting Findings ». In : *American Behavioral Scientist* 45.3 (nov. 2001), p. 420–435.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

isole et réduit le temps qu'ils peuvent consacrer aux rencontres *offline* ou dans la vie réelle. D'autres avancent l'idée que l'utilisation d'Internet ne modifie pas le capital social dans une communication de personne à personne, comme dans les messages individuels. Ce sont les messages adressés aux communautés virtuelles qui agissent sur le capital social, car souvent il s'agit de communautés géographiquement proches et non distantes comme on a tendance à le croire (Annabel Qua Haase et Barry Wellman ¹¹⁶). Wellman s'inscrit dans cette mouvance avec les résultats de l'enquête ethnographique qu'il a menée avec Keith Hampton ¹¹⁷ au sein du nouveau quartier résidentiel de la banlieue de Toronto, Netville :

Lorsqu'on étudie les communautés, online ou offline, il est impératif de reconnaître qu'elles ne doivent pas forcément être locales, ce sont les aspects de sociabilité et de soutien de l'interaction qui définissent la communauté, et non pas l'espace local dans lequel les interactions peuvent avoir lieu. Il faut reconnaître que les relations s'étendent au-delà du voisinage et incluent un réseau personnel d'amis, des membres de la famille, et des collègues de travail. Cet ensemble peut s'étendre à la ville ou au monde. De même, l'étude de communautés virtuelles ne doit pas se limiter aux interactions qui ont lieu dans ce cadre, mais doit regarder comment ces interactions s'adaptent à cet ensemble de liens sociaux qui constitue les communautés multiples que nous fréquentons. Des analyses préliminaires suggèrent que l'Internet supporte une grande variété de liens sociaux, forts et faibles, utilitaires, émotionnels, sociaux et d'adhésion. Il est rare que ces

¹¹⁶QUA HAASE, A. et WELLMAN, B. « How Does the Internet Affect Social Capital? » In : *Social Capital and Information Technology*. Sous la dir. d'HUYSMAN, M. et WULF, V. MIT Press, 2004, p. 113–130.

¹¹⁷HAMPTON, K. et WELLMAN, B. « Netville Online and Offline Observing and Surveying a Wired Suburb ». In : *American Behavioral Scientist* 43.3 (1999), p. 475–492.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

*relations se cantonnent exclusivement aux communications assistées par ordinateur, elles sont aussi entretenues grâce à un entrelacs d'interactions online/offline. En dépit de la capacité d'Internet à servir de technologie de communication globale, une grande part de l'activité en ligne a lieu entre les personnes qui habitent ou qui travaillent à proximité, souvent à Netville même.*¹¹⁸

Dans cette étude, Wellman et Hampton concluent que le taux élevé d'activité en ligne contribue à ancrer la conscience du local et augmente les activités en face à face. Cet assortiment d'interactions globales de longue distance au sein des interactions locales de Netville est baptisé par les chercheurs « glocalisation ». L'Internet permet donc aux membres de la communauté d'exploiter leur capital social pour s'organiser et organiser des activités, mais aussi pour connaître les voisins et rester en contact avec les liens plus distants. Nous pouvons ajouter que ces résultats montrent que l'Internet ne remplace pas les méthodes de communication ordinaires, bien au contraire, il répond à certains besoins lorsque les autres méthodes de mise en relation ne sont pas disponibles.

D'autres travaux entièrement centrés sur les réseaux sociaux numériques, tels que ceux de N. Ellison, « suggèrent qu'il existe un lien entre capital social de type ouvert (« bridging », où l'on crée des passerelles) ou fermé (« bonding », où l'on noue des liens affectifs) et l'utilisation des réseaux socionumériques. »¹¹⁹. Dans une de ses nombreuses publications sur le sujet, Ellison avec Cliff Lampe, Charles Steinfield, et Jessica Vitak¹²⁰ fait le lien entre l'utilisation de réseaux sociaux comme Facebook et l'augmen-

¹¹⁸Ibid.

¹¹⁹ELLISON et THIERRY, « Réseaux sociaux, numérique et capital social. Entretien réalisé par Thomas Stenger et Alexandre Coutant », op. cit.

¹²⁰ELLISON, N. et al. « With a little help from my Friends: How social network sites affect social capital processes ». In : *A networked self Identity, community and culture on social network sites*. Sous la dir. de PAPACHARISSI, Z. Routledge, 2011.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

tation du capital social, particulièrement celui de type ouvert (*bridging*). Après une étude menée auprès d'étudiants à l'université, l'équipe de chercheurs constate que l'échantillon a tendance à utiliser Facebook pour rester en contact avec les amis, les connaissances et certains liens distants, au lieu de s'en servir pour rencontrer de nouvelles personnes. Accessoirement, les enquêtés se servent du site pour effectuer des recherches sur des personnes appartenant à leurs relations *offline*. L'autre conclusion de cette étude est que Facebook aide à renforcer la production d'un capital social, notamment par la réorganisation du réseau social des individus et par la réduction des coûts de communication possible grâce à la gratuité des services et à la constante évolution des technologies sur le site.

Il est important de noter que si les technologies de communication changent constamment, et que leurs services sont largement adoptés, cela n'implique pas que tous les utilisateurs embrassent les mêmes usages, les différences culturelles et géographiques jouant un rôle clef. En guise d'illustration, citons les cas des internautes catalans et hongkongais décrits par Anabel Qua Haase et Barry Wellman¹²¹. Les premiers fréquentent beaucoup moins l'Internet et privilégient en premier lieu les rencontres en personne, et en deuxième lieu le téléphone. Cette population utilise donc l'Internet uniquement pour communiquer avec les personnes géographiquement distantes. À l'opposé, les hongkongais utilisent l'Internet pour socialiser, plus que les nord-américaines (Chau et al.¹²²). Or, Qua Haase et Wellman développent l'idée que, même si les technologies sont adoptées selon des rythmes différents, les capacités communicationnelles d'Internet viennent s'ajouter à celles des dispositifs déjà mis en place. Cette combinaison amène les cher-

¹²¹QUA HAASE et WELLMAN, « How Does the Internet Affect Social Capital? », op. cit.

¹²²CHAU, P. et al. « Cultural differences in the online behavior of consumers ». In : *Communications of the ACM* 45.10 (2002), p. 138-143.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

cheurs à affirmer que plus la relation est forte, plus le nombre de dispositifs utilisés et d'informations échangées est grand.

Le dernier aspect que nous n'avons pas encore répertorié à propos du capital social est la notion de « don ». Dans une publication où il démontre le rôle du capital social dans la constitution du capital humain, Coleman propose trois formes de capital social : « (1) les obligations et les expectatives, qui dépendent de la confiance et de l'environnement social, (2) le flux d'information que la structure sociale peut générer, et (3) les normes et les sanctions ¹²³ ». La notion de don se retrouve diluée dans les explications de Coleman, cependant Jaques Folon nous propose une brève analyse.

En voici les aspects :

- *Le don d'un des acteurs envers un autre, qui lui donne une sorte de crédit, de droit de tirage. Par contre, chez celui qui reçoit, il peut y avoir une tension de ce fait de devoir rendre.*
- *L'information qui est un des éléments importants du capital social, un de ses bénéfices, et un de ses supports. L'acquisition d'information est un avantage de participer au réseau.[...]*
- *Les normes et les sanctions qui dissuadent de transgresser les règles et qui permettent à tous de jouer selon les mêmes règles.* ¹²⁴

Folon fait ensuite le lien entre cette conception du don et les réseaux sociaux numériques.

Cette conception du capital social est parfaitement applicable au fonctionnement des réseaux :

¹²³COLEMAN, J. « Social Capital in the Creation of Human Capital ». In : *American Journal of Sociology* 94 (1988), p. 95–112.

¹²⁴FOLON, J. *Le printemps numérique: Comment la révolution digitale a modifié la société, l'enseignement et les entreprises*. 2015.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

- *Les réseaux sociaux sont un espace de dons et de contre dons permanents en termes de photos, video, de liens.*
- *L'information et la circulation de celle-ci sont aussi à la base du fonctionnement des réseaux sociaux. Cette circulation qui est la base des « partager » sur Facebook ou des « retweets » sur Twitter ou des commentaires sur les restaurants et endroits sur Foursquare.*
- *Les normes et les sanctions édictées soit par les concepteurs des différents médias sociaux, soit par le comportement de la communauté elle-même, précisent les règles que la majorité respecte.*¹²⁵

Du point de vue de Coleman, le don est conditionné au niveau de la confiance que nous avons dans le groupe et à l'environnement social, ce qui favorise la mise en place d'un système de « dette ». Dans un tel environnement, tous les membres du groupe sont de potentiels donateurs, or l'obligation de « payer sa dette » s'impose car s'il s'agit bien au fond d'aider « l'autre », il ne faut pas oublier que l'on parle d'une sorte d'emprunt social et que la pression du cercle peut être forte. D'ailleurs, la communauté est libre de dicter ses normes d'échanges de dons, en prenant en compte les spécificités et les intérêts des membres.

Le don fait en ligne doit correspondre à l'image que l'on souhaite projeter de soi, une pratique semblable à ce qui se fait dans certaines sociétés très attachées à la culture des cadeaux (dons) - en Inde, en Chine, en Corée ou au Japon. En effet, certains réseaux sociaux venus de ces cultures se basent sur le principe du don comme le réseau social d'origine coréenne *Cy-world* où l'on offre des cadeaux virtuels à ses contacts (Antonio Casilli¹²⁶).

¹²⁵Ibid.

¹²⁶CASILLI, A. *Les liaisons numériques*. La couleur des idées. Paris : Editions du Seuil, 2010.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

Dans le monde des réseaux sociaux numériques les dons sont visibles par tous les « amis », ce qui pousse les « donateurs » à être plus attentifs à ce qu'ils partagent - il faut comprendre ici que les dons sont des liens, des vidéos et des photos partagés, des commentaires ou des interactions sur le mur de ses amis. De ce fait, que ce soit du narcissisme, du philanthropisme, ou du marketing de soi, ce système de don visible crée une logique de don et de contre-don jusqu'à ce que le site qui permet ces interactions soit démodé.

Dans ce type de logique, le contre-don attendu par la communauté correspond généralement à un don du même niveau. Pour A. Casilli, l'échange de ressources en ligne « revêt un rôle central dans la culture Web, laquelle serait animée par un véritable « plaisir d'offrir »¹²⁷ ». Puisque le modèle des réseaux sociaux numériques se base sur la distraction et le divertissement, le donneur se retrouve dans un environnement où cette pratique peut être associée à ses loisirs et ses centres d'intérêt. Ainsi le don *online* est très dissocié du don *offline*, car ce dernier peut être rattaché à des choses ou des actions que le donneur n'aime pas particulièrement. En 1929, Marcel Mauss¹²⁸ fournit la description la plus célèbre du don, en analysant les mœurs des peuples des îles du Pacifique. Casilli s'appuie sur ce récit anthropologique pour expliquer que « le don [...] n'est pas une question de courtoisie ou d'altruisme. Il sert surtout à neutraliser le risque de comportements antisociaux. Chez Mauss, il apaise les conflits entre clans ; dans le monde en ligne, il peut décourager des comportements déloyaux et abusifs¹²⁹ ». Une logique qui peut se résumer à « je partage avec toi mes données, donc tu partages avec moi les tiennes¹³⁰ ».

¹²⁷Ibid.

¹²⁸MAUSS, M. *Essai sur le don : forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*. Classiques des sciences sociales. Paris : PUF, 2007.

¹²⁹CASILLI, *Les liaisons numériques*, op. cit.

¹³⁰Ibid.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

Le théoricien du Web, Richard Barbrook, rappelle qu'Internet a été construit sur le principe de l'économie du don. Le « Net » d'aujourd'hui est le produit d'une longue collaboration datant des années soixante qui, dans un premier temps, incluait le milieu scientifique et la défense américaine, puis se sont ajoutés les entrepreneurs et les communautés d'informaticiens. Au cours de cette construction, les créateurs se sont inspirés de l'économie universitaire du don qui a constitué pendant longtemps la méthode de travail du milieu scientifique. Ainsi, R. Barbrook peut affirmer que dès le début il y a eu une volonté de créer un espace de libre échange de l'information « fermement ancré dans les technologies et les usages sociaux du cyberspace¹³¹ ».

La logique du don et du contre-don a pour conséquence le partager d'informations du même ordre, ce qui se résume à des commentaires du même niveau, des liens de même qualité, des photos dévoilant un niveau d'intimité égal, etc. Le principe de base de l'algorithme de Facebook pousse les utilisateurs à suivre cette logique. Sur son site, Facebook explique que le contenu affiché sur le fil d'actualité (*news feed*) correspond aux contacts et aux pages avec lesquels l'utilisateur a une activité constante, c'est-à-dire échanges, partages, « *likes* », bref tout ce que Facebook a défini comme des marqueurs d'une relation active. L'algorithme prend en compte les personnes qui échangent régulièrement entre elles en leur demandant si elles souhaitent mutuellement recevoir des informations ; en revanche, les personnes avec lesquelles il n'y a aucune interaction sont considérées soit comme des contacts « indésirables », soit comme des contacts inactifs. Le fil d'actualité donne ainsi moins de visibilité au contenu détenu par cette catégorie de contacts, ce qui peut s'avérer négatif pour les personnes qui

¹³¹BARBROOK, R. « L'économie du don high tech ». In : *Libres enfants du savoir numérique*. Sous la dir. de BLONDEAU, O. et LATRIVE, F. Editions de l'Éclat, 2000, p. 143–157.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

s'y rendent peu. En effet, plus l'activité d'un compte est faible, moins les contenus qui y sont publiés sont visibles. Cette formule permet à Facebook d'inciter ses membres à donner plus de contenu pour faire vivre leur réseau et, de cette manière, attirer toujours les utilisateurs sur ce service.

Il est important d'ajouter que Facebook s'est inspiré des modèles d'autres réseaux sociaux (Livejournal, Friendster) qui, eux, se sont à la fois basés non seulement sur les théories des réseaux sociaux et du capital social, évoquées précédemment, mais aussi sur les principes de la sociologie de l'amitié. Pour Mercklé, l'amitié est un bien collectif qui contribue à la constitution de la société « en obéissant à des fortes régularités sociales, elle jouerait de ce fait un rôle de régulation sociale¹³² ». Le sociologue utilise le terme d'« homophilie » pour expliquer le constat sociologique sur « la tendance, pour l'amitié à se former entre personnes possédant des caractéristiques similaires¹³³ ». Selon ces affirmations, et contrairement à l'idée reçue que l'amitié est libre, sans prescriptions ni censure, l'être humain a tendance à considérer l'amitié comme une relation entre égaux qui se développe en fréquentant des endroits socialement homogènes. Cependant, A. Casilli considère qu'avec les nouveaux cyber-agoras, l'amitié dépasse toutes les frontières sociales : « Même si l'on pourrait s'attendre à ce que des individus du même niveau socio-économique, de la même religion, du même sexe, aient tendance à se grouper dans les services de réseautage social, les réseaux numériques semblent défier les dynamiques de cloisonnement identitaire qui existent hors ligne. » L'homophilie se manifeste plus difficilement dans le monde virtuel car il n'y a pas de contexte qui la favorise ; bien au contraire, dans ce monde socialement mixé, les utilisateurs ont moins peur de développer des liens d'amitié avec des personnes avec qui ils ont moins d'affinités. Casilli explique ce phénomène par le désir d'exploration

¹³²MERCKLÉ, *Sociologie des réseaux sociaux*, op. cit.

¹³³Ibid.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

et d'apprentissage de la part des membres de la communauté et ceux-ci « au fur et à mesure de leur fréquentation d'un environnement numérique, comprennent que les *friends* qui apportent davantage en termes d'enrichissement relationnel (intimité, confiance, ouverture réciproque) et le capital social sont ceux avec lesquels ils ont initialement moins d'affinités. La variété fait la richesse d'une liste de contacts, parce qu'elle permet d'atteindre des milieux sociaux différents de celui de l'utilisateur ». Dans le monde virtuel des réseaux sociaux, de telles pratiques encouragent la circulation des biens et des services correspondant aux structures sociales en réseaux. Ce trafic de données en ligne, émanant de tout le village global, est constitué d'éléments linguistiques, culturels, intellectuels, professionnels, scientifiques... bref un espace de savoir pour les communautés en ligne.

Pierre Levy¹³⁴ appelle ce trafic singulier de données issues des liens sociaux « l'intelligence collective ». Dans sa définition, il explique que ce type d'intelligence présume de l'articulation et de la valorisation constante et mutuelle des apports singuliers de chacun des membres d'une communauté. L'intelligence est distribuée partout, en se manifestant sous différentes formes. C'est donc le travail des membres de la communauté d'apprendre à évaluer, filtrer, et organiser la diversité des qualités humaines. Pour Levy, l'économie tourne déjà autour de la production de liens sociaux et du relationnel. Par cela, il se réfère particulièrement aux aspects humains et non à la connaissance. Beaucoup de sites de médias sociaux ont commencé à exploiter ces particularités de l'intelligence collective demandant aux usagers non pas une contribution « intellectuelle » mais une contribution puisant dans leurs autres capacités (artistique, photographique, filmique, musicale...). En principe, ces activités augmentent le potentiel de l'être humain et conduisent à l'évolution des pratiques sociales et du tra-

¹³⁴LEVY, *L'intelligence Collective*, op. cit.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

vail. Les organisations se trouvent dans la nécessité d'adapter leurs modes de fonctionnement souvent sévères et hiérarchisés à des modes incitant au travail collaboratif et à la prise d'initiative (Levy¹³⁵ et van Dijk¹³⁶). Nous constatons très fréquemment que des technologies nouvelles liées aux réseaux sociaux numériques apparaissent à la disposition des organisations, facilitant le travail, la discussion et l'exploitation des ressources à distance. Au MIT, une équipe de chercheurs s'est consacrée à l'étude de l'intelligence collective issue des communautés en ligne et, dans une de leurs publications, Thomas Malon et al.¹³⁷ mettent en lumière son système de fonctionnement. Le groupe s'est basé sur l'observation de 250 cas d'utilisation d'intelligence collective (IC) en ligne (Wikipédia, Google, Linux, Ebay, Amazon, Youtube, Epinions, etc.) avec pour but de détecter l'existence de plusieurs modèles et méthodes d'organisation. Selon leur analyse, l'IC est constituée de plusieurs blocs qui peuvent être combinés et recombinaés de différentes façons au sein de différents systèmes. Afin de classifier les blocs, les chercheurs ont utilisé quatre questions :

- *What is being done ?* Que fait-on ? = objectif
- *Who is doing it ?* Qui fait cela ? = effectifs
- *Why are they doing it ?* Pourquoi le font-ils ? = motivation
- *How is it being done ?* Comment est-il effectué ? = structure/ processus

Ce cadre référentiel est inspiré des théories de management, et plus précisément des modèles organisationnels. Pour illustrer son fonctionnement, les chercheurs ont pris comme exemple la création du système opératif Linux,

¹³⁵Ibid.

¹³⁶DIJK, *The Network Society*, op. cit.

¹³⁷MALONE, Th., LAUBACHER, R. et DELLAROCAS, Ch. « The Collective Intelligence Genome ». In : *MIT Sloan Management Review, Special Collection Spring 2014 : What's in Store for Your Digital Enterprise?* (2014).

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

pour lequel le *What* correspond à la première facette d'un projet : la mission et l'objectif. Les blocs associés sont la créativité (désir de créer un nouveau système opératif) et la prise de décision (choisir les caractéristiques qu'il doit avoir). Le *Who* désigne les acteurs, donc le leader et le type de communauté. Le *Why* détermine les motivations et les bénéfices, les blocs associés sont donc l'argent, la gloire et le désir de rendre les connaissances accessibles. Finalement, le *How* détermine la façon dont l'activité va s'effectuer, le type d'organisation le plus récurrent étant la hiérarchie. Mais pour les communautés en ligne, il existe une nouveauté le bloc « foule » qui propose quatre types de blocs : la collecte (comme dans Youtube où chaque membre produit sa propre vidéo pour, au final, la trouver regroupée à d'autres vidéos sur un seul site), la collaboration, les décisions individuelles, et les décisions de groupe. Lorsque l'on applique ce cadre à l'utilisation précise des réseaux sociaux numériques, les chercheurs estiment qu'il devient un facteur important et intéressant au moment d'une prise de décision. Les commentaires, les billets de blogs, les likes et les recommandations lorsqu'ils proviennent de sites ou de communauté à auxquels nous faisons confiance, jouent un rôle important dans la prise de décision. Les médias sociaux numériques et les sites d'e-commerce, entre autres, ont adopté le modèle d'IC pour influencer les internautes (ou e-consumers dans certains cas). Ces dernières années, le fait de solliciter l'avis des internautes sur un article, un service, un produit etc. s'est démocratisé sur un grand nombre de sites. Si de telles pratiques peuvent être appliquées pour entraîner l'acte d'achat, elles peuvent aussi être employées pour influencer l'agir social. Nous reviendrons sur ce point dans la partie 4.7 consacrée à la communication numérique des minorités.

Pour conclure cette partie, nous pouvons affirmer que la sociabilité en ligne est conditionnée par les liens forts et les liens faibles, ces derniers facilitant la création de ponts vers d'autres groupes ce qui contribue à alimenter

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

le capital social d'un individu ou d'une communauté. Le désir d'accroître son capital social et d'exploiter l'intelligence collective de son cercle est un des ingrédients qui nourrit les motivations d'une présence constante dans le monde virtuel. D'autres éléments comme la confiance ou les dons, que l'on fait et que l'on reçoit, renforcent ces pratiques et stimulent la communauté d'internaute à aller plus loin dans l'avancement de la sociabilité en ligne. Ainsi, en se basant sur la typologie de communautés déjà existantes et sur les derniers développements technologiques, les concepteurs ne cessent de perfectionner les outils numériques qui ciblent des audiences précises avec des objectifs spécifiques. L'utilisateur qui souhaite être informé et présent sur les sites qui l'intéresse doit donc s'inscrire sur chacun d'eux et à chaque fois créer un profil. Parallèlement, cette prolifération de profils conduit l'internaute à assumer plusieurs personnalités qui peuvent parfois s'exporter dans le monde *offline*, avec des conséquences positives ou négatives. On peut supposer que l'un des résultats issu de ce monde des réseaux numériques découle sur une diversification de la personnalité.

4.4. La société des réseaux et les réseaux socio-numériques

Comme nous venons de le montrer, le système social de l'être humain dépend de la façon dont son réseau social est organisé. Plus complexe encore, chaque culture dicte les normes de gestion des réseaux en fonction de ses particularités. Dans le chapitre trois, nous avons discuté des divers courants qui essaient de définir la culture des peuples, nous avons également évoqué certains des aspects qui la composent et qui sont pris en compte dans le cadre précis de notre travail. Nous y retrouvons notamment les symboles,

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

les rituels et les valeurs, qui comme nous le verrons ont été assimilés à la nouvelle culture des réseaux socio-numériques.

Depuis la fin des années 1990, le nombre de sites de réseaux sociaux n'a cessé d'augmenter partout dans le monde, à noter que les régions du globe les plus touchées sont l'Asie, les Amériques et l'Europe. Parallèlement à cela, la typologie des sites a continué à évoluer en proposant des concepts très variés à des publics divers socialement, financièrement et géographiquement, tout prenant soin de rester proche de la culture cible en fonction du pays visé. Nous avons déjà évoqué le site coréen Cyworld qui forge son système d'échange sur la culture du don, très présente dans la société asiatique orientale. Dans une étude publiée par le très renommé Pew Research Center¹³⁸, l'analyste spécialisé sur les questions d'immigration et de démographie, Jens Manuel Krogstad explique comment, aux États-Unis, les groupes minoritaires discriminent certains sites en fonction de la communauté, des services, et osons l'ajouter, du degré de rapprochement culturel. L'étude cite le cas des *Latinos* qui privilégient l'application de partage d'images Instagram (34% des utilisateurs aux États-Unis sont Latinos). Si l'âge des usagers constitue un facteur important (27 ans pour les Latinos, 42 ans pour les Blancs et 33 ans pour les Afroaméricains), on peut ajouter une explication plus anthropologique : ce phénomène vient du fait qu'une grande partie de ce groupe est composée d'immigrants souhaitant montrer leur réussite dans leur nouveau pays de résidence. Ainsi, au-delà de l'expression d'une forme d'égoïsme courante sur ce type d'application, les sites de réseaux sociaux permettent également de réaffirmer un positionnement social, économique et culturel.

¹³⁸*Social media preferences vary by race and ethnicity*. 2015. URL : <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/02/03/social-media-preferences-vary-by-race-and-ethnicity/>.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

Depuis plusieurs années, les chercheurs proposent des définitions pour déterminer les caractéristiques de cet ensemble de réseaux sociaux numériques et leurs usages, mais celles-ci sont aussi nombreuses qu'évolutives. Le premier à s'intéresser au phénomène de la sociabilité en ligne est Howard Rheingold¹³⁹, on lui attribue la première définition publiée en 1993 et qui est centrée sur les communautés en ligne. Pour lui, les communautés virtuelles sont des agrégations sociales qui émergent d'Internet lorsqu'un nombre suffisant de personnes se regroupe et apporte la capacité de mener une discussion publique, avec une touche humaine, pour que des réseaux de relations personnelles puissent se constituer dans le cyberspace. Cette définition a été la plus communément acceptée jusqu'à ce que les réseaux sociaux deviennent plus complexes du point de vue technique et social. En 2007, Danah Boyd et Nicole Ellison¹⁴⁰ proposent une définition qui porte tout particulièrement sur les connexions : les RSN sont présentés comme un service Web qui permet aux individus de créer des profils publics et semi-publics, et d'articuler leurs listes avec celles d'autres usagers avec lesquels ils partagent des connexions. Par ailleurs, les auteurs considèrent que la nature de chaque connexion varie de site en site.

En 2011, Alexandre Coutant et Thomas Stenger¹⁴¹ font la distinction entre tous les sites qui composent l'univers des médias sociaux, et proposent d'englober sous le terme réseaux « socionumériques » les blogs et sites de microblogging, les wikis, les sites de médias ouverts aux commentaires et les réseaux sociaux numériques. Pour eux, l'élément fondamental et identifiant de ces sites est l'UGC (*User Generated Content* - contenu

¹³⁹RHEINGOLD, H. *The virtual community: homesteading on the electronic frontier*. Mass: Addison Wesley, 1993.

¹⁴⁰, danah m. boyd danah m. et ELLISON, Nicole B. « Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship ». In : *Journal of Computer-Mediated Communication* 13.1 (2007), p. 210–230.

¹⁴¹COUTANT, A. et STENGER, Th. « Introduction ». In : *Hermès, La Revue : Ces réseaux numériques dits sociaux* 59 (2011), p. 9–17.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

généralisé par les utilisateurs), car c'est le contenu qui définit et bâtit le site, ses outils, ses fonctionnalités, ses applications et la communauté. Selon ces deux chercheurs, ce type de stratégie « garantit une plus grande fidélité des utilisateurs, d'autant plus attachés au site qu'ils ont contribué à son contenu ¹⁴² ». Il est fréquent que ces sites soient rattachés aux réseaux sociaux numériques, d'ailleurs la définition de Boyd et Ellison est souvent employée pour les définir, et c'est pourquoi Coutant et Stenger apportent cette précision :

La plupart des sites regroupés sous l'appellation « médias sociaux » abritent effectivement des activités guidées par un intérêt particulier : regroupement autour de passions ou de pratiques, usage professionnel (veille, réseautage, recherche d'opportunités professionnelles), création ou partage de contenu (connaissances, vidéos, photos, liens), rencontre amoureuse. En revanche, les réseaux socionumériques donnent lieu à des activités guidées par la sociabilité, par l'amitié (le concept d'ami devant alors être réexaminé). Il ne s'agit plus de se retrouver autour de thématiques précises mais de se retrouver tout court, de prendre des nouvelles, de « trainer ensemble » au sein d'un cercle élargi de connaissances (ses « amis ») ¹⁴³.

Les RSN d'aujourd'hui offrent une grande variété d'activités, toutes centrées sur la liste d'amis. En s'appuyant sur une observation de deux ans concernant les pratiques quotidiennes des jeunes sur les RSN, Coutant et Stenger ont établi une « typologie d'activités ordinaires des jeunes sur les réseaux sociaux ¹⁴⁴ » qui souligne la grande diversité d'activités actuelles

¹⁴²Ibid.

¹⁴³Ibid.

¹⁴⁴COUTANT, A. et STENGER, Th. *Les activités quotidiennes des jeunes sur les réseaux socionumériques : typologie et enjeux*. 2011. URL : <http://reelvirtuel.univ-paris1.fr/index.php?/revue-en-ligne/a-coutant---s-thomas/>.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

et potentielles autour des échanges sociaux et même culturels. D'ailleurs, Coutant et Stenger proposent d'ajouter « une quatrième caractéristique à la définition de Boyd et Ellison¹⁴⁵ », car pour eux il faut « spécifier la particularité des usages observés sur les réseaux socionumériques : ces sites fondent leur attractivité essentiellement sur l'opportunité de retrouver ses « amis » et d'interagir avec eux par le biais de profils, de listes de contacts et d'applications à travers une grande variété d'activités¹⁴⁶ ».

Ces interactions et ce besoin de retrouver constamment ses « amis » dans un environnement numérique, nous conduisent à nous interroger sur ce qu'est la société de réseaux numériques. Les théories autour des réseaux sociaux expliquent la façon dont la société se structure et organise sa sociabilité à différents niveaux dans la vie *offline*. Avec les technologies d'information et de communication, la définition de la société devient plus complexe, Van Dijk¹⁴⁷ propose trois concepts : la société de l'information, la société des réseaux et la société de masse. L'intérêt de l'approche de Van Dijk est qu'il établit un certain lien entre le numérique et ces trois types de sociétés. Dans sa définition de la société de masse, il explique qu'elle possède une infrastructure de groupes, d'organisations et de communautés et que chaque unité de cette société correspond à une collectivité (une masse) relativement grande qui peut organiser les individus. Pour lui, les sociétés de masse évoluent progressivement vers la société des réseaux sociaux qu'il définit comme « un type de société moderne avec une infrastructure des réseaux sociaux et médiatiques qui caractérise son modèle d'organisation à chaque niveau : individuel, de groupe, organisationnel et sociétal. Ces réseaux lient chaque unité ou une partie de cette société (individus, groupes et organisations). Dans les sociétés occidentales, l'individu lié par des ré-

¹⁴⁵Idem, « Introduction », op. cit.

¹⁴⁶Ibid.

¹⁴⁷DIJK, *The Network Society*, op. cit.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

seaux devient l'unité de base de la société des réseaux. Dans les sociétés de l'est, c'est possiblement le groupe (la famille, la communauté, l'équipe de travail) qui est lié par des réseaux¹⁴⁸ ». Ce concept, Van Dijk l'utilise en combinaison avec sa définition de la société de l'information pour caractériser « les sociétés développées, contemporaines et modernes, marquées par un niveau élevé d'échanges d'information et utilisation d'information et des technologies de communication¹⁴⁹ ». Il est intéressant de noter que dans sa définition de société de l'information, l'auteur souligne le fait que l'intensité de l'information des activités est devenue tellement élevée qu'elle peut créer « une culture dominée par les produits issus des médias et de l'information avec leur signes, symboles et significations¹⁵⁰ ». On peut en déduire que la société de l'information s'occupe des contenus et la société des réseaux prend soin de la forme et de l'organisation des sociétés assistée par les réseaux sociaux et médias numériques.

Pour Van Dijk, l'intérêt de combiner les deux concepts réside dans le fait qu'ils sont issus d'un long processus historique et évolutif de la société, pour lequel il est impossible d'établir un début, et encore moins une fin. La société de masse s'est progressivement transformée en société des réseaux (Castells¹⁵¹) et les sociétés contemporaines sont en passe de devenir des sociétés d'information et de réseaux, car dans l'évolution du Web, nous avons dépassé l'étape d'expansion, et nous arrivons à l'étape de solidification. En démocratisant l'accès à Internet et donc au Web, en diversifiant ses usages commerciaux, sociaux, informatifs, académiques, etc., Internet s'est routinisé (Dominique Cardone¹⁵²), ce qui conduit à l'hétérogénéisation sociale, géographique et culturelle de cet espace et crée progressivement des mondes

¹⁴⁸Ibid.

¹⁴⁹Ibid.

¹⁵⁰Ibid.

¹⁵¹CASTELLS, *La société en réseaux, nouvelle édition*, op. cit.

¹⁵²CARDON, D. *La démocratie Internet: promesses et limites*. La République des idées. Seuil, 2010.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

disparates qui interagissent et qui parfois remplacent certaines pratiques du monde *offline*.

Avec tous ces enjeux de changements pérennes, il devient presque impossible de garder une fixité sur les RSN, que ce soit pour la définition du dispositif comme pour le terme. Après de nombreux échanges avec la communauté scientifique, Boyd et Ellison¹⁵³ sont revenues sur leur définition des réseaux sociaux numériques, dans laquelle elles tenaient compte de l'évolution de ces sites et de leur importance croissante dans la culture. Avant de proposer une définition plus adaptée et « nuancée », elles ont effectué une analyse des éléments inconditionnels qui composent un RSN : (1) le profil, considéré comme une combinaison dynamique de contenu fourni par l'utilisateur, des rapports d'activité sur le site, contenu fourni par le réseau ou par le système du site. (2) La liste d'amis, qui peut être vue comme un statut pour montrer son réseau social, ou comme un filtre pour délimiter l'accès aux informations. Si, au départ, il s'agissait d'un rapport de réciprocité (le partage d'information était bidirectionnel) afin d'aider les usagers à garder la maîtrise des données/informations partagées (et assurer la continuité de l'arrivage des données, et donc leur monétisation), les géants des RSN, Google+ et Facebook ont facilité la création de listes ou de cercles d'amis. Les pratiques de l'amitié sur ces sites peuvent s'avérer confuses à cause de l'emploi du terme « ami » qui revêt des interprétations différentes dans le monde *online* et *offline*. (3) Le fait de voir et d'obtenir plus de connexions (nouveaux contacts ou « amis ») est l'une des composantes critiques des RSN, au départ considéré comme une pratique innovante, cette fonction a perdu un peu de son élan au niveau des usagers, déjà habitués. Or les sites utilisent la liste d'amis pour proposer du contenu issu de ces connexions,

¹⁵³BOYD, S. et ELLISSON, N. « Sociality Through Social Network Sites ». In : *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Sous la dir. de DUTTON, W.H. OUP Oxford, 2013, p. 1901–1920.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

ou des connexions des connexions, et de nouvelles activités qui stimulent les usagers lassés de chercher de nouveaux contacts.

Compte tenu de ces 3 éléments, Boyd et Ellison proposent cette définition : « Un site de réseau social est une plateforme de communication en réseau dans laquelle les participants (1) ont des profils uniques et identifiables qui consistent en des contenus fournis par l'utilisateur, des contenus fournis par d'autres usagers, et/ou des données fournies par le système, (2) peuvent publiquement articuler des connexions qui peuvent être vues et traversées par d'autres ; et (3) peuvent consommer, produire, et/ou interagir avec le contenu généré par les flux des usagers et fourni par leurs connexions sur le site.¹⁵⁴ » Cette nouvelle proposition remonte la non-linéarité des procédés des applications, des systèmes et des algorithmes qui composent les plates-formes. Mais elle accentue en premier lieu le fait que les plates-formes sont centrées autour des usagers et, en deuxième lieu, que les idées, valeurs et goûts des individus qui les utilisent se répandent à travers des réseaux, en affectant les actions et la pensée des membres (Van Dijck¹⁵⁵).

Les technologies de ces sites sont élaborées de façon à pouvoir diriger, voire influencer, les actions des usagers : en postant les activités des amis - likes, commentaires, etc., en affichant le type de contenu que l'utilisateur lit le plus souvent, ou en affichant de la publicité ciblant le profil de l'utilisateur. La quasi automatiser des activités des usagers a conduit Van Dijck à questionner la pertinence du terme « médias sociaux », car pour lui « ce qui est affirmé comme social est en fait le résultat des contributions (*input*) humaines dont la forme est donnée par la production informatique (*output*) et vice-versa - un ensemble sociotechnique dont les composantes ne peuvent être que difficilement différenciées¹⁵⁶ ». Dans ce sens, et compte

¹⁵⁴Ibid.

¹⁵⁵VAN DIJCK, J. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford Scholarship online. OUP USA, 2013.

¹⁵⁶Ibid.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

tenu du traitement de cet *input* humain, pour lui le terme « *connective media* » (médias connectés) est plus approprié.

Finalement, quelque soit la définition que l'on souhaite leur accorder ou le terme que l'on souhaite employer, ces plates-formes transportent et, parfois, transforment les éléments sociaux et culturels qu'elles véhiculent, faisant, pour certains, du monde virtuel un miroir de la société et, pour d'autres, un rêve. Du point de vue des usagers, ces plates-formes convoquent plusieurs réalités propices à la monstration d'une image de soi rêvée, idéale. En fonction du site, l'internaute peut être un ami, un militant ou un curieux sur Facebook, un professionnel ou un chômeur sur LinkedIn, un fan ou un producteur de vidéos sur Youtube, un photographe ou un journaliste de voyage sur Instagram. Le monde virtuel ouvre le champ au développement des « personnalités multiples ».

4.5. Représentation de soi dans les réseaux socio-numériques

Depuis l'appropriation massive des espace numériques sociaux, les publications à propos de la notion d'identité n'ont fait que croître. Pourtant, le sujet est en débat dans la sphère scientifique depuis la moitié du XX^e siècle (Jean-Claude Kaufmann¹⁵⁷). Dans les années 1930, le psychanalyste et psychologue, Erik Erikson utilise le concept de « crise d'identité » pour décrire les tournants majeurs qui s'opèrent lors du développement psychosocial de l'individu, notamment au moment de l'adolescence (Catherine Halpern¹⁵⁸). Dans les années 1950, les chercheurs commencent à s'interro-

¹⁵⁷KAUFMANN, J.C. *L'invention de soi: Une théorie de l'identité*. Individu et Société. Armand Colin, 2004.

¹⁵⁸HALPERN, C. « Introduction ». In : *Identité(s): L'individu, le groupe, la société*. Sous la dir. d'HALPERN, C. Ouvrages de synthèse. Sciences Humaines, 2016.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

ger sur la notion d'identité et sur le lien qu'elle entretient avec l'ethnicité. Gordon Allport¹⁵⁹ est le premier à introduire le concept d'« *in-group* » (groupe d'appartenance), c'est-à-dire un groupe de personnes qui peuvent utiliser le terme « nous » avec essentiellement la même signification. Les « *in-groups* » peuvent être la famille, l'école, le parti politique, la communauté ethnique. Pour l'auteur, un membre de plein droit du groupe hérite des stéréotypes et préjugés que la communauté a des autres, mais également des stéréotypes que les autres ont de lui et de sa communauté. Dans certains cas, un membre peut répudier son appartenance à un groupe, et se sentir ou vouloir se sentir à part. Pour expliquer ce phénomène, la sociologie moderne a introduit le concept de « groupe de référence ». Caroline Sherif et Muzafer Sherif¹⁶⁰ décrivent par ce concept les groupes auxquels l'individu s'identifie comme membre, ou auxquels il aspire à s'identifier psychologiquement.

Dans cet ordre d'idées, Irving Goffman souligne que « l'identité pour soi est avant tout une réalité subjective, réflexive, nécessairement ressentie par l'individu en cause¹⁶¹ ». Lorsque l'individu contrôle l'information que les autres peuvent avoir sur lui, c'est-à-dire son image, il peut dissimuler ou faire oublier ses « stigmates » pour se faire accepter par un groupe ; une pratique récurrente dans les RSN et chez les adolescents comme le note Dannah Boyd¹⁶². Pour mieux expliquer ce phénomène, I. Goffman compare la vie quotidienne au monde du théâtre et dégage deux aspects inhérents à la

¹⁵⁹ALLPORT, G.W. *The Nature of Prejudice*. Basic Books. Addison-Wesley Publishing Company, 1979.

¹⁶⁰SHERIF, M. et SHERIF, C.W. *Groups in Harmony and Tension: An Integration of Studies on Intergroup Relations*. Octagon Books, 1973.

¹⁶¹GOFFMAN, E. *Stigmate: les usages sociaux des handicaps*. Sens commun. Les Éditions de Minuit, 1975.

¹⁶²BOYD, D. « Making Sense of Teen Life: Strategies for Capturing Ethnographic Data in a Networked Era ». In : *Digital Research Confidential: The Secrets of Studying Behavior Online*. Sous la dir. d'HARGITTAI E. & Sandvig, C. MIT Press, 2015, p. 79–102.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

personnalité d'un individu : le personnage et l'acteur. Ce dernier souhaite représenter un personnage, un « moi » idéalisé, celui qu'il désire montrer aux autres, mais qui « n'émane pas de son possesseur, mais de la totalité du spectacle de son activité, puisqu'il est produit par le caractère circonstanciel des événements qui permet aux spectateurs d'interpréter la situation. Un spectacle correctement mis en scène et joué conduit le public à attribuer un moi à un personnage représenté ¹⁶³ ». Ce personnage n'est pas réel, néanmoins, le public va l'accepter et se désintéresser du possesseur, c'est-à-dire de l'acteur, qui a réussi à cacher son vrai « moi ». Certains RSN et sites de jeux tels que *Second Life* s'appuient sur ce phénomène social pour donner vie à leurs plates-formes.

Le désir d'affirmer son individualisme et son indépendance face à l'identité à laquelle on est associé, souvent depuis la naissance (G. Allport ¹⁶⁴), est propre à la modernité (C. Halpern ¹⁶⁵). L'actuelle conjoncture sociale et politique, les déplacements géographiques des groupes sociaux et ethniques, les changements de systèmes politiques et économiques, et la perception que l'on a de « l'autre », invitent à la mise en question de sa propre identité. L'entrée de la société (au sens large) dans la modernité a mis en conflit les membres de sociétés ancrées dans la tradition et ceux qui embrassent plus facilement le changement. Pour J-C Kaufmann, « l'individu intégré dans la communauté traditionnelle, tout en se vivant concrètement comme un individu particulier, ne se posait pas de problèmes identitaires tels que nous les entendons aujourd'hui. La montée des identités provient justement de la déstructuration des communautés, provoquée par l'individualisation de la société [...] La communauté subordonnée à la tradition s'autorégulait ; elle définissait les individus en les construisant so-

¹⁶³GOFFMAN, E. *La mise en scène de la vie quotidienne: La présentation de soi*. Le Sens Commun v. 1. Les Éditions de Minuit, 1973.

¹⁶⁴ALLPORT, *The Nature of Prejudice*, op. cit.

¹⁶⁵HALPERN, « Introduction », op. cit.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

cialement, dans un même mouvement ¹⁶⁶ ». Pour l'auteur, cette modernité qui se caractérise par la réflexivité invite les individus à se questionner et à tout questionner, à être ouverts et à être fidèles à eux-mêmes : « la réflexivité s'inscrit dans une logique d'ouverture ; elle brise les certitudes et remet en cause ce qui est tenu pour acquis. L'identité au contraire ne cesse de recoller les morceaux. Elle est un système permanent de clôture et d'intégration du sens ¹⁶⁷. » L'individu se retrouve donc dans un processus de création d'identité innovateur qui oppose constamment la culture et l'identité que son groupe d'appartenance lui a inculqué, et la culture du groupe de référence qu'il essaie de s'approprier. Un processus de déconstruction et de construction d'identités constant que les RSN favorisent.

Pour la nouvelle jeunesse ou les « *millennials* » (enfants du millénaire), expression employée par N. Howe et W. Strauss ¹⁶⁸ pour se référer aux enfants nés à l'époque de la démocratisation de la technologie numérique, l'identité est à construire et à décliner. Au cours de son existence, l'individu rencontre, discute, établit des liens avec différents groupes ; il vit et se confronte à des environnements multiples qui ont leurs significations culturelles propres (Geneviève Vinsonneau ¹⁶⁹). De ce fait pour Edmond Marc, l'identité peut se décliner en divers comportements : « Identité pour soi et identité pour autrui ; sentiment de soi (la façon dont on se ressent) ; image de soi (la façon dont on se voit, dont on s'imagine) ; représentation de soi (la façon dont on peut se décrire) ; estime de soi (la façon dont on s'évalue) ; continuité de soi (la façon dont on se sent semblable ou changeant) ; soi intime (celui que l'on est intérieurement)/soi social (celui que l'on montre aux autres) ; soi idéal (celui que l'on voudrait être)/soi vécu

¹⁶⁶GOFFMAN, *La mise en scène de la vie quotidienne: La présentation de soi*, op. cit.

¹⁶⁷Ibid.

¹⁶⁸HOWE et STRAUSS, *Millennials rising: The next great generation*, op. cit.

¹⁶⁹VINSONNEAU, G. « Socialisation et identité ». In : *Identité(s): L'individu, le groupe, la société*. Sous la dir. d'HALPERN, C. Ouvrages de synthèse. Sciences Humaines, 2016.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

(celui que l'on se ressent être). [...] L'identité se modifie tout au long de l'existence. Elle résulte moins d'une addition successive que de remaniements et de tentatives d'intégration plus ou moins réussies¹⁷⁰. » Par ce processus complexe, l'individu souhaite se distinguer de certains groupes ou personnes, en même temps qu'il désire ressembler à d'autres groupes ou personnes, tout en restant singulier. Face à ce phénomène, les « *millennials* » se sont appropriés des espaces sociaux en ligne qui leur permettent de revendiquer ces différentes identités individuelles et collectives.

Dans le cas précis des jeunes, immigrants de première et deuxième génération appartenant à une minorité ethnique, une autre problématique émerge, celle de l'appartenance à une double culture. Deux possibilités se présentent alors : la *conglomerate identity* ou l'identité agglomérée et l'identité hybride (Matsaganis et al.¹⁷¹). D'une manière comme de l'autre, les individus affectés sont généralement ceux de deuxième génération ou ceux nés à l'étranger mais ayant eu une période de vie scolaire significative dans le pays d'accueil. L'identité agglomérée se développe lorsque les jeunes grandissent entourés de la culture des parents et de la culture du pays d'accueil, mais, au sens général, ils s'identifient plus à la culture ancestrale des parents qu'à celle de leur pays d'origine. La culture de la nation d'origine des parents disparaît au profit de celle liée à leur région d'origine ; en l'occurrence, dans les pays anglo-saxons, beaucoup s'identifient plus volontairement comme des *Asian-British* ou des *Latinos*. Concernant les identités hybrides, elles sont un mélange de deux cultures « celle du pays ancestral et celle du pays d'accueil, ensemble elle créent quelque chose de nouveau et qui n'est pas reconnu par aucune de deux cultures¹⁷² ». En

¹⁷⁰MARC, E. « La construction identitaire de l'individu ». In : *Identité(s): L'individu, le groupe, la société*. Sous la dir. d'HALPERN, C. Ouvrages de synthèse. Sciences Humaines, 2016.

¹⁷¹MATSAGANIS, KATZ et BALL-ROKEACH, *Understanding Ethnic Media: Producers, Consumers, and Societies*, op. cit.

¹⁷²Ibid.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

France, l'exemple le plus éloquent se trouve dans la musique avec l'apparition, depuis plusieurs années, d'une nouvelle scène composée de jeunes d'Afrique francophone qui créent de nouveaux genres, avec des paroles qui relatent des faits auxquels leur audience s'identifie.

Les identités diasporiques et communautaires des jeunes partagent des similitudes, dans le sens où la responsabilité de valoriser et de sauvegarder les pratiques culturelles importées de la terre d'origine est autant individuelle que collective. Cependant, cela n'empêche pas aux membres de ces groupes d'« exprimer un attachement à la fois à leur pays d'origine et au pays d'accueil », notamment à travers des RSN. Un phénomène que Sidem Najar¹⁷³ nomme identité de « diaspora bipolaire » et que nous renommons tout simplement « identité numérique bipolaire » afin de transposer cette réalité au cas des communautés. Cette identité bipolaire est caractérisée par un souci d'entretenir le réseau de sa culture d'origine, et celui de sa culture d'accueil (Najar¹⁷⁴). Ainsi, l'identité numérique est nourrie par ces quatre types d'identité (influencées par la culture d'origine) et encourage leur développement.

Les RSN, par le biais de leurs multiples outils technologiques, deviennent des espaces de négociation, de renégociation et de gestion de l'identité (Jean-Paul Fourmentaux¹⁷⁵) non seulement les jeunes mais, aussi, pour les usagers qui ne sont pas satisfaits de la ou des différentes identités que l'on peut décliner, comme nous l'avons déjà mentionné. Alexandre

¹⁷³NAJAR, S. « Les pratiques sociales de l'Internet et les transformations des identités et des liens sociaux au Maghreb. Étude de communautés diasporiques tunisiennes ». In : *Méditerranée* 116 (déc. 2011), p. 49–57.

¹⁷⁴Ibid.

¹⁷⁵FOURMENTAUX, J.-P. « Identités et liaisons numériques ». In : *Identités numériques. Expressions et traçabilité*. Sous la dir. de FOURMENTAUX, J.-P. Les Essentiels d'Hermès. CNRS Éditions, 2015, p. 9–23.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

Coutant¹⁷⁶, en s'inspirant des textes de Michel Foucault, souligne la vocation d'« hypomnemata » (un terme employé par Foucault pour désigner « des livres de compte, des registres publics, des carnets individuels servant d'aide-mémoire¹⁷⁷ ») de certains RSN tels que Facebook. Comme les carnets foucauldien, Facebook permet aux profils d'utilisateurs l'accumulation de « contenus disparates » tels que les « statuts, liens, vidéos, photos, tests, affirmations de goûts dans multiples domaines pour constituer une présentation de soi fine¹⁷⁸ ». Une démarche qui permet de se découvrir (Coutant), de se construire une identité à l'aide du dialogue avec les autres (Goffman¹⁷⁹), et d'améliorer le contrôle de son identité, en s'appuyant sur les identités des personnes avec lesquelles on échange (Harrison White¹⁸⁰).

L'identité numérique n'est pas stationnaire, elle évolue et s'adapte en fonction du contexte, en fonction du type de RSN où elle se niche (Boyd¹⁸¹), et du désir d'exister sur ces sites. L'identité est « déclenchée par les événements, c'est-à-dire les communications dans leur environnement¹⁸² », elle passe par le profil, et le profil se construit selon les pratiques propres à chaque réseau. Dans le cas particulier de Facebook, le profil se bâtit avec un nom ou pseudonyme, des images véritables ou non du possesseur du compte, des renseignements personnels (vrais ou faux, limités ou détaillés), des commentaires sur son propre contenu ou sur celui des autres, un type d'information que l'on partage et des remarques ou réactions que l'on en

¹⁷⁶ COUTANT, A. « Des techniques de soi ambivalentes ». In : *Identités numériques. Expressions et traçabilité*. Sous la dir. de FOURMENTRAUX, J.-P. Les Essentiels d'Hermès. CNRS Éditions, 2015, p. 53–65.

¹⁷⁷ FOUCAULT, M. et DEFERT, D. *Dits et écrits: 1954-1988*. Collection Quarto. Gallimard, 1994, p. 1237.

¹⁷⁸ COUTANT, « Des techniques de soi ambivalentes », op. cit.

¹⁷⁹ GOFFMAN, *La mise en scène de la vie quotidienne: La présentation de soi*, op. cit.

¹⁸⁰ WHITE, H.C. *Identité et contrôle, Une théorie de l'émergence des formations sociales*. Editions EHESS, 2011.

¹⁸¹ BOYD, D. *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press, 2014.

¹⁸² WHITE, *Identité et contrôle, Une théorie de l'émergence des formations sociales*, op. cit.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

reçoit, des moments ou événements auxquels on veut participer (mots-clefs, événements Facebook...), des personnes qu'on veut associer à certains moments (tags).

Comme le montre Coutant, les RSN mettent en exergue le concept développé par Kaufmann¹⁸³ : les identités ICO - immédiates, contextualisées, opératoires. Elles s'appliquent parfaitement au principe des contextes temporels qui caractérise les RSN. L'identité immédiate découle plutôt de la fixation d'une image que d'un récit. D'après des études menées en neurosciences, le cerveau reconnaît beaucoup plus rapidement une image et se souvient plus longtemps des informations qu'il y a lues (Potter et al.¹⁸⁴). L'identité contextualisée opère et se construit en fonction du réseau avec lequel elle interagit, ce qui peut émaner de l'observation et du désir de contrôler l'identité que l'on souhaite véhiculer (White). Finalement, l'identité opératoire, pratique et dynamique s'adapte facilement au contexte. L'internaute devient donc une sorte de caméléon numérique, il choisit l'identité qui lui convient le mieux selon les circonstances, selon le réseau, selon les désirs, et de ce fait son identité *online* récolte les effets attendus (identité *offline* dissimulée), mais subit parfois des effets inattendus (identité *offline* influencée et même modifiée).

4.6. Médias et réseaux sociaux et ethniques : la communication numérique des minorités comme noyau de leur intégration sociale

Nous avons vu dans le chapitre deux que la compréhension et l'acceptation des différences culturelles de « l'autre », fondent les bases d'une intégra-

¹⁸³KAUFMANN, *L'invention de soi: Une théorie de l'identité*, op. cit.

¹⁸⁴POTTER, M. et al. « Detecting meaning in RSVP at 13 ms per picture ». In : *Attention, Perception, & Psychophysics* 76.2 (2014), p. 270–279.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

tion réussie pour les communautés ethniques. Cela ne peut venir que d'un effort bilatéral où la société d'accueil et les communautés ethniques dialoguent au lieu de se replier sur elles-mêmes. Il s'agit d'une intégration par l'interculturalité, reposant sur le dialogue et, par conséquent, sur la communication. Nous avons vu comment les médias ethniques parviennent à palier certains besoins tels que celui de recevoir des informations dans sa langue maternelle et de s'intéresser à la communauté. Nous avons aussi analysé comment ces communautés s'approprient les nouvelles technologies de communication comme les espaces numériques pour pouvoir échanger avec les proches restés dans le pays d'origine. Mais, les médias sociaux jouent également un rôle pédagogique en matière de compréhension de la culture d'accueil, de ses traditions, de ses institutions, de sa langue, etc. Les radios communautaires et les publications des associations facilitent l'accès à certaines informations-clefs. Avec les médias numériques, la diffusion de ces informations est augmentée grâce à la mise à disposition d'outils comme la vidéo et le podcast. Toutefois, les générations ne connaissent ni les mêmes usages des technologies de communication, ni les mêmes besoins en informations. Dans une étude portant sur les utilisations des médias sociaux par les immigrants, Tristan Mattelart, Elyamine Settoul et Karima Aoudia expliquent ces différences :

Alors que les représentants de la première génération utilisent largement, [...] tous les moyens de communication à leur disposition pour être, de manière plus au moins suivie, en contact avec la famille restée au pays, leurs enfants, eux mobilisent ces instruments - en particulier leur téléphone portable et Facebook - pour prioritairement, garder un contact avec leurs amis qui

4. *Rôle des médias numériques dans la communication des minorités
vivent majoritairement en France, voire souvent dans la même
ville qu'eux.*¹⁸⁵

L'utilisation des nouvelles technologies de communication est sensiblement la même pour les jeunes de deuxième génération que pour les autres. Si les jeunes issus des communautés ethniques doivent parfois aider leurs parents ou d'autres membres du groupe à utiliser ces dispositifs pour les raisons évoquées par Mattelart et al., leur appropriation des RSN va dans le même sens que celui des autres jeunes de leur génération. Cependant, au-delà des utilisations les plus générales - l'orientation vers un but précis comme la recherche d'amitiés, l'entretien d'un réseau d'amis déjà existant et la mise en visibilité de soi grâce à des contenus propres et tiers (Coutant et Stenger¹⁸⁶) - ces plates-formes peuvent également contribuer à des modifications dans l'identité de l'utilisateur, avec des effets psychologiques positifs comme négatifs (Howard Rheingold¹⁸⁷, Fabien Granjon¹⁸⁸).

Dans une approche identitaire, Coutant¹⁸⁹ lie le fonctionnement des RSN à des techniques d'expression de soi que l'individu est mené à apprendre à maîtriser, afin de se garantir une existence sur ces sites. Dans cette logique, l'individu sélectionne les faits vécus dignes d'intérêt, ils doivent refléter la vision, la morale et les conceptions du monde qu'il veut exhiber. L'usage de ces techniques cherche également à donner à l'individu un « recul réflexif sur lui-même et à lui procurer la capacité d'évaluer et sélectionner des éléments de son expérience¹⁹⁰ ». À partir des traces laissées

¹⁸⁵MATTELART, SETTOUL et AODIA, « Les usages des technologies de communication par les populations issues de l'immigration : du transnational au local », op. cit.

¹⁸⁶COUTANT, A. et STENGER, Th. « Les médias sociaux : une histoire de participation ». In : *Le Temps des médias* 18 (2012), p. 76–86.

¹⁸⁷RHEINGOLD, H. et WEEKS, A. *Net Smart: How to Thrive Online*. MIT Press, 2012.

¹⁸⁸GRANJON, F. « Amitiés 2.0. Le lien social sur les sites de réseaux sociaux ». In : *Hermès, La Revue* 59 (2011), p. 99–104.

¹⁸⁹COUTANT, A. « Des techniques de soi ambivalentes ». In : *Hermès, La Revue* 59 (2011), p. 53–58.

¹⁹⁰Ibid.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

dans son flux (constant) d'activités, et de celles laissées par les membres du groupe qui l'intéresse, l'individu tente de rapprocher les contenus qui forgent son identité en ligne à ceux du groupe qu'il veut intégrer. Un processus identitaire que Coutant et Stenger décrivent comme une oscillation entre « la nécessaire inscription dans un collectif et la volonté d'individuation de l'individu au sein de ces collectifs¹⁹¹ », ce qui, dans notre étude, se trouve à la fois dans la vie *offline* et *online*.

Dans le cas précis des adolescents, qu'ils soient autochtones ou issus de l'immigration, les modèles de comportement dans la vie en ligne demeurent très proches, à condition que les interactions s'effectuent avec leur réseau de premier niveau que nous définirons comme le noyau composé par la famille et les membres de la communauté culturelle d'appartenance. Selon plusieurs publications (Boyd¹⁹², Coutant et Stenger¹⁹³, Ellison et al.¹⁹⁴, Arnaud¹⁹⁵), les jeunes et les adolescents qui interagissent avec le premier niveau suivent les mêmes pratiques : ils cherchent des espaces éloignés des adultes, adaptent leur identité *online* au contexte, créent autant d'identités éphémères et jetables que nécessaires, utilisent une pléthore de services et d'applications pour naviguer d'un site/identité à l'autre, et cherchent surtout à nourrir leur réseau existant d'amis et à le développer. Cependant, les adolescents et des jeunes adultes issus de l'immigration sont presque automatiquement liés à deux types de réseaux : le premier niveau, expliqué

¹⁹¹COUTANT, A. et STENGER, Th. « Processus identitaire et ordre de l'interaction sur les réseaux socionumériques ». In : *Les Enjeux de l'information et de la communication* Volume 2010.1 (2010), p. 45–64.

¹⁹²BOYD, *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*, op. cit.

¹⁹³COUTANT et STENGER, *Les activités quotidiennes des jeunes sur les réseaux socionumériques : typologie et enjeux*, op. cit.

¹⁹⁴ELLISON, N., STEINFELD, C. et LAMPE, C. « Connection strategies: Social capital implications of Facebook-enabled communication practices ». In : *New Media & Society* 13.6 (2011), p. 873–892.

¹⁹⁵ARNAUD, M. « L'identité numérique jetable ». In : *Identités numériques*. Sous la dir. de COUTANT, A. et STENGER, Th. Communication et civilisation. L'Harmattan, 2013, p. 13–23.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

précédemment, et le deuxième niveau que nous définissons comme le noyau composé par les membres de la communauté de la culture d'accueil (copains de collège, lycée, centre de loisirs, salle de sport, entraîneurs, animateurs, etc.). De ce fait, ces jeunes se trouvent dans la délicate situation de gérer deux communautés culturelles différentes et parfois distantes.

Le choix de rassembler ses deux réseaux sur un même RSN et de jongler avec plusieurs identités est associé à des besoins ressentis par l'individu. En effet, à mesure qu'il maîtrise cette dualité entre vie *online* et vie *offline*, certaines pratiques deviennent des nécessités : besoin d'entretenir son réseau existant (renforcer les liens forts) et de l'augmenter (développer son capital social), besoin de trouver des contenus d'intérêt personnel (utilisation de l'intelligence collective), besoin de demander ou de rendre un service (don numérique). En même temps, il faut se questionner les raisons qui mènent ces jeunes issus de l'immigration à vouloir avoir dans leur liste d'amis des membres de la communauté de la culture d'accueil.

Par le biais des médias ethniques et des RSN, les jeunes retrouvent certaines **valeurs** et certains **repères** dont ils ont besoin pour renforcer et renouveler leur appartenance à la communauté ethnique. Ils y retrouvent également les moyens de mettre en place des **pratiques** pour établir des « ponts » inter-éthniques, notamment avec des membres de la communauté d'autochtone. Nous avons principalement identifié celles-ci :

- La solidarité : les immigrants de première ou deuxième génération rejoignent les médias de leur communauté culturelle, ethnique ou diasporique, pour un certain nombre de raisons sociales évoquées précédemment, mais aussi pour y trouver le soutien dont ils ont besoin (Alain Kiyindou¹⁹⁶).

¹⁹⁶KIYINDOU, A. « Réseaux sociaux et solidarité ». In : *Hermès, La Revue : Ces réseaux numériques dits sociaux* 59 (2011). Sous la dir. de COUTANT, A. et STENGER, Th., p. 117–122.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

- La réciprocité : le fait d’assister un membre de la communauté constitue un choix individuel, or la personne aidée se retrouve dans l’obligation sociale ou le besoin caritatif d’épauler quelqu’un à son tour. Des répliques de ces mutualités s’installent au sein des communautés, elles sont propulsées par le pouvoir des médias ethniques et sociaux (Alain Kiyindou¹⁹⁷).
- Le sentiment d’appartenance : les médias ethniques s’organisent autour des éléments culturels propres à la communauté (langue, religion, groupe ethnique, etc.). En validant et en soutenant les contenus des thématiques, l’audience renforce et revendique son appartenance à la communauté (Mattelart et al.¹⁹⁸, Matsaganis et al.¹⁹⁹ Claire Scopsi²⁰⁰).
- La valorisation de leur communauté : lorsque les jeunes sont fiers de leur culture d’origine, ils prennent le rôle de passeurs de connaissances soit en publiant du contenu sur les médias ethniques, soit en diffusant ce contenu à travers leurs réseaux. (Moua Mayhoua²⁰¹).
- La création des liens avec la diversité : pour une certaine catégorie d’individus, étendre son réseau en incluant des membres de la communauté d’accueil est une opportunité pour développer son capital social. C’est notamment le cas pour les membres de communautés ethniques

¹⁹⁷Ibid.

¹⁹⁸MATTELART, SETTOUL et AOUDIA, « Les usages des technologies de communication par les populations issues de l’immigration : du transnational au local », op. cit.

¹⁹⁹MATSAGANIS, KATZ et BALL-ROKEACH, *Understanding Ethnic Media: Producers, Consumers, and Societies*, op. cit.

²⁰⁰SCOPSI, C. « Les sites web diasporiques : un nouveau genre médiatique ? » In : *tic & société* Vol. 3, n° 1-2 (2009), p. 81–100.

²⁰¹MOUA, M. « Diversité culturelle et usages du web ». In : *Réseaux* 159.1 (2010), p. 199–20.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

habitant dans des quartiers multi-ethniques, ayant fait des études et appartenant à une classe professionnelle (Christine Barwick²⁰²).

Si les éléments listés ne sont pas totalement exhaustifs, ils soulignent des besoins communs à toutes les communautés composées d'immigrants de première ou deuxième génération. Les plus récurrents sont ceux qui mettent en exergue un besoin global de sécurité, de stabilité émotionnelle, et de repères identitaires et sociaux dans le web. Jusqu'à un certain point, la communauté du « niveau un » est dans la possibilité de subvenir à beaucoup de ces besoins via les médias dont elle dispose ; néanmoins, il en existe d'autres auxquels seule la communauté d'accueil, c'est-à-dire le « niveau deux », est capable de répondre.

Tout au long de ce chapitre, nous avons évoqué les « vertus » des médias et réseaux sociaux numériques. Cependant, dans le milieu scientifique, il existe un dilemme grandissant quant à la facilité ou non qu'offrent ces dispositifs en terme de sociabilité. Des auteurs comme Wolton²⁰³ parlent des dangers du Web social et mettent en garde contre les faux espoirs qu'il provoque autour de l'amélioration de la compréhension culturelle entre peuples. D'autres, comme Ph. Breton²⁰⁴, optent pour une analyse des aspects positifs et négatifs de cette nouvelle culture. Nous sommes de l'avis des auteurs comme Boyle, Casilli, Coutant, Ellison, Mattelart, Putman, Rheingold, Rigoni, Stenger et autres qui, par leurs recherches, ont montré le potentiel de ces dispositifs et leur contribution à la rencontre et au dialogue entre cultures.

²⁰²BARWICK, H. « Are Immigrants Really Lacking Social Networking Skills? The Crucial Role of Reciprocity in Building Ethnically Diverse Networks ». In : *Sociology* 19 (2015).

²⁰³WOLTON, D. « Internet, un exemple d'incommunication ». In : *Hermès* 53 (2009), p. 184-185.

²⁰⁴BRETON, Ph. *Le culte d'internet, une menace pour le lien social ?* Sur le vif. Paris : La Découverte, 2000.

4. Rôle des médias numériques dans la communication des minorités

Pour conclure, nous reprenons à notre compte les mots de B. Stiegler qui cite à son tour Aristote pour analyser les réseaux sociaux numériques : « La *philia* [amitié] est ce qu'il y a de plus nécessaire pour vivre. Car sans amis personne ne choisirait de vivre, eût-il tous les autres biens²⁰⁵. » L'amitié est donc le plus précieux des biens, et Stiegler poursuit : « elle en constitue le principe même, en tant que pouvoir de liaison, c'est-à-dire aussi : en tant que pouvoir de former des solidarités, qui constituent des trames relationnelles - c'est-à-dire, précisément des *réseaux sociaux*²⁰⁶ ». Certains pensent que les disparités entre les cultures ne peuvent se résoudre qu'en construisant et en élevant des murs, en durcissant les lois migratoires ou en mettant un terme aux alliances avec d'autres peuples. D'autres préfèrent engager un dialogue, renforcer les liens et la solidarité des individus dans une dimension interculturelle et selon un processus d'interaction dynamique. Comme Stuart Hall le rappelle, la culture comme l'identité sont en constante évolution. Leur richesse vient nécessairement, précise-t-il, de leur capacité à s'adapter aux changements, à identifier et à intégrer les meilleures pratiques adoptées par des cultures diverses pour former un système de valeurs commun. Les réseaux sociaux numériques, par leur présence ubiquitaire, facilitent ces échanges et ouvrent la porte à la rencontre entre des cultures plurielles, qui résistent ethniquement à une culture homogène. Menée à petite échelle, l'étude, développée dans les chapitres suivants, offre à l'analyse des exemples qui renforcent la thèse d'une nécessaire interaction entre individus, facilitant l'intégration à une culture « étrangère » et engendrant, ainsi, une culture à la fois collective et diversifiée.

²⁰⁵STIEGLER, « Le bien le plus précieux à l'époque des sociotechnologies », op. cit.

²⁰⁶Ibid.

Deuxième partie

L'intégration à l'ère des réseaux sociaux numériques

5. Comprendre la vie en communauté : entre le *offline* et le *online*

*L'« amitié en ligne » et les sites de rencontre sur Internet ne sont pas des liens purement virtuels, à distance, caractéristiques d'une pauvreté morale et relationnelle propre à l'individualisme contemporain mais peuvent au contraire faciliter « non seulement le maintien des liens sociaux déjà existants », mais aussi, « de plus en plus la formation de nouvelles relations interindividuelles ».*¹

— Simon Borel

Le nombre croissant de plates-formes sociales, de communautés *online* qui se constituent, et de nouvelles pratiques a obligé les différentes disciplines qui s'intéressent à leur étude à créer des méthodologies innovatrices, adaptées ou bricolées à partir d'un ensemble de méthodes. Cette évolution constante des technologies et des pratiques influence et ajoute de nouveaux besoins scientifiques aux chercheurs. En effet, le travail de repérage, de recueil et d'analyse de données dépend d'un ensemble de facteurs liés principalement à la nature des plates-formes sociales, à la typologie de leurs contenus et aux pratiques de leurs utilisateurs et des producteurs de contenus. Comment déterminer la méthodologie la mieux adaptée pour notre recherche en sachant que chaque plate-forme sociale a des particularités

¹BOREL, S. « Les liaisons numériques. Dangereuses ou vertueuses? » In : *Revue du MAUSS* 2.38 (2011).

5. Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online

qui ne peuvent pas être traitées avec des méthodes « généralistes » ? Depuis les années deux-mille, la recherche anglo-saxonne s'est penchée sur cette question et a essayé de trouver une méthodologie reposant sur un socle stable pour travailler sur les plates-formes, les communautés en ligne ainsi que les profils privés. Plusieurs types de méthodologies ont émergé. Fabio Giglietto, Luca Rossi et Davide Bennato² se sont focalisés sur les approches méthodologiques issues de la sociologie, et ont adapté la classification de méthodes de recherche proposée par Luca Ricolfi³ à la recherche sur les réseaux socio-numériques. Ces méthodes sont regroupées en trois grandes catégories : l'approche statistique, l'approche computationnelle et l'approche ethnographique. Cette dernière rentre dans la famille des méthodes qualitatives et ethnographiques. Les études faites avec l'approche ethnographique se caractérisent par l'utilisation d'échantillons de taille réduite, l'adoption de diverses techniques qualitatives et une recherche structurée autour de méthodes multiples ou des techniques de triangulation (F. Giglietto, L. Rossi, et D. Bennato⁴). Elle est fortement appréciée dans la recherche sur Facebook, car elle permet de se concentrer sur des quantités limitées de profils personnels. Avec cette approche, on élimine l'analyse des contenus publics issus des pages et des groupes Facebook, qui généralement produisent de grandes quantités, car elle « décourage les approches basées sur les observations approfondies ». Cependant, Giglietto et al.⁵ mettent en garde sur le risque des données biaisées et sur la difficulté à produire des résultats généralisables à partir des analyses de contenus issus des profils Facebook. Or, même si l'approche ethnographique présente des risques, les

²GIGLIETTO, F., ROSSI, L. et BENNATO, D. « The Open Laboratory: Limits and Possibilities of Using Facebook, Twitter, and YouTube as a Research Data Source ». In : *Journal of Technology in Human Services* 30.3-4 (2012), p. 145–159.

³RICOLFI, L. *La ricerca qualitativa*. Carocci, 2001.

⁴GIGLIETTO, ROSSI et BENNATO, « The Open Laboratory: Limits and Possibilities of Using Facebook, Twitter, and YouTube as a Research Data Source », op. cit.

⁵Ibid.

5. Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online

auteurs soulignent que la diversité de possibilités« ouvertes par l'analyse des contenus partagés par les utilisateurs et organisations est aussi variée que les types d'études faisables ».

Dans la littérature récente, cette approche est connue comme une ethnographie en ligne car elle observe les actions quotidiennes des individus et des groupes. Pour l'ethnographe, l'intérêt n'est pas d'y repérer les faits extraordinaires, mais ceux qui sont ordinaires (Tom Boellstorff, Bonnie Nardi, Celia Pearce et T.L. Taylor⁶). Avant de continuer, il est important de rappeler les bases de l'ethnographie, développées au sein de l'anthropologie culturelle ou de l'ethnologie. Fondamentalement, cette méthode comporte six traits résumés par Agnes Van Zanten⁷ :

1. « le séjour prolongé dans la communauté étudiée permettant de recueillir des informations grâce à l'observation participante » ;
2. « la focalisation sur les activités quotidiennes » ;
3. « l'intérêt porté au sens que les acteurs attribuent à leur action » ;
4. « la production de comptes-rendus donnant la priorité à la contextualisation et à la cohérence interne des phénomènes observés » ;
5. « la tendance à concevoir le cadre interprétatif comme une construction progressive plutôt que comme la mise à l'épreuve d'un ensemble d'hypothèses définies à l'avance » ;
6. « des modalités de présentation des interprétations mariant volontairement narration, description et conceptualisation théorique. »

⁶BOELLSTORFF, T. et al. *Ethnography and Virtual Worlds: A Handbook of Method*. Princeton University Press, 2012.

⁷VAN ZANTEN, A. « Ethnographie ». In : *Sociologie [En ligne]* (Les 100 mots de la sociologie 2013).

5. Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online

Nous verrons que pratiquement tous ces traits ont été adaptés à la recherche en ligne avec l'ethnographie. Pour la sociologue Chritines Hines⁸, les bases de l'ethnographie au sens « classique » ont été l'appui d'une nouvelle génération de méthodes appliquées à la recherche en ligne ; chacune possède ses propres spécificités en fonction des activités et de la nature des interactions à étudier : les mondes virtuels (Second Life, World of Warcraft...), les espaces en ligne (Myspace, blogs...), les communautés en ligne (hackers, consommateurs...). L'évolution fréquente des technologies du web, des plates-formes sociales et des activités des usagers, donne naissance à de nouvelles approches de l'ethnographie en ligne. Selon Ch. Hines⁹, qui s'appuie sur une étude de Laura Robinson et Jeremy Schultz¹⁰, de tels changements vont de pair avec « les aspirations » des chercheurs. Les « diverses notions de la nature de l'espace en ligne, les aspirations théoriques et les influences méthodologiques » résultent en « une diversité de types d'approches orientées vers une ethnographie des et dans les espaces en ligne¹¹ », il est donc impossible de dire qu'il n'existe qu'un seul type d'ethnographie en ligne.

Les différentes disciplines qui utilisent l'ethnographie en ligne ont donné naissance à des méthodes telles que la webnographie, la cyberanthropologie, la cyberethnographie, etc. Deux méthodes ont attiré notre attention : la netnographie, développée par Robert V. Kozinets¹², et l'ethnographie des réseaux. Concernant la netnographie, elle se présente comme une ethnographie appliquée à l'étude des communautés en ligne : en asso-

⁸HINES, Ch. « Ethnographies of Online communities and Social Media: Modes, Varieties and Affordances ». In : *The Sage Handbook of Online Research Methods*. Sous la dir. de FIELDING, N.G., LEE, R.M. et BLANK, G. Sage Publications, 2016.

⁹Ibid.

¹⁰ROBINSON, L. et SCHULZ, J. « New Avenues for Sociological Inquiry: Evolving Forms of Ethnographic Practice ». In : *Sociology* 43.4 (2009).

¹¹HINES, « Ethnographies of Online communities and Social Media: Modes, Varieties and Affordances », op. cit.

¹²KOZINETZ, *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*, op. cit.

5. Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online

ciant certaines méthodes de l'ethnographie classique à celles de la recherche sur Internet, elle se propose comme une alternative pour mener des études sur la vie des communautés qui placent leur communication à la frontière du *offline* et du *online*. Créée à l'origine comme une méthodologie dirigée vers les études des communautés de consommateurs en ligne dans le domaine du marketing, la netnographie s'est progressivement introduite dans la recherche en sociologie et dans les media studies. En France, elle commence à être timidement adoptée par les SIC (Faïka Ouergli¹³, Anaïs Theviot¹⁴, Nicolas Peïrot¹⁵). Quant à l'ethnographie des réseaux, elle est un « processus d'utilisation des méthodes du champ ethnographique sur des cas et des terrains d'étude sélectionnés en utilisant l'analyse de réseaux sociaux¹⁶ ». Elle se présente comme l'alternative à la méthode quantitative d'analyse des réseaux sociaux. L'utilisation des méthodes d'analyse des réseaux sociaux permet de caractériser ou de repérer le comportement des usagers des réseaux sociaux, les modèles d'interaction sociale, la propagation des informations (Natarajan Meghanathan¹⁷), les relations personnelles ainsi que les routes de communication (Ph. Howard¹⁸). Son avantage réside dans le fait qu'à l'ère du big data, où de grandes quantités de données sont produites sur Internet, l'ethnographie des réseaux permet de les structurer avec des méthodes comme le « mapping » pour faciliter leur analyse. Cependant, cette approche quantitative ne prend pas forcément en compte

¹³OUERGLI, F. « La promotion des valeurs olympiques au sein des communautés virtuelles : le cas de Facebook ». Thèse de doct. Université Nice Sophia Antipolis, 2014.

¹⁴THEVIOT, A. « Devenir « ami » avec 4500 enquêtés. Les enjeux éthiques de l'analyse d'interfaces semi-privées ». In : *tic&société* 7.2 (2013).

¹⁵PEIROT, N. *Enjeux éthiques de l'observation netnographique*. Nov. 2016. URL : <https://ajccrem.hypotheses.org/232>.

¹⁶HOWARD, Ph. N. « Network Ethnography and the Hypermedia Organization: New Media, New Organizations, New Methods ». In : *New Media Society* 4 (2002).

¹⁷MEGHANATHAN, N. *Advanced Methods for Complex Network Analysis*. Advances in Wireless Technologies and Telecommunication. IGI Global, 2016.

¹⁸HOWARD, « Network Ethnography and the Hypermedia Organization: New Media, New Organizations, New Methods », op. cit.

5. Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online

la dimension « sociale » car elle se concentre principalement sur l'analyse des nœuds ou des liens (Jiawei Han et Micheline Kamber¹⁹) sans rentrer dans l'analyse contextuelle de leur activité. Or ces nœuds sont remplis de diverses formes d'activité sociale, d'animation et de discours (Stephen J. Ball²⁰). Le manque de profondeur empêche ainsi de « donner des détails sur ces relations disproportionnées²¹ », de dévoiler les pratiques culturelles, l'historique de la mobilité entre les communautés, les « Les narrations relatives à la manière dont les personnes intègrent ou quittent un réseau, ou la façon dont elles passent elles-mêmes de liens périphériques à liens centraux et vice-versa²² ». L'ethnographie des réseaux est encore en développement, elle emprunte certaines méthodes de l'analyse des réseaux sociaux en y ajoutant la touche ethnographique (S. Ball²³). L'intégration des méthodes de la netnographie et de l'ethnographie des réseaux nous a permis de mettre en place un dispositif d'analyse de la communication de la communauté cap-verdienne de Nice. Dans ce chapitre, nous aborderons en détail le choix méthodologique, sa mise en place, les outils sélectionnés et la constitution de notre échantillon.

¹⁹HAN, J. et KAMBER, M. *Data Mining: Concepts and Techniques*. The Morgan Kaufmann series in data management systems. Elsevier, 2006.

²⁰BALL, S. J. « Following policy: networks, network ethnography and education policy mobilities ». In : *Journal of Education Policy* (2016).

²¹BALL, S.J. *Global Education Inc.: New Policy Networks and the Neoliberal Imaginary*. Taylor & Francis, 2013.

²²HOWARD, « Network Ethnography and the Hypermedia Organization: New Media, New Organizations, New Methods », op. cit.

²³BALL, « Following policy: networks, network ethnography and education policy mobilities », op. cit.

5.1. Entre l'ethnographie des réseaux et la netnographie

Dans l'ethnographie classique, une fois que la communauté d'étude a été identifiée, l'ethnographe doit suivre les rituels nécessaires qui lui permettront de gagner la confiance de ce groupe social pour ensuite pouvoir s'imprégner dans ses modes de vie. Dans l'ethnographie en ligne, la démarche est plus longue : l'ethnographe doit d'abord repérer la communauté, ensuite s'assurer qu'elle a une vie active sur Internet, et finalement gagner leur confiance pour se faire accepter dans les cercles *offline* et *online*. Ce type d'enquête s'effectue en immersion au sein du groupe, de sorte à ce que l'ethnographe puisse voir et expérimenter de l'intérieur la culture développée par le groupe. En général, il prend la position de celui que Kozinets appelle le *lurker* (l'observateur caché) dont nous avons parlé dans le chapitre quatre. L'ethnographie contemporaine permet au chercheur de prendre un rôle actif dans la communauté ; cependant, Carrie Paechter²⁴ met en garde sur les dangers de ce type de méthode, notamment sur le risque de « pollution » des données. En faisant référence à plusieurs travaux, C. Paechter²⁵ signale que cette position a comme effet l'intimidation des membres et la limitation des échanges. Ainsi, il devient plus difficile de récolter des données riches et issues d'échanges naturels. De même, ce type de démarche soulève une interrogation : comment délimiter la frontière entre les échanges poursuivis à des fins sociales et ceux menés à des fins scientifiques ?

²⁴PAECHTER, C. « Researching sensitive issues online: implications of a hybrid insider/outsider position in a retrospective ethnographic study ». In : *Qualitative Research* 13.1 (2013).

²⁵Ibid.

5. Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online

En dehors de tels éléments, ce type d'expérimentation permet à l'enquêteur de recueillir non seulement des données mais aussi un contenu très riche. L'ethnographie en ligne se caractérise par l'utilisation non pas d'une mais de plusieurs méthodes de travail : interviews, observations, analyses de discours, analyses d'images, « mapping » de communautés, etc. Cette méthodologie s'inspire donc d'une approche basée sur l'adaptation et le bricolage des méthodes, elle est en constante révision afin d'être toujours adaptable à des domaines de recherche particuliers et émergents.

L'ethnographie des réseaux

Cette méthode est en partie employée pour repérer au sein de la communauté l'échantillon réunissant toutes les conditions nécessaires pour l'étude. Les méthodes peuvent aller de l'observation passive ou active, à l'immersion prolongée, en passant par les interviews sur plusieurs plateformes (Howard²⁶). Au-delà d'une cartographie de la communauté, il s'agit d'identifier les nœuds utiles pour l'étude : les membres actifs sur le site-terrain avec un réseau social suffisamment étendu, les diffuseurs ou producteurs de contenu avec une activité inter-communautaire, etc. Ce dernier critère est très important, car il prévient le risque de se retrouver avec un échantillon « centré sur le réseau » (Ball²⁷), ce qui pourrait engendrer des données stériles, ethnocentrées et géographiquement limitées. Pour notre travail de repérage d'échantillon, nous avons décidé de suivre partiellement le chemin proposé par Howard²⁸. Il se définit en quatre grandes phases que nous avons adaptées aux besoins de notre étude.

²⁶HOWARD, « Network Ethnography and the Hypermedia Organization: New Media, New Organizations, New Methods », op. cit.

²⁷BALL, *Global Education Inc.: New Policy Networks and the Neoliberal Imaginary*, op. cit.

²⁸HOWARD, « Network Ethnography and the Hypermedia Organization: New Media, New Organizations, New Methods », op. cit.

5. *Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online*

La première étape consiste à identifier la communauté d'étude pour ensuite cibler les nœuds existant au sein du réseau social qui serviront de terrain d'étude (le loft d'une start-up, le local d'une association...). Aux yeux de Howard, il s'agit de choisir des sites de terrain d'étude où il y a des constantes interactions entre les membres de la communauté. Le fait de choisir plusieurs carrefours permet de recueillir des données riches en matériel contextuel.

Dans la deuxième partie, l'ethnographe doit identifier l'échantillon, c'est-à-dire sélectionner des « informateurs ». Ici ce sont les analyses de réseaux et les interviews approfondies qui permettent d'identifier les membres de la communauté qui réunissent les critères nécessaires, tels qu'un réseau large ou une activité inter-communautaire. D'après Howard, cette étape comporte un double avantage car la prise de contact joue aussi le rôle de carte de visite et facilite l'entrée dans la communauté pour effectuer les observations. Rencontrer et gagner la confiance des membres clés de la communauté est plus efficace que l'emprunt de voies administratives et hiérarchiques (essayer d'accéder à la communauté par le biais de ses dirigeants).

Dans la troisième partie, le chercheur doit utiliser l'analyse ethnographique et celle des réseaux sociaux pour avancer ses méthodes d'enquête. Pour Howard, effectuer des interviews approfondies pour collecter des histoires qui aident à préparer le profil historique et culturel de la communauté permet de rédiger les bonnes questions pour l'analyse des réseaux. Cette analyse permettra ainsi d'identifier les événements, les personnes, les organisations, etc. qui peuvent fournir des informations riches.

Enfin, dans la quatrième partie, le chercheur « peut tracer avec précision les changements de la communauté au fil du temps et être témoins du

5. *Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online*

passage d'idées²⁹ ». Afin de comprendre le fonctionnement et l'évolution de la communauté, « il est important de savoir qui sait quoi et quand³⁰ ». Une fois les questions de recherche établies, il est « crucial de définir et justifier la sélection des cas probants » (Howard³¹). Il s'agit ici de considérer et de « rationaliser », parmi tous les cas rencontrés, ceux qui seront choisis pour l'étude (pourquoi choisir le cas des jeunes qui assistent à des ateliers de danse ou le cas des jeunes adultes qui coordonnent des ateliers). En fournissant les outils méthodologiques nécessaires, l'ethnographie des réseaux permet aux chercheurs utilisant une méthode qualitative de considérer de façon stratégique le choix des cas d'étude et de construire les arguments nécessaires pour les justifier.

L'ethnographie des réseaux implique de porter une grande attention « aux organisations et aux acteurs, ainsi qu'à leurs relations, leurs activités, leurs histoires³² ». Par cette méthode, le chercheur se concentre sur les personnes, les lieux, les moments, les connections, les flux d'informations, ce qui procure à la cartographie des connexions une approche plus sociale et plus centrée sur les dialogues. Dans notre cas, nous appuyer notre utilisation de l'ethnographie des réseaux sur les méthodes d'interviews, d'observation et à un niveau modeste (notre échantillon est de taille réduite) de cartographie des relations.

Par notre démarche qui est de type exploratoire, nous souhaitons d'abord rencontrer et découvrir le fonctionnement de la communauté cap-verdienne de Nice : les personnes qui la composent, la nature des relations, des activités, les lieux où ses membres se rencontrent, les différents réseaux avec lesquels elle échange, et toutes les pistes qui peuvent fournir des in-

²⁹Ibid.

³⁰Ibid.

³¹Ibid.

³²BALL, « Following policy: networks, network ethnography and education policy mobilities », op. cit.

5. Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online

formations pour contextualiser ce réseau. Cependant, puisque notre travail repose en partie sur la compréhension de la vie et de la communication *offline* et *online* des individus de cette communauté, nous devons emprunter d'autres méthodes qui sont plutôt associées à la netnographie. L'utilisation de l'ethnographie des réseaux permettra l'analyse des profils individuels quand la netnographie permettra d'analyser le groupe.

La netnographie

La netnographie va de pair avec les méthodes d'enquête ethnographique car il s'agit d'une « méthode d'enquête qualitative qui utilise Internet comme source de données en s'appuyant sur les communautés virtuelles [...]. Elle analyse les actes de communication des membres d'une communauté virtuelle [...] et non le comportement complet des sujets³³ ». Robert V. Kozinets³⁴ souligne que la netnographie est une méthode qui incorpore aussi des théories de base et des méthodes de l'anthropologie, de la sociologie et des Cultural Studies. La réussite de cette méthode vient du fait que les données recueillies sont fortement marquées culturellement et socialement par la communauté qui les a suscitées. Pour Y. Bernard³⁵, elle a l'avantage de donner au chercheur un espace d'immersion où les interactions des membres de la communauté sont façonnées par eux-mêmes, ce qui facilite la « compréhension du monde symbolique des sujets qu[e le chercheur] étudie ; en devenant l'un des leurs, en apprenant leur langue, il commence à voir le monde avec leurs yeux et perce leurs significations partagées³⁶. »

³³BERNARD, Y. « La Netnographie : Une nouvelle méthode d'enquête qualitative basée sur les communautés virtuelles de consommation ». In : *Décisions Marketing* 36 (2004).

³⁴KOZINETTS, *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*, op. cit.

³⁵BERNARD, « La Netnographie : Une nouvelle méthode d'enquête qualitative basée sur les communautés virtuelles de consommation », op. cit.

³⁶Ibid.

5. Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online

Kozinets décrit la netnographie comme une méthodologie de recherche basée sur l'observation et la participation d'un terrain situé en ligne. Elle utilise des méthodes de « communication assistée par ordinateur comme source de données afin d'arriver à la compréhension ethnographique et à la représentation d'un phénomène culturel ou communautaire³⁷ ». Par sa nature, la netnographie inclut des éléments tels que les statistiques descriptives, les bases de données d'archives, l'analyse d'étude de cas étendue, la vidéographie et l'analyse sémiotique. D'une certaine manière, la netnographie est plus approfondie que l'ethnographie, car en plus d'utiliser certaines méthodes « traditionnelles », elle en utilise de nouvelles qui se construisent dans des domaines comme les media studies ou le marketing. La combinaison de ces méthodes résulte en « un texte qui décrit de manière interprétative la communauté étudiée³⁸ ». Mais d'autres méthodes s'ajoutent pour faciliter l'interprétation des données. Par exemple, Bernard propose « le cercle herméneutique, ou spirale itérative de compréhension³⁹ », il « suppose que la signification d'un ensemble est déterminée par ses éléments individuels, alors que dans le même temps, ces éléments individuels se comprennent en se référant à l'ensemble auquel ils appartiennent⁴⁰ ». Ce type de « rapport circulaire » encourage l'aller-retour entre données individuelles et données du groupe, et les actes communicationnels sont traités dans le détail. L'objectif est de trouver de la cohérence et de la continuité dans les textes qui constituent l'ensemble de la communication de la communauté (Thomas J. Craig⁴¹).

³⁷KOZINETS, *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*, op. cit.

³⁸BERNARD, « La Netnographie : Une nouvelle méthode d'enquête qualitative basée sur les communautés virtuelles de consommation », op. cit.

³⁹Ibid.

⁴⁰Ibid.

⁴¹TH., CRAIG J. « Interpreting Consumers: A Hermeneutical Framework for Deriving Marketing Insights from the Texts of Consumers' Consumption Stories ». In : *Journal of Marketing Research* 34.4 (1997), p. 438–455.

5. Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online

Comme l'ethnographie, la netnographie recherche la flexibilité, la légitimité, la rigueur dans les méthodes de travail et la confiance dans ses résultats. En s'appuyant sur les protocoles et procédures de travail établis par les ethnographes, Kozinets propose un schéma similaire mais simplifié et adapté aux besoins du terrain. Dans la figure 6.1, une traduction faite par nos soins, Kozinets présente les étapes à suivre.

À mesure que de nouvelles formes de sociabilité se développent dans le monde *online*, la netnographie se distance des méthodes de l'ethnographie. L'une des questions les plus complexes à résoudre repose sur la distinction entre la réalité ou l'authenticité et le virtuel. Comme nous l'avons vu précédemment, la vie sociale en ligne, particulièrement celle des réseaux sociaux numériques, permet aux usagers de créer des profils à leur guise, sans obligation de divulguer de véritables informations, ce qui peut poser des problèmes à l'ethnographe, ou plutôt au netnographe. Dans ce sens, d'autres questions-clefs émergent : comment déterminer, et sous quelles conditions, faut-il employer des données issues de l'observation *offline* et *online* ou faut-il uniquement exploiter les données *online* ? À propos des données issues des observations *offline* et *online*, quelle sera l'importance des comportements humains dans le *offline* ? Allons-nous nous concentrer sur les pratiques de la communauté ou sur la culture générée par la communauté ? Pour répondre partiellement à ces questions, Kozinets suggère que « la recherche sur les communautés numériques [online communities] doit s'appuyer sur la netnographie. Concernant la recherche sur les communautés connectées [community online], la netnographie joue un rôle secondaire⁴² ».

Pour résumer : dans l'ethnographie « pure », le chercheur utilise un ensemble de méthodes pour conduire une recherche basée sur l'interaction en face-à-face. Ce type de recherche n'emploie pas de données issues des inter-

⁴²KOZINET, *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*, op. cit.

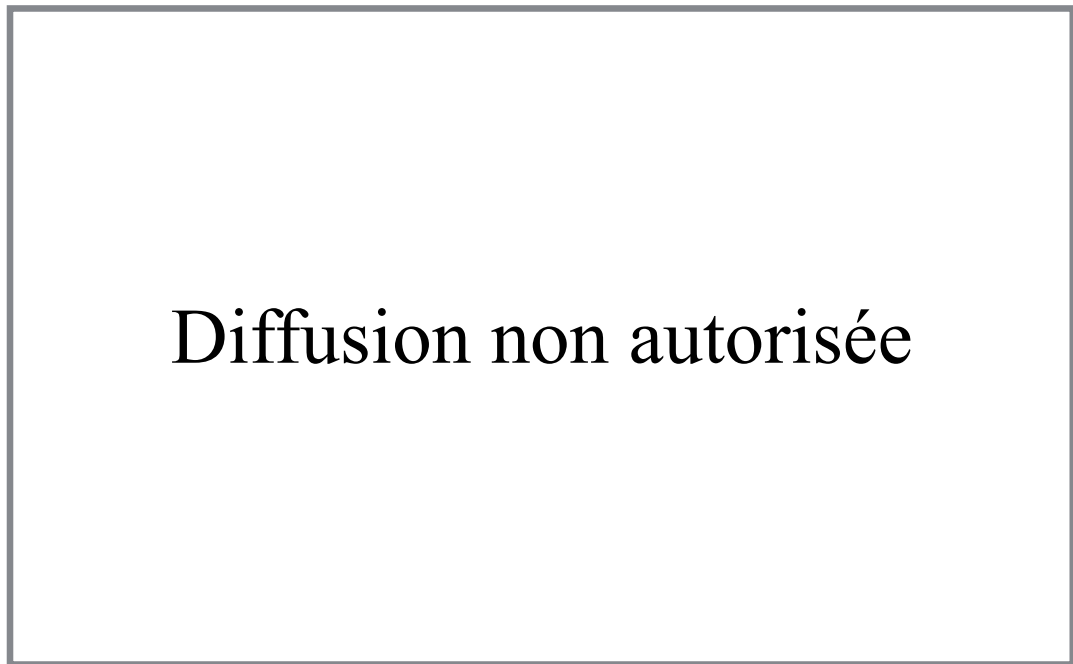


FIGURE 5.1. – Schéma simplifié de projet de recherche avec la netnographie. Extrait de Robert V. Kozinets, *Netnography*, Sage, 2010, p. 61. Traduction par Vanessa Landaverde

5. Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online

actions en ligne. Dans le cas de la netnographie « pure », toute la recherche s'appuie sur l'observation des communautés en ligne au sens général. La netnographie « mixte » est la combinaison de plusieurs méthodes de travail issues de l'ethnographie et de la netnographie pure, ce qui donne lieu à un grand nombre de méthodologies possibles. Afin de déterminer l'approche qui s'adapte le mieux à notre analyse, nous devons prendre en compte ces trois aspects :

- Intégration vs. séparation des mondes sociaux : à quel point les comportements sociaux *online* et *offline* des communautés sont liés ?
- Observation vs. verbalisation de données pertinentes : quelle est l'importance des observations ? et celle des interviews ? Y a-t-il des informations qui peuvent être fournies par l'observation/interview en ligne et non pas par celle en face-à-face ?
- Identification et performance des membres : quelle est l'importance de l'identification de l'individu (âge, sexe, religion, etc.) et celle de la performance de ses actions au sein de la communauté pour générer des données ?

Dans la figure 5.2 (traduite par nos soins), Kozinets illustre tous ces points. Cette figure montre comment il apprécie et évalue le travail de chaque approche : *online*, *offline*, les deux.

L'utilisation de la netnographie implique donc la maîtrise de la compréhension des éléments de base suivants : (1) l'organisation d'un projet avec la netnographie et les différents types de méthode. (2) Le choix du terrain : la différence entre une communauté constituée directement en ligne, et une autre constituée dans la vie *offline*, mais qui reproduit un deuxième espace de discussion en ligne. (3) Les utilisations de l'ethnographie, de la netnographie, de la netnographie mixte, et les critères à prendre



Diffusion non autorisée

FIGURE 5.2. – Coordination de la récolte de données et de l'interaction *online* et en face-à-face. Extrait de Robert V. Kozinets, *Netnography*, Sage, 2010, p. 67. Traduction par Vanessa Landaverde

5. Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online

en compte au moment de faire le choix. Une fois ces éléments clarifiés, et en suivant le schéma de la figure 6.1, le parcours de notre méthode de travail se développe naturellement.

Questions d'éthique

Avant de poursuivre, il est important d'ajouter que la méthode de la netnographie est soumise au respect des normes d'éthique. L'accès à la communauté, ainsi que la collecte des données issues des observations ne s'effectuent que si les membres ont donné leur accord. Encore une fois, le rapport de confiance entre le chercheur et les informateurs (échantillon) est primordial pour le bon déroulement de l'enquête. Ce rapport peut être renforcé en suivant des pistes telles que celles-ci : donner clairement l'identité du chercheur, expliquer l'objectif de la collecte des informations ou l'objectif de la recherche, l'utilisation qui en sera faite, et le support dans lequel elles seront publiées. Dans son manuel, Kozinets⁴³ n'établit pas de protocole à suivre pour demander l'autorisation pour la collecte de données (par exemple un accord écrit à signer avec les informateurs), car sur Internet les règles de respect de la vie privée restent nébuleuses. Dans le cas de la France, Serge Proulx et Guillaume Latzko-Toth soulignent que « la recherche en sciences sociales, en ligne ou hors ligne, ne fait toujours pas l'objet d'un encadrement formel dans l'hexagone⁴⁴ ». D'ailleurs, ils ajoutent que la Société française de sciences de l'information et de la communication (SFSIC) n'a pas de code d'éthique. Malgré ces retards, la France a commencé à élaborer timidement quelques pistes comme « l'adoption en 2005 d'une Charte Européenne du chercheur et l'entrée de chartes dans le corpus de certaines associations professionnelles telles que la Politique en matière

⁴³Ibid.

⁴⁴PROULX S., Latzko-Toth G. et. « Enjeux éthiques de la recherche sur le web ». In : *Manuel d'analyse du web*. Sous la dir. de C., Barats. Armand Colin, 2016.

5. Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online

d'éthique et d'intégrité scientifique de l'Agence Nationale de la Recherche (2014)⁴⁵. » Dans le cas précis de la collecte de données sur Facebook, les règles de confidentialité ont été modifiées le 9 décembre 2016. Une clause en particulier a attiré notre attention car elle concerne les profils privés qui publient des contenus en mode public. Selon la nouvelle politique de Facebook⁴⁶ :

Lorsque vous publiez du contenu ou des informations avec le paramètre Public, cela signifie que vous permettez à tout le monde, y compris aux personnes qui n'utilisent pas Facebook, d'accéder à ces informations et de les utiliser, mais aussi de les associer à vous (c'est-à-dire votre nom et votre photo de profil).

Dans le cas de notre échantillon, il s'agit de personnes avec un faible niveau de connaissance du fonctionnement de Facebook. Nous avons remarqué que leurs contenus sont publiés en mode public, c'est-à-dire qu'ils sont visibles par tous les utilisateurs du réseaux. Ainsi donc, la clause de Facebook, nous libère de toute responsabilité juridique et morale. Toutefois, nous avons décidé de garder l'anonymat (nominatif et visuel) des personnes constituant notre échantillon afin de respecter leur vie privée.

Les grandes lignes de la partie méthodologique étant définies, nous pouvons avancer vers la partie pragmatique de notre travail.

⁴⁵PEIROT, *Enjeux éthiques de l'observation netnographique*, op. cit.

⁴⁶FACEBOOK. *Déclaration des droits et responsabilités*. Déc. 2016. URL : https://www.facebook.com/legal/terms?locale=fr_FR.

5.2. Pourquoi « médias sociaux ethniques et numériques » riment avec « intégration »

Nous avons expliqué dans le chapitre deux les difficultés des communautés ethniques et immigrantes à réussir leur intégration en France et, dans le chapitre quatre, nous avons détaillé comment, depuis quelques années, elles ont augmenté leur utilisation des outils de communication numérique, notamment les réseaux sociaux. Ces dispositifs leur permettant de garder le contact avec leurs proches et les membres de leur communauté dans le pays d'accueil peuvent se transformer en ponts entre d'un côté la communauté d'accueil et de l'autre la communauté ethnique. En partant de cette affirmation, nous avons axé notre problématique autour de l'intégration des minorités ethniques en France. La question de départ a été formulée dans ces termes : « *Comment les médias sociaux et d'information des minorités ethniques peuvent faciliter la communication et la compréhension de la culture de leur pays d'accueil ?* »

La question ouvre la discussion sur trois variables : les médias sociaux⁴⁷, les minorités ethniques, et la compréhension de la culture d'accueil pour faciliter l'intégration en France.

Les difficultés d'intégration reposent sur des facteurs pluriels, mais, dans notre analyse, nous allons nous intéresser tout particulièrement à l'information véhiculée par les médias ethniques et partagée par les réseaux sociaux, pour mesurer son impact sur les représentations et les logiques identitaires. Ce choix procède des recherches de Rigoni, Diminescu et Georgiou (chapitre quatre) qui démontrent que les membres des communautés minoritaires et ethniques se tournent davantage vers les réseaux sociaux pour obtenir des informations qui ne leur sont pas aisément accessibles,

⁴⁷À comprendre les réseaux sociaux et les médias numériques, comme vu dans le chapitre quatre

5. Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online

dans une recherche d'aide, d'avis et de conseil. Beaucoup de ces nouveaux usages sont issus des pratiques mêmes des adolescents et des jeunes adultes. L'implication de ces derniers dans le milieu associatif de leur communauté contribue également à cette nouvelle pratique communicationnelle. Bien que ces groupes aient tendance à se regrouper géographiquement et socialement, les individus de deuxième génération sont scolarisés en France avec les autochtones, ce qui leur permet de créer aussi des ponts avec les membres de la communauté d'accueil. L'effet « bulle »⁴⁸ propagé par les réseaux sociaux numériques serait de cette façon minimisé. Cette réflexion nous conduit à soutenir l'hypothèse suivante :

« Si les nouvelles pratiques des technologies et des médias facilitent la communication entre les membres d'une ou de différentes communautés, elles peuvent aussi faciliter leur intégration à la culture d'accueil. »

Pour notre recherche, nous allons adopter la définition d'intégration des cultures minoritaires telle que la développe Hannoun dans une approche interculturelle (chapitre deux). Si l'on suit l'angle d'analyse proposé par la théorisation des relations interculturelles, ce phénomène d'intégration des minorités ethniques au sein de la communauté d'accueil repose sur le mouvement dynamique des deux groupes, celui de la culture d'accueil ou groupe dominant et celui de la culture de la minorité ou groupe dominé, qui « deviennent tous deux acteurs de l'intervention humaine dans le processus social. Ils évoluent l'un et l'autre dans le sens de l'émergence du groupe nouveau qu'ils doivent construire à partir de leur rencontre, de leurs antagonismes comme de leurs complémentarités⁴⁹ ». S'attaquer à une recherche

⁴⁸Nous proposons cette définition du phénomène : Effet consistant à limiter les informations publiées dans le fil d'actualité des réseaux sociaux numériques de l'utilisateur à celles partagées par son entourage proche ou par d'autres usagers dont les opinions ou préférences sont similaires. Ce phénomène réduit ainsi le champ de lecture de l'information et le restreint à l'information proposée par l'entourage de l'utilisateur.

⁴⁹HANNOUN, *L'intégration des cultures*, op. cit.

5. Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online

dont l'une des variables repose sur une définition flottante et presque impossible à quantifier, nous a conduit à adopter la méthodologie de la netnographie mixte. Cette dernière nous permet d'observer avec justesse les interactions sociales de la communauté choisie. Dans la partie suivante, nous présenterons les raisons et les critères qui ont présidé à notre choix de la communauté cap-verdienne et donc à la constitution d'un échantillon dont nous avons colligé les données.

5.3. La communauté cap-verdienne en France

Le choix initial de ce travail avait été d'englober toute la communauté lusophone de la région ; principalement composée de Portugais, de Brésiliens et de Cap-verdiens. Cependant, ce choix a dû être recadré à cause de la difficulté d'accès au terrain : la communauté portugaise, bien que nombreuse, ne manifeste pas de besoins d'intégration très remarquables. Ceci est dû principalement à son appartenance à l'Union Européenne qui la protège tant au niveau administratif que financier, ainsi qu'en matière d'emploi. La communauté brésilienne, par sa taille réduite peine à fonctionner de façon organisée ; en effet, ses membres ne sont pas très actifs dans la vie de la communauté. Finalement, après quelques entretiens avec des enseignants de portugais à l'Université Nice Sophia Antipolis, et des représentants associatifs, nous avons pu constater que la communauté cap-verdienne est l'une des minorités ethniques les plus actives et organisées dans la région. L'immigration de ces derniers, 40 000 résidents en France selon les chiffres de l'Ambassade du Cap-Vert, constitue un nombre important par rapport aux habitants du pays, 505 606. Nous avons retenu la population de ce pays pour son accessibilité, mais aussi parce que nous partons du principe que les populations les plus éloignées géographiquement de leur pays d'origine sont

5. Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online

les plus motivées à utiliser les nouvelles technologies de communication, et dans notre cas, les médias sociaux numériques.

5.3.1. Qui sont les Cap-verdiens ?

Cette population provient de l'archipel du Cap-Vert, localisé au niveau des côtes du Sénégal. Avec une superficie de 4 033 km² pour une population de plus de 500 000 habitants, le pays possède une richesse en ressources naturelles très appréciée depuis l'époque de Charles Darwin. Il est d'ailleurs une destination touristique très demandée avec une estimation de 70 000 touristes français par an (selon les données de 2016 du site France Diplomatie). Par sa position géographique, il figure depuis plusieurs siècles dans d'importantes routes maritimes. Ce contact interculturel a influencé sa population du point de vue culturel, linguistique et social. Afin d'aider le lecteur à comprendre les Cap-verdiens de Nice, nous décrirons de façon générale les aspects géographiques, culturels, linguistiques, démographiques, religieux, économiques et migratoires du pays.

Géographie, climat et économie

La situation géographique de l'archipel et son climat influencent énormément le développement économique du pays : sa situation proche des failles avec une activité volcanique constante et les vents forts de l'Atlantique rendent le terrain aride et montagneux, ce qui appauvrit l'activité agricole (M. Lesourde⁵⁰). Le pays peine à produire assez de produits alimentaires pour sa propre population, ce qui a accéléré l'exode rural des populations en quête de meilleures opportunités d'emploi. Sans ressources naturelles suffisantes pour l'exploitation industrielle, le pays peut seulement

⁵⁰LESOURD, *Etat et société aux îles du Cap-Vert: alternatives pour un petit Etat insulaire*, op. cit.

5. Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online

se tourner vers la pêche, le tourisme et les services pour son développement économique (N. Quint ⁵¹).

Culture

D'un point de vue culturel, le pays se situe à la frontière entre l'africanité des côtes sénégalaises à proximité et l'européisme de la culture héritée de ses colonisateurs, les portugais du XV^e siècle. Il est influencé également par la culture brésilienne, grande productrice de contenus culturels et médiatiques (musique, littérature, feuilletons télé, etc.). La figure 6.3 illustre les courants qui ont influencé la culture cap-verdienne depuis la colonisation, nous y constatons que par sa situation géographique, le pays se trouve au sein d'un véritable carrefour maritime. La situation de l'archipel était tellement avantageuse pour le commerce maritime (notamment et tristement pour la traite des Noirs et leur transport vers le Brésil pendant la colonisation) que même l'Église catholique a convoité le territoire. Tout au long des trois derniers siècles, le pays a accueilli dans ses ports des Portugais en route vers la Chine, des Américains pratiquant la chasse à la baleine, des Anglais voyageant vers l'Inde, l'Afrique ou l'Amérique du Sud, etc. L'archipel a ainsi développé une tradition d'accueil et d'échange avec les étrangers (Michel Lesourd ⁵²).

Langue

La langue officielle du pays est le portugais, mais le pays a une deuxième langue : le cap-verdien, une langue créole. Nicolas Quint détaille que « le cap-verdien est la langue maternelle de la quasi totalité de la population (plus de 95 %) vivant au Cap-Vert. Une grande partie

⁵¹QUINT, *Parlons capverdien: langue et culture*, op. cit.

⁵²LESOURD, *Etat et société aux îles du Cap-Vert: alternatives pour un petit Etat insulaire*, op. cit.



Diffusion non autorisée

FIGURE 5.3. – Les appartenances culturelles du Cap-Vert dans l’espace atlantique. Extrait de Michel Lesourd, *État et société aux îles du Cap-Vert : alternatives pour un petit État insulaire*, Karthala, 1995, p. 72

5. Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online

des Cap-verdiens fixés à l'étranger continuent à utiliser leur langue en famille, tout en pratiquant celle de leur pays d'adoption au travail ou à l'école⁵³ ». Concernant l'origine du cap-verdien, Quint explique qu'il s'agit d'une langue « issue de la rencontre de plusieurs langues, en l'occurrence le portugais et les principales langues africaines parlées en Afrique de l'Ouest : le mandingue, le wolof et le temné. 95% environ des mots cap-verdiens sont d'origine portugaise⁵⁴ ». Dans le système scolaire (plus de 90% des enfants sont scolarisés), le portugais est la seule langue utilisée dans l'enseignement. Cependant cette généralisation du portugais à l'école pose des problèmes aux élèves qui parlent seulement le cap-verdien. En outre, l'apprentissage du français et de l'anglais comme langues étrangères est obligatoire. La pratique de ces langues, ajoutée à l'influence du tourisme, fait qu'en plus du cap-verdien et du portugais dans tout le pays « on peut se faire comprendre en utilisant le français et l'anglais, surtout dans les grandes villes et dans les îles touristiques (Sal, Boa Vista)⁵⁵ ». Il faut mentionner qu'au Cap-Vert, chaque île utilise ces langues en fonction de ses intérêts, ainsi par exemple à Fogo, il y a une longue tradition d'émigration vers les États-Unis, donc la population parle anglais avec une certaine fluidité. De même pour le créole, chaque île influence la langue selon l'origine de la population, ce qui crée quelques variantes du cap-verdien.

Population

Comme beaucoup de sociétés post-coloniales, la population est fragmentée en catégories ethniques : les Blancs de descendance portugaise ou européenne, les Noirs de descendance africaine, et les Métis. Les Blancs sont généralement représentés dans les catégories sociales et professionnelles les

⁵³QUINT, *Parlons capverdien: langue et culture*, op. cit.

⁵⁴Ibid.

⁵⁵Ibid.

5. *Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online*

plus favorisées, tandis que les Noirs sont situés au plus bas de l'échelle sociale. La colonisation portugaise, comme espagnole, n'a jamais cherché à peupler les territoires dominés, à la différence des britanniques, qui ont voulu accroître le développement de leurs territoires grâce au travail de leurs citoyens. Par tradition, les blancs ont donc toujours occupé les postes les plus élevés, aujourd'hui ils représentent 3% de la population. Les Métis constituent les deux tiers de la population et sont plutôt citadins.

Le Cap-Vert est un territoire qui, au cours des siècles, a été peuplé par plusieurs types de populations, ce qui le place aujourd'hui dans une situation de conflits d'identité culturelle. La diversité des origines de sa population l'inscrit dans la catégorie des « mondes créoles », comme c'est le cas des pays insulaires des Caraïbes. Son identité culturelle, plutôt fragile, est composée d'après Lesourd « d'apports africains - les anciens esclaves déportés - et européens - les anciens maîtres - et dans quelques cas complétée par des survivances locales et d'autres apports extérieurs (Antilles) ou des arrivées étrangères massives (Maurice, Réunion). Au Cap-Vert, les apports ouest-africains et portugais dominent⁵⁶ ». La population actuelle provient ainsi de la longue succession de vagues migratoires au cours des siècles.

Religion

Le pays est à 92% de confession catholique, les religions minoritaires sont le protestantisme et l'Islam. Arrivé avec les Portugais pendant la période coloniale, le clergé a profondément contrôlé la société cap-verdienne. Dans la campagne et dans les villages, les curés jouent un rôle important dans la prise de décisions des familles, cet ancrage fait « de la civilisation cap-

⁵⁶LESOURD, *Etat et société aux îles du Cap-Vert: alternatives pour un petit Etat insulaire*, op. cit.

5. *Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online*

verdienne une entité bien distincte en Afrique, surtout par rapport aux pays de son environnement proche, à majorité islamique⁵⁷ ».

Chômage et émigration

Avec un développement économique très lent, les activités se concentrent sur le tourisme et le commerce d'importation. L'industrie tente de trouver des débouchés extérieurs pour les activités de sous-traitance (Données du site France Diplomatie). Le taux de chômage est de 16% et, chez les jeunes, il s'élève à 30% ce qui pousse beaucoup d'entre eux à chercher de meilleures perspectives d'avenir à l'étranger. Selon le site du Business Club de l'Association « Casa Cabo Verde » basée à Paris, « les transferts des 700 000 Cap-verdiens résidant à l'étranger (Portugal, États-Unis, France, Pays-Bas) représentent chaque année l'équivalent de plus de 12% du PIB ». Ces données laissent comprendre que la France est une des plus importantes destinations d'émigration économique pour le pays. La maîtrise de la langue, la diaspora déjà constituée dans le pays ainsi que la circulation facilitée par le Portugal contribuent à alimenter le flux migratoire.

5.4. Le réseau des Cap-verdiens de Nice

La communauté cap-verdienne en France se regroupe principalement entre la région Parisienne et la région PACA, il s'agit d'un choix sous-tendu par le besoin de développement économique et le besoin d'un climat semblable à celui du pays d'origine. Après quelques enquêtes informelles, nous avons découvert que cette population a une vie associative bien développée. Ainsi, suite à des recherches sur Internet et à des rencontres informelles avec des

⁵⁷Ibid.

5. *Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online*

membres de cette communauté, nous avons pu repérer plusieurs associations dans les deux régions. La première démarche a consisté à contacter les représentants de ces associations qui nous ont fourni des informations sur leurs communautés respectives. Cette première phase de prise de contact avec la communauté a été effectuée entre 2011 et 2012 et a duré environ deux mois. Elle a marqué le début de l'analyse ethnographique du réseau des Cap-verdiens.

Après un rendez-vous avec une représentante du Business Club de l'Association « Casa Cabo Verde » (Maison du Cap-Vert) à Paris, nous avons décidé de travailler uniquement avec la communauté cap-verdienne de Nice. Les raisons qui ont motivé cette décision sont, d'une part, la distance géographique, la difficulté de communication mais aussi le coût financier engendré par les déplacements et, d'autre part, la distance sociale inhérente à cette communauté. En effet, lors de notre entretien à « Casa Cabo Verde », nous avons été informés du peu de membres engagés au sein de la communauté cap-verdienne de Paris ; ceci est dû à la diversité des communautés ethniques dans les quartiers, à l'accessibilité et à la diversité des activités sociales et culturelles et aux distances entre quartiers.

Pour sa part, la communauté cap-verdienne de Nice reste assez unie, même si elle est dispersée dans plusieurs quartiers de la ville et qu'elle organise sa vie communautaire à l'aide de trois associations. Afin d'établir un premier contact avec la communauté cap-verdienne de Nice, nous avons rencontré les représentants de l'association « Racines du Cap-vert », située dans le quartier de Bon Voyage, Nice-Est (mais qui a des activités éparpillées dans la ville), et de l'association « Maison du Cap-vert », située dans le quartier de l'Ariane, Nice-Est. Nous avons également essayé de rentrer en contact avec l'Association « Solidarité Cap-Vert », basée également à Nice, mais nous n'avons jamais obtenu de réponse de leur part. Lors de ces

5. *Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online*

premières rencontres individuelles, organisées en septembre 2012, les représentants ont exposé les différentes activités de leurs associations respectives et décrit brièvement leurs membres.

L'association Racines du Cap-Vert

Cette association touche un public adulte, composé principalement d'individus de première génération. Beaucoup d'entre eux sont de nouveaux arrivés en France qui viennent rejoindre leur famille ou des amis. L'association se concentre sur les activités sociales et fédératrices telles que l'organisation d'événements comme les dîners. Elle se concentre aussi autour de l'organisation de cours de français pour les nouveaux arrivants, afin de les aider dans leur intégration en France.

L'association Maison du Cap-Vert

L'association se focalise sur les jeunes, principalement ceux scolarisés en France, car elle est en lien avec le centre de loisirs du quartier de l'Ariane. La plupart de ces jeunes sont nés en France et sont donc considérés de deuxième génération. Les activités de l'association tournent autour de la culture : danse, musique, chant. Elles sont organisées une ou deux fois par semaine après les heures de sortie d'école ou le samedi après-midi. Au moment de notre enquête, l'association était en contact avec la mairie annexe du quartier, ce qui lui apportait des fonds pour l'organisation d'événements sociaux et culturels dans le quartier, ou pour participer à d'autres manifestations organisées par la Mairie de Nice.

Concernant la communication avec les deux associations, aucune ne possédait de site web, d'adresse e-mail ou de bureau fixe. Le seul moyen de joindre ses membres était par téléphone (numéro de portable) mais, dans le cas de l'association « Racines du Cap-Vert », seule une personne était

5. *Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online*

chargée de la permanence téléphonique, ce qui rendait la communication difficile. Pour l'association « Maison du Cap-Vert », l'organisation était plus complète car la coordination des différentes activités se partageait entre ses membres, généralement très impliqués. Leur réactivité a grandement facilité notre accès aux informations.

Position par rapport à la culture d'origine et à la culture d'adoption

Dans les deux cas, les membres des associations nous ont expliqué que la communauté est très attachée à sa culture et à ses liens avec la mère patrie. Pour eux, la famille ainsi que l'Église catholique ont une influence très positive qui se reflète dans les valeurs de solidarité affichées par la communauté. D'après quelques discussions informelles avec des personnes externes qui fréquentent la communauté, de telles valeurs sont facilement repérables lors des manifestations sociales. Cet attachement s'exprime également à l'occasion d'initiatives associatives. Dans le cas de la « Maison du Cap-vert », ces activités visent à fédérer la communauté, mais aussi à la diffuser dans le quartier et dans la ville en participant aux événements organisés par la Ville de Nice. L'association « Racines du Cap-vert », quant à elle, se concentre plus sur les activités de socialisation et d'intégration à la communauté d'accueil en proposant des cours de français gratuits et assurés par des bénévoles.

Une situation socio-économique fragile

Plusieurs signes indiquent que la plupart des membres de la communauté ne possèdent pas de ressources financières très élevées. Les lieux d'habitation de la majorité des adhérents de ces deux associations se situent dans les quartiers de Bon Voyage où le coût de l'hébergement est faible, et dans

5. Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online

celui de l'Ariane qui a été conçu pour palier les besoins locatifs des populations vulnérables de la ville. Selon un sondage que nous avons effectué lors du repérage de population, les personnes adultes de la communauté travaillent généralement en tant qu'employés, ouvriers ou personnels de service. Concernant la scolarité des enfants, ils assistent aux enseignements dispensés dans les institutions scolaires présentes dans ces deux quartiers.

Cette première phase d'analyse ethnographique de réseau a été très productive ; elle nous a permis de discuter mais aussi d'observer certaines des pratiques sociales de la communauté dans deux villes : Paris et Nice. Elle nous a aussi permis de définir les limites de cette étude du point de vue financier et scientifique. Ainsi, suite à ces rencontres, et après de nombreuses considérations nous avons pu lister les critères précis présidant au choix du terrain de travail et de l'échantillon, en fonction des besoins de l'étude.

5.5. Les Cap-verdiens de deuxième génération : une vie entre deux mondes

La communauté cap-verdienne que nous avons rencontré est très attachée à sa culture d'origine et à la famille restée au Cap-vert. À l'époque des premières interviews, en 2012, les adultes de première génération restaient en contact avec la famille par téléphone et par courriel et commençaient à découvrir Facebook et d'autres réseaux sociaux. Mais les jeunes de deuxième génération, qui savaient manipuler ces sites et qui étaient encouragés par leurs parents, avaient commencé à établir des liens avec la famille au Cap-vert notamment via Facebook. Puisque notre travail est axé sur l'utilisation des médias socio-numériques par les communautés immigrantes, le choix de travailler avec ces utilisateurs actifs des réseaux sociaux, c'est-à-dire les jeunes de deuxième génération, apparaît logique.

5. *Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online*

L'étape suivante consistait à définir un échantillon représentatif de la population que nous cherchions à étudier. Pour ce faire, nous avons établi une liste de critères basée sur des données démographiques, géographiques, « générationnelles », techniques, mais aussi culturelles et liées à la vie associative. Nous détaillons cette liste ci-dessous :

- **critères démographiques** : ils concernent principalement le pays d'origine, l'âge, le niveau de scolarité, le sexe, et les langues parlées. Pour l'étude, nous avons choisi des jeunes des deux sexes, entre 12 et 20 ans, et qui parlent couramment le français, le créole cap-verdien (la langue parlée au foyer, en général), et ont au moins des bases de portugais. Ils doivent suivre ou avoir suivi une partie de leur scolarité en France ;
- **critères géographiques** : il s'agit de limiter le périmètre de travail, nous avons donc opté pour la ville de Nice ;
- **critères « générationnels »** : comme nous l'avons vu, au sein des communautés cap-verdiennes rencontrées, ce sont les jeunes qui se servent le plus des médias socio-numériques. Les jeunes nés et scolarisés en France réussissent généralement à maîtriser le français et le créole cap-verdien. Ils sont exposés aux informations issues des sites de médias ethniques liés au Cap-vert et à sa communauté en France. Ainsi, par leur positionnement entre deux mondes, ces jeunes de deuxième génération constituent l'échantillon idéal ;
- **critères techniques** : la population soumise à l'étude doit impérativement avoir accès à un ordinateur connecté à Internet à domicile ;
- **critères culturels** : ils s'appuient sur l'importance de la proximité culturelle entre la communauté et l'auteur de l'étude. En effet, le fait qu'enquêtés et enquêteur soient issus d'un pays avec un passé colonial en rapport avec la péninsule ibérique, donne lieu à des traces cultu-

5. *Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online*

relles communes telles que celles de la religion catholique (qui véhicule des valeurs et des pratiques communes dans toutes les cultures). Le facteur linguistique a également influencé ce choix car l'espagnol (langue maternelle de l'auteur) et le portugais, en plus d'être des langues latines, se ressemblent ;

- **critères liés à la vie associative** : la population doit impérativement appartenir à une association dépendant de la communauté et y participer activement. Ceci garantit des liens actifs entre les membres de l'association et une partie de la communauté cap-verdienne, en même temps que les activités organisées par l'association établissent des liens avec le reste de la communauté du quartier.

Suite à ces considérations, nous avons estimé que la population qui remplissait le mieux cette liste de critères était la communauté cap-verdienne regroupée autour de l'Association « Maison du Cap-Vert » et non celle de l'Association « Racines du Cap-vert » (voir annexe B pour consulter les interviews faites auprès des deux associations). Après plusieurs visites à l'Espace Django Reinhardt, centre où l'association organisait ses activités, nous avons constaté que l'association regroupait plus de jeunes et qu'elle était plus investie dans la vie de la communauté cap-verdienne du quartier, mais aussi dans la vie du quartier, l'Ariane. L'association était plus organisée que les deux autres que nous avons contactées, ce qui lui permettait de créer ou de participer à des manifestations culturelles assez fréquemment. Ainsi, nous avons créé un tableau descriptif de la population choisie pour l'étude, il inclut certaines informations récoltées lors des entretiens avec les jeunes membres de l'association :

5. Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online

Caractéristiques de la population étudiée	
Pays d'origine des parents	Cap-Vert
Génération des enfants	Deuxième
Sexe	Masculin et féminin
Âge	12 à 20 ans
Langue parlée	Portugais, créole cap-verdien et français
Niveau d'études	Collège et Lycée
Lieu d'habitation	Quartier de l'Ariane, Nice-Est
Catégorie socio-professionnelle des parents	Employé, personnel de service, ouvrier
Disponibilité d'un ordinateur à la maison	Oui
Inscrit au moins à un média socionumérique	Oui
Réseau social utilisé par toute la population	Facebook
Fréquence d'utilisation de ce réseau	Quotidienne
Membre actif d'une association culturelle	Oui

TABLE 5.1. – Présentation sociodémographique de la population choisie pour l'étude

Le choix se limite ainsi aux jeunes membres de l'association, qui assistent aux ateliers artistiques (danse et musique). Leur activité associative et sociale se passe de façon hebdomadaire dans l'Espace Django Reinhardt, ce qui devient le choix naturel pour le nœud ou terrain d'étude.

Notre travail d'enquête auprès des jeunes a bénéficié d'un contexte favorable. D'une part, parce que le président de l'association, M. Arlindo Moreira, a eu une attitude très positive à notre égard et a encouragé les jeunes à participer à notre étude ; d'autre part, parce qu'au moment où nous avons posé les fondements méthodologiques de ce travail, Facebook était encore le principal outil socio-numérique utilisé par les jeunes en France.

5. *Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online*

La problématique liée à la protection de la vie privée et à l'exercice du contrôle social à travers l'usage des réseaux socio-numériques n'était pas encore d'actualité. Les jeunes s'adonnaient à cette pratique avec l'intention d'augmenter leur identité et d'afficher leur popularité, notamment par la construction et la multiplication de liens forts ou faibles avec des usagers appartenant à un même groupe d' « amis », groupe constamment amené à s'étendre et à créer de nouvelles relations. Ainsi, nous avons dans un premier temps rencontré peu d'obstacles pour constituer un panel de volontaires pour participer à cette étude et répondre à nos questions, ces dernières étant toujours posées aux sujets de l'étude dans un cadre collectif, en présence de leurs camarades et d'un adulte encadrant. Au début de notre travail d'enquête, quatorze jeunes étaient prêts à s'investir dans cette étude, mais à mesure que le temps passait, huit d'entre eux se sont désistés avec, comme motif premier, la crainte de livrer leur vie privée à des inconnus. Bien que l'échantillon ait été réduit à sept personnes, six filles et un garçon, l'étude a pu être menée avec une grande précision et nous avons pu observer de près le contenu partagé et commenté par ces jeunes.

5.6. Exploration du monde *offline* et *online* de la communauté

Les besoins de ce travail nous ont conduits à mettre en place plusieurs dispositifs pour rassembler et analyser des informations issues de diverses sources. La méthodologie de collecte des données s'articule autour de trois grands types de démarches : l'interview, l'observation non-active, et l'observation non-active en ligne. Notre enquête prend appui sur trois publics distincts : la population participant à l'étude, les personnes influençant l'intégration des immigrés et les hauts fonctionnaires de l'Ambassade du

5. Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online

Cap-vert à Paris. Notre méthodologie d'analyse des données est également construite en trois temps : l'analyse des interviews, l'analyse des observations et l'analyse des données textuelles et pictographiques obtenues lors des observations en ligne.

La partie interview comprend aussi un stage d'une semaine au sein de l'Office français de l'immigration et de l'intégration (OFII) des Alpes-Maritimes. Cette démarche nous a permis de pénétrer la structure mise en place par l'État pour l'accueil et l'intégration des primo-arrivants dans le pays. Nous avons également pu découvrir de l'intérieur le fonctionnement dans le détail de cette institution, héritière d'un long passé en matière de gestions des flux migratoires. Dans la partie suivante, nous présenterons les différentes méthodes de rassemblement et d'analyse de données.

Les choix des terrains d'étude pour les enquêtes et les observations a été fait en fonction de la fréquentation des membres de la communauté, de la qualité des échanges sociaux qui s'y passent, et de la facilité à y accéder et pour y mener des enquêtes. Deux terrains ont été choisis : un *offline* et l'autre *online*.

Le terrain *offline* : l'Espace Django Reinhardt

Situé dans le quartier de l'Ariane, Nice-Est, il est hébergé dans un immeuble moderne, étalé sur 2250 m². La Mairie de la ville⁵⁸ le qualifie comme étant « l'un des plus beaux équipements de la Ville de Nice dédiés à l'animation ». Il s'agit d'un espace culturel, ouvert à toute activité ludique, sociale et culturelle du quartier. Les associations peuvent négocier facilement l'accès à des salles et à de l'équipement technique. Par sa situation centrale, il facilite l'organisation d'événements de plusieurs types : scolaires, sociaux, citoyens, culturels.

⁵⁸ *Centre AnimaNice Django Reinhardt*. URL : <https://www.nice.fr/fr/activites-et-loisirs/centre-animanice-django-reinhardt>.

Le terrain *online* : Facebook

Il devient de plus en plus difficile de donner une classification à Facebook. Ce « site » a connu ses années de gloire en Occident, mais se trouve de plus en plus déserté par les jeunes aujourd'hui. Il a suivi une politique interne de réinvention constante, en s'adaptant aux tendances du marché. Ainsi Facebook achète des start-ups, des technologies (géolocalisation, reconnaissance faciale, messagerie éphémère, intelligence artificielle, etc.) et investit sur des nouveaux services (groupes d'e-boutique, appels internet, messagerie robotique pour les pages commerciales, etc.). Tous ces efforts sont canalisés dans le but d'empêcher la fuite de ses membres. Alors Facebook est-il encore simplement un réseau socio-numérique ou est-il devenu un espace multifonctions ? Peut-être les deux. Pour l'intérêt de notre étude, nous allons nous concentrer sur son aspect communautaire en ce qu'il permet de créer et d'entretenir des liens. Le site est donc un espace de proximité sociale « capable de générer, à long terme, de nouvelles solidarités, avec le partage de ressources et la mutualisation de connaissances⁵⁹ ».

Malgré toutes les innovations technologiques que Facebook propose, la communication dépend encore fortement des échanges textuels et pictographiques (Stephen Dalsgaard⁶⁰), en mode synchrone ou asynchrone. Cependant, pour l'ethnographe, l'accès aux données issues des communications asynchrones (chats et appels) reste encore très restreint (S. Dalsgaard⁶¹). Pour des raisons pratiques, ces considérations nous conduisent à privilégier l'observation de la communication asynchrone, textuelle et pictographique. Mais aussi parce que la possibilité qu'offre Facebook d'afficher chronologiquement l'interaction entre les membres de la communauté en étude, leur

⁵⁹ASSENS, C. et LACOSTE, P. *Réseaux sociaux, tous ego ? : Libre ou otage du regard des autres*. Hors collection. De Boeck supérieur, 2016.

⁶⁰S., Dalsgaard. « The Ethnographic Use of Facebook in Everyday Life ». In : *Anthropological Forum* 26.1 (2016), p. 96-114.

⁶¹Ibid.

5. *Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online*

identité et l'évolution de leurs vies au cours de ces dernières cinq années, nous permet de collecter des données avec l'assurance de leur validation et de leur origine.

5.6.1. Méthodes de recueil des données

Pour la récolte des informations, nous avons employé trois types de méthodes : l'interview en face-à-face, l'interview en ligne et l'observation non-participative en ligne. Comme mentionné précédemment, elles constituent des piliers méthodologiques pour l'ethnographie des réseaux et la netnographie mixte. Sur nos cinq ans d'enquête, elles ont été utilisées à différents moments. Dans le cas des observations en ligne (l'étape la plus longue de la collecte de données), elles ont suivi un cadre normatif basé sur la régularité chronologique et critique, déterminé dans la grille d'observation conçue pour ce faire. Dans un souci de cohérence et de clarté pour le lecteur, nous avons décidé d'adopter une approche chronologique pour présenter les différentes phases de la collecte de données. Avant de poursuivre, il est important de signaler que toutes les interviews en face-à-face correspondent à l'ethnographie des réseaux, les interviews en ligne et toutes les observations à la netnographie. Le stage d'observation à l'OFII a été une activité périphérique pour faciliter la compréhension du sujet.

L'interview avec l'attaché de la culture à l'ambassade du Cap-Vert, 25 novembre 2010

Notre travail de recueil de données a commencé par la préparation d'une visite à l'Ambassade du Cap-vert à Paris avec l'objectif de recueillir des données issues de sources officielles. De ce fait, nous avons pris contact avec l'Ambassade. Cependant, malgré plusieurs courriers et relances, aucun membre du corps diplomatique n'a souhaité nous recevoir. Nous avons

5. *Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online*

donc pris la décision de nous rendre à l'ambassade sans rendez-vous. Sans connaître précisément l'identité de la personne qui pouvait nous recevoir, nous avons préparé un formulaire de questions, allant de questions larges et généralistes à des questions plus précises, notamment sur la stratégie de communication de l'Ambassade avec la communauté cap-verdienne ou sur les formes et les outils de communication propres à la communauté cap-verdienne (les questions et les réponses sont disponibles dans l'annexe B).

Nous nous sommes présentée le matin du 25 novembre 2010 à l'ambassade. Les personnes responsables de l'accueil étaient très sollicitées, mais nous avons trouvé le moyen de discuter avec l'une d'elles et de lui présenter rapidement notre projet. Après plusieurs tentatives, elle a réussi à nous obtenir un entretien avec l'attaché aux affaires culturelles de l'Ambassade, M. Davide Andrade Modesto Leite. Cet entretien n'a pas été mené aisément. D'une part, notre interlocuteur était réticent à l'idée de nous recevoir ; d'autre part, en raison de mauvaises expériences antérieures avec des chercheurs, il ne souhaitait pas nous confier un nombre trop conséquent d'informations, ni ouvrir librement la discussion. La plupart des réponses à nos questions ont été peu développées, et certaines questions ont été volontairement ignorées, notamment celles dont l'intention était de collecter des informations précises sur les moyens de communication mis en œuvre par l'ambassade à destination de la communauté cap-verdienne en France ou sur les moyens de communication dont dispose et fait usage celle-ci.

Néanmoins, nous avons pu obtenir des renseignements qui ont contribué à enrichir les sources bibliographiques de notre étude. Les informations communiquées par M. Davide Andrade Modesto Leite, bien que soumises à une sélection et à une volontaire rétention, nous ont également aidée à comprendre le fonctionnement de la communauté cap-verdienne et ses

5. *Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online*

moyens de communication en France, ce qui a contribué à délimiter notre étude. Nous avons pu constater grâce à M. Andrade que la communauté ne possède pas de médias qui lui soient propres en France. De fait, nous avons noté que sa consommation médiatique est fortement orientée vers les productions audiovisuelles brésiliennes et portugaises. Par ailleurs, cet entretien nous a aidé à comprendre que les ressortissants cap-verdiens n'ont pas de liens étroits avec leur ambassade, ils sont prioritairement intéressés par l'information administrative que celle-ci peut leur fournir. La vie sociale et culturelle est plutôt organisée autour d'un réseau d'associations, surtout lorsqu'il s'agit des communautés qui habitent le sud de la France et qui sont donc géographiquement éloignées de leur ambassade, d'où notre choix de concentrer notre recherche sur la vie associative.

L'interview avec les membres de l'association « Maison du Cap-vert » - 2011/2012

Nous avons interrogé la population participant à cette étude, principalement au début et à la fin de notre recherche qui s'étend de 2011 à 2016 ; les questions et les réponses sont consultables dans l'annexe B. Étant donné que les réponses obtenues lors de la première campagne d'enquête, qui s'est déroulée en 2011/2012 étaient très similaires, nous avons opté pour un rassemblement de ces données. Afin de segmenter l'information et de faciliter l'analyse, nous avons effectué trois types de questionnaires destinés à trois groupes :

- **les responsables de l'association** : l'objectif de ce questionnaire était de rassembler les informations générales concernant l'organisation de l'association, le nombre de membres, les données démographiques, les activités, et les moyens de communication ;

5. *Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online*

- **les membres de la communauté** : le questionnaire correspondant à cette partie de l'échantillon nous a permis d'effectuer un premier repérage de la population, afin de connaître leurs pratiques de communication, leur avis sur ce qu'est l'intégration et d'identifier les utilisateurs actifs des médias socio-numériques ;
- **les jeunes utilisant les médias socio-numériques** : une fois la population potentielle délimitée, ce dernier questionnaire a été conçu pour détecter les pratiques socio-numériques et connaître les sites généralement utilisés.

Nous avons opté pour des questions volontairement restreintes, susceptibles de s'ouvrir en fonction des réponses données. En effet, durant ces enquêtes, il était indispensable de gagner la confiance des interviewés. Ainsi, si ces questions peuvent paraître réductrices au premier abord, elles ont néanmoins une fonction : celle d'approcher notre terrain et d'établir un échange respectueux avec les sujets de notre enquête, sans leur imposer notre point de vue extérieur.

Il faut aussi ajouter que les conditions dans lesquelles les enquêtes se sont déroulées n'étaient pas optimales. Elles ont eu lieu à l'Espace Django Reinhardt, avant ou après les ateliers culturels proposés aux jeunes membres. Certes, le lieu choisi permettait de s'entretenir avec les jeunes dans un cadre qui leur était familier, rassurant et donc approprié ; cependant, il nous a fallu nous accommoder des bruits constants et des interférences pendant les entretiens. Les questions ont été volontairement ajustées pour que leur contenu soit en adéquation avec l'âge et l'expérience des jeunes interviewés. En effet, capter l'attention des jeunes, pendant un temps assez long, suppose une approche séduisante qui échappe à tout « adultocentrisme ». En outre, il nous était nécessaire d'adopter un niveau de langage qui soit familier et accessible aux jeunes sujets de l'étude afin de

5. Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online

les motiver à poursuivre, de manière concentrée, la discussion et de créer ainsi une situation propice à la confiance. Les résultats obtenus ont été satisfaisants : grâce à ces trois types d'interviews, nous avons pu établir un échantillon de la population correspondant à nos critères et motivé à engager un échange avec nous.

L'observation des membres de la communauté

L'objectif de ce moment de l'enquête était de comprendre le fonctionnement social et communicationnel de la communauté. Les observations se sont donc déroulées dans deux cadres différents : public et privé. Nous avons choisi comme lieu public l'Espace Django Reinhardt car toute la vie sociale des membres de la communauté s'y déroulait. Ainsi, de novembre 2011 à juin 2012, nous avons assisté à plusieurs ateliers culturels, à quelques réunions et à certaines manifestations, le récapitulatif de la grille d'observations se trouve dans l'annexe B. Dès le départ, l'accueil a été très amical. Les jeunes et les adultes ont pris le temps de discuter avec nous, de nous proposer d'assister à d'autres événements, de nous parler du Cap-vert, du créole, des danses, des rituels, de la vie de famille, des difficultés de la vie d'un immigré, etc. Par ces rencontres hebdomadaires, nous avons pu comprendre de l'intérieur le fonctionnement de cette culture à « contexte élevé⁶² », pour reprendre la terminologie de Edward T. Hall.

La deuxième partie de la phase d'observation se déroulant dans le cadre privé, nous avons rencontré les sondés chez eux, au sein de leur cellule familiale. L'objectif était de lever le voile sur l'utilisation des moyens de communication mis en place par la famille, c'est-à-dire les dispositifs et les médias d'information mobilisés pour avoir des nouvelles de leur pays, avec une attention toute particulière pour les médias ethniques en langue maternelle. Cependant, pour diverses raisons, beaucoup de parents ont refusé

⁶²HALL, *Au-delà de la culture*, op. cit.

5. *Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online*

de nous recevoir, et puisque le nombre de personnes participant à l'enquête s'était réduit, nous avons décidé d'abandonner ce fragment de notre méthode. Par ailleurs, nous avons constaté que via Facebook, nous pouvions récupérer une quantité importante d'informations liées aux objectifs de notre observation : noms des médias ethniques utilisés par notre population, dispositifs de communication, fréquentation de ces médias, etc. Nous avons donc décidé de centrer davantage nos efforts sur ce site.

Stage d'observation à l'Office Français de l'Immigration et de l'Intégration

À mesure que l'exploration du terrain avançait, nous avons compris qu'il était nécessaire de prendre en compte l'analyse des mécanismes mis en place par l'État pour faciliter l'intégration des immigrants en France. La prise de contact avec l'Office Français de l'Immigration et de l'Intégration (OFII) devenait donc incontournable, afin de recueillir un maximum d'éléments sur les points suivants :

- les démarches administratives des nouveaux arrivants ;
- le contrat d'accueil et d'intégration (CAI) ;
- le fonctionnement des composantes du CAI (cours, stages) ;
- leur méthodologie d'enseignement des langues et d'éducation civique ;
- le contenu et les objectifs des cours ;
- les procédures d'évaluation ;
- la motivation des élèves ;
- les formateurs ;
- le fonctionnement de l'OFII et ses relations avec les différents services gouvernementaux ;
- les relations de l'OFII avec les ambassades françaises.

5. *Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online*

Pour ce faire, en avril 2012, nous avons contacté l'OFII des Alpes-Maritimes, mais suite au refus de traiter notre requête, nous avons contacté le bureau central à Paris. Une lettre adressée à M. Arno Klarsfeld, directeur de l'OFII à l'époque, nous a ouvert les portes de cette institution. En effet, suite à un courriel de sa part envoyé à la directrice du siège des Alpes-Maritimes, Mme Hélène Lesauvage, nous avons pu entamer les démarches pour effectuer un stage d'observation d'une semaine. Après plusieurs discussions, nous avons planifié un calendrier de travail s'étalant du 11 juin au 15 juin 2012, que nous retranscrivons ici :

- lundi 11 juin : rencontre avec la responsable du bureau accueil et intégration, Mme Krystel Le Lay-Caroff, et observation/discussion dans la salle d'attente avec les primo-arrivants ;
- mardi 12 juin : rencontre avec le personnel administratif en charge des dossiers de regroupement familial, et observation/discussion dans la salle d'attente avec les primo-arrivants ;
- mercredi 13 juin : visite des cours de français pour les signataires du contrat CAI (cours de français langue étrangère et seconde FLES) ;
- jeudi 14 juin : rencontre avec le responsable du bureau d'asile politique, et observation/discussion dans la salle d'attente avec les primo-arrivants ;
- vendredi 15 juin : visite des cours d'éducation civique, fin du stage ;
- lundi 18 juin : rencontre pour bilan avec Mme Hélène Lesauvage, directrice de l'OFII Alpes-Maritimes.

Nous avons reporté les données de toutes nos observations et interviews dans un rapport de stage placé dans l'annexe A. Nous en avons extrait quelques morceaux pour mieux présenter l'organisation de ce bureau et le travail effectué :

5. Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online

La délégation territoriale départementale est dirigée par Mme Hélène Lesauvage. Sous sa direction, une quinzaine de personnes effectuent les missions suivantes : accueil des migrants, visite médicale, travail social, gestions des demandeurs d'asile, gestion des dossiers de demande de visa, titres de séjour, de regroupement familial, gestion et suivi des contrats CAI.

La responsable du bureau accueil et intégration, Krystel Le Lay-Caroff, dirige et coordonne le travail du personnel impliqué dans le processus d'intégration : les formateurs de français langue étrangère et d'éducation civique, les médecins et l'infirmière chargés de la visite médicale, la travailleuse sociale, les responsables de bilan de compétences et les administratifs. Selon nos discussions avec les responsables, il n'y a pas de profil type pour le personnel, mais il leur est demandé : une capacité d'adaptation aux changements continuels des lois et des textes et aux différentes situations qui se présentent dans leur travail quotidien, ainsi qu'une ouverture culturelle.

Pendant la semaine que nous avons passé à l'OFII, le personnel que nous avons rencontré a été accueillant et plutôt ouvert à nos questions. Cependant, nous avons senti une certaine réticence de la part de la directrice qui a gardé un langage propre aux administrations et nous a fourni des informations très formatées. La fin du stage s'est déroulée dans des conditions cordiales, néanmoins nous avons tout de même eu l'impression que notre présence et nos questions n'étaient pas vraiment bienvenues.

Récolte des données *online* : l'observation

Le recueil de ces données a eu lieu entre janvier 2012 et décembre 2016. Au départ, il était effectué une fois par mois ; puis, constatant qu'il n'y avait

5. *Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online*

que peu de variations dans la publication de contenus d'un mois à l'autre, nous avons opté pour un rythme trimestriel. Lors des deux premières années, certaines personnes avaient une activité limitée au partage de photos personnelles et non pas à l'écriture des billets (posts). Toutefois, nous avons fait le choix de nous concentrer sur les contenus textuels et pictographiques car leur trace est plus facile à archiver dans un dossier. La vidéo présente quelques difficultés pour l'archivage car, en fonction du site, elle peut être téléchargée ou non.

Après cinq ans de suivi, la quantité de données récoltées était considérable. Toutefois, nous avons remarqué que nombre d'images et de billets témoignaient de situations, d'états d'âme et de pratiques sociales similaires. Afin de prendre un échantillon significatif sur cinq ans d'observations, nous avons limité la récolte de données en ligne à trois par an et par personne, ce qui nous donne 105 billets et images. En effet, il a été porté à notre connaissance qu'une collection se définit à partir de trois objets nous avons donc considéré le chiffre trois comme chiffre de base élémentaire d'analyse de fréquence. Les données ont été conservées dans deux types de fichiers. La partie texte a été enregistrée dans un fichier Excel, avec une classification par personne, langue (français, créole cap-verdien ou portugais), source (statuts ou article), année et mois.

Les images ont été archivées individuellement dans des fichiers également organisés selon les mêmes critères. L'ensemble des textes et des images a été pris aléatoirement afin de ne pas biaiser l'étude, cependant des critères précis ont été établis au moment d'effectuer les analyses.

Récolte des données *online* : l'interview

L'interview *online* a été utilisée pour recueillir les données liées aux moyens de communication employés par le groupe, comprendre leur utilisation et lister les médias ethniques plébiscités. Nous avons également emprunté cette

5. Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online

voie pour savoir si les jeunes sentaient que les informations obtenues grâce aux médias sociaux numériques les aidaient eux et leur famille à mieux comprendre la société française pour s'y intégrer. Au début de l'étude, nous avons décidé de faire trois interviews, une *offline* pour connaître la population, et deux *online* pour comprendre leurs pratiques. Or, comme nous avons remarqué qu'il y avait peu de variations sur le contenu partagé, nos questions ne pouvaient pas beaucoup évoluer. Donc, afin de ne pas les répéter et pour ne pas surcharger psychologiquement les personnes sondées, nous avons limité les interviews au nombre de deux. Ainsi, la deuxième interview a eu lieu en décembre 2016, les questions et les réponses sont consultables dans l'annexe B. Nous les revisiterons dans le chapitre six portant sur l'analyse des résultats.

5.6.2. Interroger les données

Notre choix méthodologique nous a mené à emprunter plusieurs méthodes qualitatives d'analyse, parfois à les hybrider partiellement avec des méthodes quantitatives. Les données sont organisées en trois types : (1) textes issus de Facebook (publications des statuts), (2) images publiées sur Facebook, (3) textes issus des interviews. Le dépouillement des données textuelles issues de Facebook a été effectué à l'aide d'un logiciel, et le reste grâce à des grilles d'analyse et des statistiques. Sur une échelle qui reste modeste, nous avons pu effectuer une analyse sur les réseaux actifs des contacts Facebook qui entourent les membres de notre échantillon, ceci afin de tracer les réseaux avec lesquels ils échangent. L'ensemble des résultats sera analysé grâce à la technique de codage qui permet de croiser les résultats de chaque analyse.

Analyse du langage discursif des billets publiés sur Facebook

Dans le cadre de l'analyse des données textuelles, il a été procédé à un classement de celles-ci. Chaque billet provenant des membres de l'échantillon a été répertorié par ordre chronologique. Les billets ont également été classés par langue et, si nécessaire, accompagnés des traductions respectives. En effet, ces textes sont publiés en français, portugais, créole cap-verdien, anglais, et certains sont bilingues. En ce qui concerne le portugais, les traductions en français ont été effectuées par un traducteur diplômé. Les traductions en cap-verdien se sont avérées plus complexes à réaliser car il est vrai que l'usage du vocabulaire cap-verdien par les jeunes générations diffère parfois de la langue traditionnellement utilisée par les personnes plus matures. En outre, en raison de la difficulté liée à la traduction, il a été essentiel de se rapprocher d'autres membres de la communauté car il nous est apparu que certains membres de l'échantillon utilisaient le créole cap-verdien. Celui-ci se montre plus complexe à comprendre et à traduire. Pour assurer le sérieux de l'étude, il a donc été nécessaire d'approcher différentes personnes de culture cap-verdienne, mais celles-ci n'étaient pas impliquées dans l'étude. Grâce à nos relations multi-culturelles, un sous-ensemble de la communauté cap-verdienne résidant dans le quartier des moulins à Nice a été contacté par l'intermédiaire d'un prêtre. Parallèlement, il a été demandé la traduction de ces mêmes phrases issues des billets en ligne à des personnes mixtes cap-verdiennes-françaises, mais ne fréquentant pas cette communauté catholique. Les résultats communs des traductions de créole ont fait apparaître les mêmes notions et la même compréhension des phrases soumises à leur expertise.

Les messages ont pu être analysés avec le logiciel Nvivo qui nous a permis de trouver les mots les plus récurrents. Ceci nous a permis de créer une typologie de messages et ainsi identifier les sujets les plus abordés. L'ana-

5. *Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online*

lyse de réseau social a aidé à comprendre l'environnement de ces billets, ce qui a facilité l'interprétation des données.

Analyse des images

La communication sur les médias sociaux s'axe de plus en plus sur le visuel, il était donc impossible de négliger cette partie. Sur cinq ans de suivi, nous avons repéré des situations répétitives. Elles nous ont permis d'établir une liste de critères établis à partir du contenu le plus fréquemment présent sur les images :

- photos de groupe ;
- images trouvées sur Facebook et repartagées (pensées, messages moralisateurs, images de soutien face à un attentat...);
- affiches annonçant des événements liés à la communauté capverdienne ;
- affiches annonçant des événements musicaux ;
- photos artistiques.

Ce tri n'a pas été très facile à faire car, sur certaines années, la population n'avait pas affiché une quantité significative d'images, tandis que sur d'autres, il y en avait excessivement. Nous avons également remarqué qu'à mesure que notre échantillon avançait en âge, le contenu devenait plus mature.

Très vite, nous avons constaté que notre analyse ne pouvait pas s'effectuer à l'aide d'un logiciel car les besoins de cette étude impliquent une analyse que seul l'oeil humain peut effectuer. Suite à cela, nous avons établi une deuxième grille de lecture permettant d'analyser l'ensemble des images présentées dans le chapitre six. L'analyse de l'ensemble de ces données est finalisée par une discussion sur les résultats et par le recouplement des informations recueillies *online* et *offline*.

Analyse de réseau social actif sur Facebook : une approche ethnographique

L'analyse de réseaux sociaux permet de cartographier le réseau social actif des contacts sur Facebook de l'ensemble de notre échantillon. Nous employons une approche macrosociologique et ethnographique afin de déterminer partiellement comment le « collectif est structuré » (Julien Mésangeau⁶³). Avec cette méthode, nous souhaitons identifier les cultures, entendues sous la pluralité de ses formes. Celles-ci sont retenues car elles nourrissent la vie sociale des individus composant notre échantillon. Par la nature qualitative de cette méthode, nous ne pouvons pas employer des techniques traditionnelles d'analyse de réseaux sociaux. D'ailleurs, l'utilisation de logiciels tels que Gephi ou Give me my data pour analyser des profils et leur réseau est pratiquement impossible, car Facebook a mis en place le système de certification « Login review⁶⁴ » qui détermine l'utilité (sociale et commerciale) des applications et elles ne sont autorisées qu'en fonction des critères du site. Il s'agit surtout d'un dispositif pour censurer les applications qui mettent en risque le business model de Facebook. Pour effectuer notre analyse, nous avons dû retracer le réseau de façon manuelle en suivant ces critères communicationnels et chronologiques :

- retracer le réseau « actif » pendant deux ans, de janvier 2015 à septembre 2016, afin de garantir que les profils identifiés (nœuds) entretiennent une véritable interaction avec le membre de la communauté (nœud central) ;

⁶³J., Mésangeau. « Articuler graphes et représentations d'utilisateurs d'un réseau socionumérique : retours sur une méthodologie d'entretien ». In : *Sciences de la société [En ligne]* 92 (2014).

⁶⁴FACEBOOK. *Qu'est-ce que Login Review ?* URL : <https://developers.facebook.com/docs/facebook-login/review/what-is-login-review>.

5. *Comprendre la vie en communauté : entre le offline et le online*

- retracer les liens avec lesquels il y a une activité constante, elle doit être présente sur au moins trois types d'échanges (like, commentaire, tag, partage de contenu, message ...).

Comme pour le reste des données collectées, nous avons limité à quinze le nombre de profils répertoriés. Ces éléments ont été choisis en analysant les données de janvier 2015 jusqu'à septembre 2016. Cette action a consisté à sélectionner un sujet d'étude - les sujets de l'échantillon, et à analyser les connexions les plus importantes sur la durée mentionnée plus avant. À l'aide d'un logiciel vectoriel, nous avons créé la carte du réseau. Nous avons également séparé les connexions : celles s'effectuant avec la communauté cap-verdienne de celles ayant lieu avec la communauté autochtone.

Analyse des interviews

Malgré le faible taux de participation à l'interview en ligne, nous allons maintenant effectuer une analyse thématique correspondant aux sujets abordés. Les réponses manifestent des pratiques que l'analyse des réseaux prouve clairement, et que notre stage d'observation à l'OFII aide à comprendre. Finalement, nous allons confronter les résultats des analyses de textes, d'images et de réseau avec les interviews grâce à la méthode du codage. Le croisement de données permettra d'examiner sous plusieurs angles la communication numérique et sociale des Cap-verdiens de deuxième génération. Il permettra de déterminer le niveau d'influence culturelle et sociale dégagé par l'information que le réseau des membres de notre échantillon partage ou commente avec eux.

6. Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration

« L'hybridation socioculturelle n'est pas un simple mélange de structures ou de pratiques sociales peu spectaculaires, pures, n'ayant aucun rapport entre elles et qui, en se combinant, donneraient naissance à des structures et des pratiques nouvelles. Parfois, ce phénomène se produit de manière inattendue ou constitue le résultat imprévu de mouvements migratoires, touristiques ou d'échanges sur les plans économique et communicationnel. »

Néstor García Canclini¹

La culture des jeunes que nous avons suivis pendant cinq ans peut être décrite comme une hybridation de leurs racines cap-verdiennes, françaises et portugaises. Musique, danses, fêtes nationales et religieuses, styles de coiffures, styles vestimentaires, nourriture, langues et interlangues², toutes ces pratiques et d'autres encore témoignent de l'enrichissement culturel que cette deuxième génération est en train d'acquérir. Par les contenus de leurs

¹GARCÍA CANCLINI, N. « Cultures hybrides et stratégies communicationnelles ». In : *Hermès, La Revue* 3.28 (2000).

²Système linguistique artificiel créé par les apprenants d'une seconde langue. Il s'agit d'une combinaison entre des structures empruntées à la langue maternelle et à la langue seconde avant d'arriver au bilinguisme

6. Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration

publications sur Facebook, ils veulent communiquer sur cet aspect multi-culturel de leur personnalité et de leur vie au quotidien. En quelque sorte, ils souhaitent aussi militer pour la reconnaissance ou la découverte de la culture cap-verdienne, encore méconnue en France. Le fait d'appartenir, d'avoir appartenu ou d'avoir eu des liens à un moment de leur vie avec une association culturelle et cap-verdienne, démontre la fierté qu'ils éprouvent face à leur héritage culturel. En outre, ces rapports présents ou passés avec ce genre d'organisme témoignent également d'un certain désir de vouloir partager cette richesse, non pas par chauvinisme, mais plutôt pour diffuser les actions de leur communauté, et ainsi faciliter la compréhension et le dialogue entre cultures. Les données visuelles et textuelles que nous avons récoltées ont laissé émerger des messages qui vont dans ce sens. Le mariage de l'analyse des données provenant de leur vie *online* et *offline* va nous permettre de mieux saisir leurs besoins communicationnels et leur utilisation des médias sociaux-numériques.

6.1. Vie *online*

Au cours de la période de suivi virtuel, nous avons pu observer un changement progressif dans le type de publications partagées. Visiblement, cela a été le résultat du passage de l'âge adolescent à celui de jeune adulte, auquel nous pouvons adjoindre certains événements de vie : réussite au Baccalauréat, emploi, mariage, naissances, attentat du 14 juillet 2016 à Nice, etc. Les traces de ces évolutions présentes dans les images ou les statuts nous racontent toutes des histoires, tout en véhiculant des traces de l'identité que les expéditeurs veulent afficher. Avec les traces que les internautes laissent derrière eux, ils créent des « doubles numériques », ceux-ci sont décrits par Jacques Perriault, Michel Arnaud et Brigitte Juanals

6. Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration

comme « des ensembles de données numérisées, textuelles ou visuelles, qui sont issues de l'identité réelle de l'internaute, en quelque sorte des fragments d'informations sur son état-civil, sa vie personnelle, professionnelle, ses thèmes d'intérêt, ses loisirs . . . Mais l'internaute peut tout aussi bien en créer à sa guise qui soient complètement fantaisistes ou imaginaires, tous ces doubles traçant progressivement les contours d'une sorte d'hologramme de lui-même. ³ » Or, même si beaucoup de données personnelles sont maintenant dans le domaine public, il demeure très complexe de retracer la véritable identité de l'internaute. Souvent, l'analyse pure et simple de ses données textuelles et visuelles ne suffit pas. Toutefois, avec la combinaison de leurs données numériques et de la vie réelle, nous sommes en capacité de définir un profil proche de la réalité.

La constitution d'une identité en ligne bénéficie du fait de pouvoir être modelée et adaptée en fonction des technologies de la plate-forme sociale utilisée, et du réseau social auquel l'utilisateur s'adresse. Comme nous avons pu le voir dans les travaux de Danah Boyd, Facebook a été pendant longtemps un outil d'expression et de construction d'identité chez les adolescents et les jeunes adultes. Son utilisation a été soumise à plusieurs types d'études, et différentes classifications en sont sorties. En s'appuyant sur une publication de Dominique Cardon⁴, Fanny Georges expose le cas particulier de Facebook qui « relève d'une sorte de mélange catégoriel : les sites communautaires, les sites de rencontre et les sites de communication. De nombreux utilisateurs l'utilisent en guise de page personnelle ; Facebook permet également d'ajouter une application de type blog. Les services se

³PERRIAULT, J., ARNAUD, M. et JUANALS, B. « Les identifiants numériques humains. Eléments pour un débat public ». In : *Les Cahiers du numérique* 3.2 (2002), p. 169–182.

⁴CARDON, D. « Le design de la visibilité : un essai de typologie du web 2.0 ». In : (2008).

6. Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration

multipliant, l'offre des services est la variété⁵. » Georges regroupe les informations collectées en trois catégories : (1) l'identité déclarative qui englobe tous les renseignements qui constituent l'identité de la personne (sexe, âge, avatar, ville d'origine, etc.) ; (2) l'identité agissante, elle est complémentaire de l'identité déclarative avec les listes d'amis, les pages suivies, les collections de vidéos, les images, les statuts, etc. ; (3) l'identité calculée, elle est renseignée à partir du nombre de fois que l'utilisateur se connecte, de la rapidité avec laquelle il répond à des messages, du nombre d'amis qu'il a, etc. Pour les besoins de notre travail, l'identité déclarative a été jusqu'à un certain point définie à l'avance. En revanche, l'identité calculée étant impossible à mesurer sans l'aide d'instruments très spécifiques, nous avons décidé de nous intéresser à l'identité agissante. Afin de la comprendre, nous allons d'abord présenter les résultats de notre analyse ethnographique des réseaux sociaux actifs de notre échantillon, et ensuite les résultats des analyses des données textuelles et visuelles.

6.1.1. Le réseaux social actif : preuve des influences culturelles

Lorsque nous avons initié cette enquête, nous nous attendions à rencontrer une communauté cap-verdienne solide, mais ouverte à ceux qui les entourent physiquement et virtuellement. Lors des discussions en face-à-face, tous les membres nous ont assuré de l'esprit d'ouverture de l'association, de ses membres et de ses activités. Dans les résultats des interviews, il ressort souvent qu'une des raisons de l'existence des activités culturelles consiste à faire découvrir la culture cap-verdienne. Les membres de l'association participent souvent à des manifestations culturelles ouvertes à tout public. Nous

⁵GEORGES, F. « Les composantes de l'identité dans le web 2.0, un étude sémiotique et statistique ». In : *Communication au 76e congrès de l'ACFAS: Web participatif: mutation de la communication ?*, 6 et 7 mai 2008, Centre des congrès, Québec. 2008.

6. *Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration*

avons la conviction que les jeunes que nous avons suivis, majoritairement nés et scolarisés en France, étaient au moins équitablement entourés par la communauté cap-verdienne et par la communauté autochtone. Notre enquête a, au contraire, infirmé ce présupposé en retraçant leur réseau social actif sur Facebook qui est principalement et prioritairement constitué de Cap-verdiens.

Pour arriver à ces résultats, nous avons reconstitué à échelle réduite le réseau personnel de chacun des membres. Il met en lumière l'identité culturelle des individus qui le composent. Afin de cartographier ces données, nous avons mis en place un dispositif dont les fondements s'appuient sur trois types de critères : chronologiques, fréquentiels et ethnographiques.

Pour commencer, les critères chronologiques reposent sur l'espace temporel d'échanges entre les nœuds principaux (les membres de la communauté analysés de façon indépendante) et les nœuds constituant le réseau de chacun d'entre eux. Pour rappel, nous considérons le nœud, en tant que notion, comme le "carrefour" de tous les contacts humains qu'il regroupe. Dans l'étude qui nous concerne, nous nous focalisons sur une période temporelle précise, soit entre janvier 2015 et septembre 2016 comme déjà explicité plus avant dans la méthodologie (Chapitre cinq).

Dans un deuxième temps, les critères fréquentiels retracent l'activité constante entre le nœud central et les autres nœuds qui gravitent autour de lui. Ces critères servent à retracer les liens correspondants à une activité constante. Nous avons retenu comme analyse pertinente que cette activité devait être présente sur notamment trois types d'échanges tels que : les « like », les commentaires, les tags, les partages de contenu, les messages.

Pour terminer, les critères ethnographiques reposent sur la notion d'autochtonité abordée dans le premier chapitre. Elle se définit par le fait qu'une communauté s'installe sur un territoire avant les autres, et crée une

6. *Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration*

relation avec ce territoire qui l'aide à définir sa culture. En effet, en dehors de la nationalité, le lien qui retient un sujet à son territoire se révèle plus fort selon non seulement son lieu de naissance, sa scolarisation, ses activités quotidiennes sociales, son lieu de travail, les relations humaines qu'il partage durant la durée de son séjour, mais aussi selon son intégration culturelle. En partant de cette liste d'éléments d'ancrage territorial, nous avons établi une autre liste pour délimiter les critères de ce que nous pouvons accepter comme appartenant à la culture autochtone de la France et de la région de Nice, afin de définir les réseaux sociaux. L'objectif est de repérer ceux dont la culture est influencée majoritairement par le Cap-vert, et ceux qui le sont majoritairement par la France.

Cependant, la traçabilité dépend des données que Facebook et les propriétaires des profils laissent dans le domaine public. Les éléments suivants sont fréquemment laissés en mode public, d'autres sont rendus légalement publics par Facebook : les noms des propriétaires des profils, leur photo, les noms des membres de leur famille, le nom du centre d'études (et sa géolocalisation), le nom du lieu de travail, la ville de résidence ou d'origine, la situation sentimentale, les abonnements aux pages Facebook et aux groupes, les loisirs (films, livres, BD, émissions tv, etc.) préférés, les équipes sportives soutenues, la participation à des événements, le réseau d'amis et tous les billets qu'ils publient sur leur mur en mode public. L'analyse de l'ensemble de ces données nous a permis de déterminer la culture principale qui influence la personne.

Au vu du graphique 6.1, nous pouvons constater que le réseau des nœuds centraux est constitué majoritairement par des nœuds influencés par la culture cap-verdienne. Basé sur un échantillon de quinze contacts par membre de la communauté étudiée, un simple calcul permet de voir que sur ces quinze profils, en moyenne seulement trois ou quatre individus

6. *Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration*

correspondent à notre interprétation de communauté autochtone - influencée par la culture française. Ce qui correspond à environ 80% des nœuds influencés par la culture cap-verdienne, et 20% par la culture française.

À la lecture de ce graphe, nous constatons qu'une seule personne affiche un réseau que nous qualifions d'équilibré. Ce sujet expose des relations tournées autant vers les Cap-verdiens que vers les Français. Le reste de l'échantillon est fortement dominé par une seule culture. Il est constaté en effet que les sondés diffusent leurs informations principalement, voire exclusivement, à leurs relations cap-verdiennes. Cette interaction « monoculturelle » explique la présence et l'origine de certaines images et photos personnelles, d'informations publiées dans leurs billets et les liens partagés. Ainsi, leurs communications principalement adressées à leur réseau d'origine cap-verdienne conditionnent leurs usages. Dans les analyses suivantes, nous verrons que cette influence est remarquée par la nature du contenu partagé, notamment lorsqu'il est visuel.

6. Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration

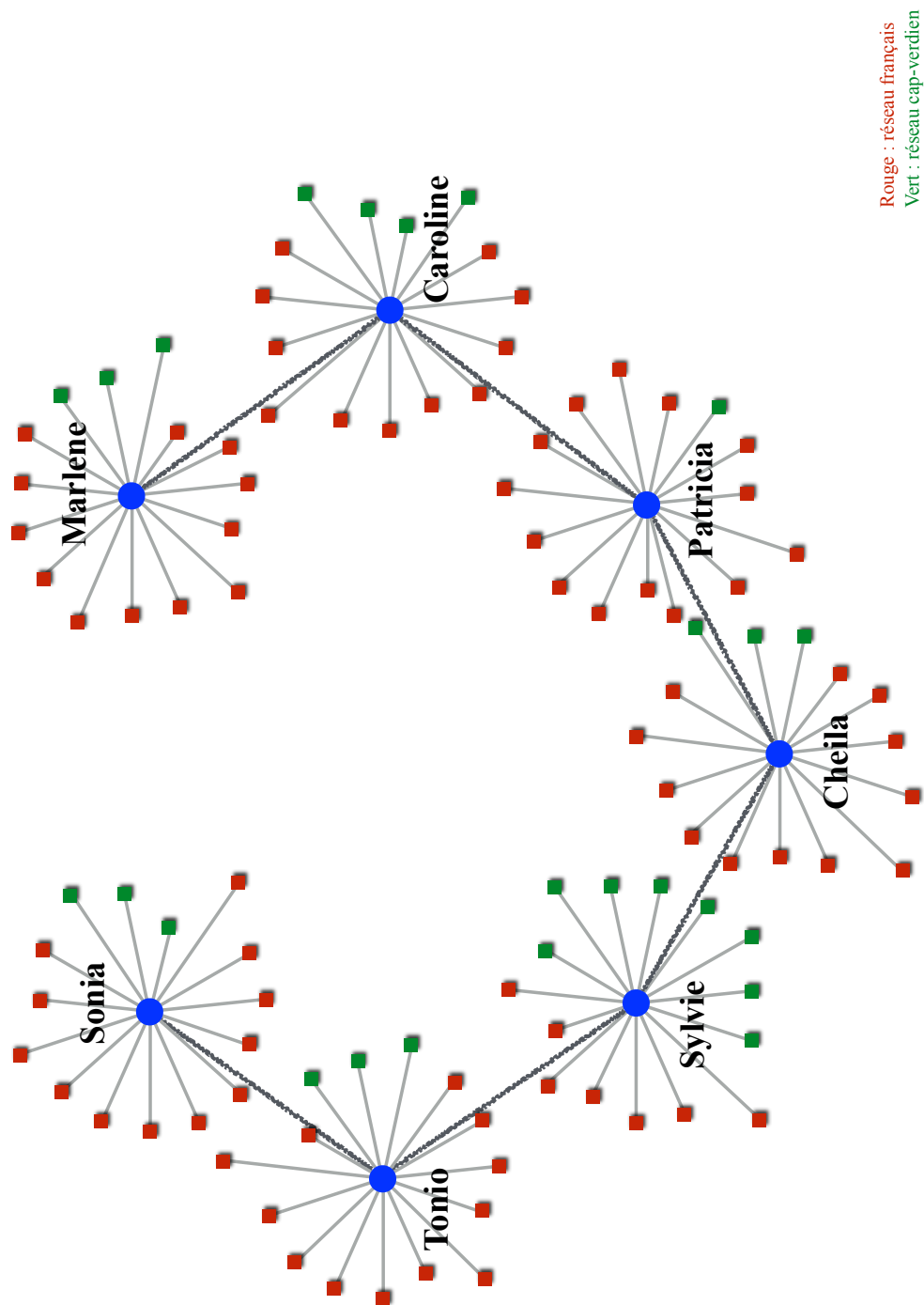


FIGURE 6.1. – Réseaux sociaux actifs sur Facebook : les influences culturelles

6.1.2. Interroger les collections de visuels

Le corpus analysé est composé de photos, d'affiches, d'images contenant des animaux, des pensées, des messages de soutien ou de félicitation. La figure 6.2 montre la distribution des visuels :

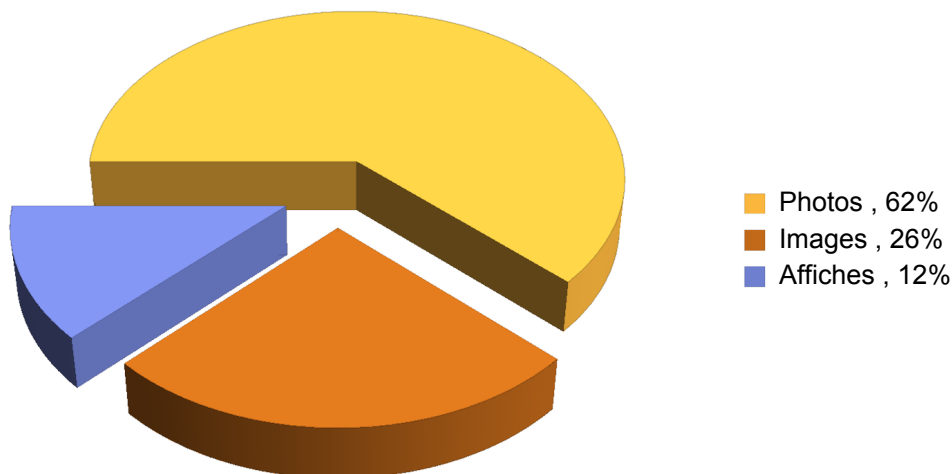


FIGURE 6.2. – Distribution des types d'images récoltées

Afin d'exploiter la richesse de ce matériel de travail, nous avons composé deux grilles d'analyse sémiotique : la première pour les photos et les images ; la seconde pour les affiches. Ces grilles d'analyse de visuels ont été élaborées à partir des éléments théorisés par la recherche en communication non-verbale. Nous avons retenu la catégorisation présentée par Michael Porter⁶, divisée en quatre parties, et expliquée par Marie-Nathalie Jauffret pour son analyse sur le sourire :

- le physique : « les expressions faciales [...] les émotions corporelles⁷. »
- l'esthétique : « les expressions comme la danse et d'autres « structures » artistiques comme la peinture et la sculpture⁸. »

⁶PORTER, M.E., SAMOVAR, L.A. et STEFANI, L.A. *Communication between cultures*. Wardworth publishing company, 2000.

⁷JAUFFRET, M.-N. « La couleur du sourire. Approche communicationnelle d'une expression faciale non verbale subliminale par la synesthésie ». Thèse de doct. Université Nice Sophia Antipolis, 2015.

⁸Ibid.

6. Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration

- le symbolique : « recouvre tous les messages qui transportent une idée de religion, de statut ou de construction symbolique⁹. »
- les mécanismes de portage de message : « les drapeaux d'indication, les sirènes d'alarmes, etc.¹⁰ »

Dans le cas des photos de personnes, il est nécessaire d'ajouter deux notions supplémentaires sur la communication non-verbale : la proxémique et la kinésique. La première est développée par Edward T. Hall¹¹ et résumée en ces termes par Andrée Menaut : « nous communiquons tout autant et simultanément par les mots, par la position du corps et par le rythme et l'ampleur des mouvements¹² ». M.-N. Jauffret complète ce résumé en ajoutant que la proxémique contemple aussi « l'utilisation de l'espace personnel et de la distance physique entre les individus comme révélatrice de l'individu lui-même et du contexte socio-culturel¹³ ». Concernant la kinésique, nous adoptons l'approche de Paul Ekman et Wallace V. Friesen¹⁴ pour définir les mouvements du corps. Jauffret fait une synthèse des cinq fonctions qu'ils proposent :

- les emblèmes : « ils sont reconnaissables et intentionnels [...] le sourire peut être défini comme un signe emblématique de la joie¹⁵. »
- les illustrations/illustreurs de mouvements : « sont des actes non-verbales qui accompagnent un discours et qui l'amplifient¹⁶. »

⁹Ibid.

¹⁰Ibid.

¹¹HALL, E.T. et PETITA, A. *La dimension cachée*. Points (Paris). Ed. du Seuil, 2014.

¹²MENAUT, A. *Le réel et le possible dans la pensée tactique: contribution à une théorie du jeu sportif*. Collection Milon. Presses universitaires de Bordeaux, 1998.

¹³JAUFFRET, « La couleur du sourire.Approche communicationnelle d'une expression faciale non verbale subliminale par la synesthésie », op. cit.

¹⁴EKMAN, P. et FRIESEN, W.V. « The repertoire of non-verbal behavior: categories, origine, usage and coding ». In : *Semiotica* 1 (1969).

¹⁵JAUFFRET, « La couleur du sourire.Approche communicationnelle d'une expression faciale non verbale subliminale par la synesthésie », op. cit.

¹⁶Ibid.

6. Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration

- les régulateurs : « servent les comportements kinésiques et maintiennent ou régulent le comportement durant une conversation ¹⁷. »
- les adaptateurs : « se définissent comme des actes kinésiques qui répondent à des besoins physiques ou physiologiques ¹⁸. »
- les signes d'affect : « démontrent des signes d'expression physique liés à l'état émotionnel ¹⁹. »

Les analyses sémiotiques peuvent être longues et complexes. À partir des visuels que nous avons rapidement analysés dans le cadre des réseaux sociaux, il apparaît principalement que les trois groupes d'images que nous avons récoltées s'affichent différemment en termes de proxémique et de kinésique. L'analyse plus poussée de cette communication non-verbale serait intéressante à plusieurs titres. Tout d'abord, un sujet d'étude sur ce thème apporterait des informations plus nombreuses, cependant les difficultés d'accès aux programmes d'analyses de visuels sont importantes. De plus, le contexte de notre recherche ne retient pas ce point comme primordial. Il en résulte donc une analyse primaire mais utile afin de faciliter l'étude des codes sociaux, des symboles et des pratiques qui influencent la communication de notre échantillon dans les médias socio-numériques.

Les photos

Afin de pouvoir rentrer dans les détails de l'analyse des photos, nous avons mis en place une grille de lecture en nous basant sur les critères liés à la communication non-verbale établis par Porter. Nous allons donc étudier les traces physiques, esthétiques, symboliques et porteuses de message. Pendant l'étude, des centaines de photos ont été examinées, et après plusieurs filtrages que nous avons déjà explicités, 64 photos ont été recensées. Le

¹⁷Ibid.

¹⁸Ibid.

¹⁹Ibid.

6. Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration

critère général dans cette sélection repose sur les photos représentant le groupe en situation d'interaction sociale et artistique (lorsque les talents des propriétaires des profils Facebook sont mis en valeur). L'avantage de ce filtre est de comprendre, entre autres, l'entourage social, les lieux fréquentés, les pratiques sociales, les codes pratiqués, le langage corporel et les centres d'intérêts.

Les photos de groupe ont d'abord été analysées pour les traces physiques et les textes les accompagnant afin de déterminer le niveau de mixité inter-ethnique. La figure 6.3 montre la classification.

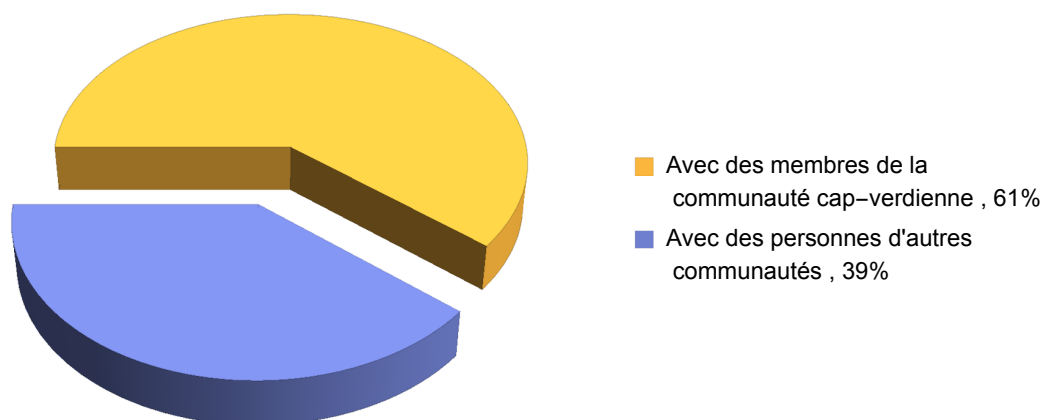


FIGURE 6.3. – Distribution de la sociabilité entre membres de la communauté cap-verdienne et inter-ethnique observée dans les photos

Ensuite, nous avons observé le type de sociabilité des groupes et avons établi quatre grandes familles :

1. événementiel social : fêtes patriotiques, soirées entre amis, fêtes d'anniversaire, etc. ;
2. événementiel religieux : baptêmes, mariages, etc. ;
3. extérieurs au foyer : sortie école, plage, restaurant, voyage, parc, etc. ;
4. à l'intérieur du foyer : dîner en famille, discussion dans la chambre, etc.

6. Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration

La figure 6.4 montre la répartition des images :

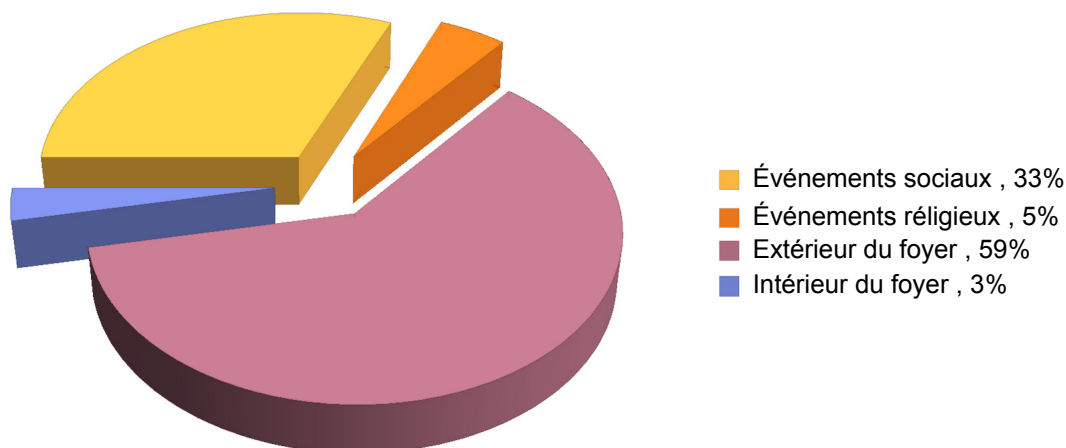


FIGURE 6.4. – Répartition de quatre types de sociabilité observées dans les photos

De façon générale, nous avons remarqué qu'au niveau du langage corporel, les personnes restaient très proches les unes des autres. Pratiquement dans toutes les photos, il y a du contact physique : se tenir par la main, avoir les visages rapprochés, poser les bras sur les épaules. Au niveau des émotions, nous avons surtout noté de la joie et énormément de sourires (réaction typique des cultures du sud comme Hall²⁰ l'explique). Au niveau de l'esthétique, il y a beaucoup de traces d'africanité chez les propriétaires des profils, élément qui se perçoit principalement sur les photos liées à des événements sociaux, religieux et culturels : décoration, vêtements, coiffures, etc. Concernant le symbolique, nous avons remarqué que les filles ont tendance à mettre en avant leur corps, les photos avec des vêtements d'été abondent ainsi que le port de bijoux fantaisie. De leur côté, les garçons portent des vêtements qui véhiculent des messages de virilité, mais le corps n'est pas réellement mis en avant comme dans le cas des filles. Les symboles religieux sont peu présents malgré le constat de l'implication de cette communauté dans les activités catholiques. Finalement, sur les photos nous

²⁰HALL, *Au-delà de la culture*, op. cit.

6. Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration

n'avons pas trouvé de traces d'objets pouvant évoquer un nationalisme cap-verdien, tels que des drapeaux ou des t-shirts à l'effigie de personnalités du pays.

Les images

Leur similarité d'analyse, nous permet d'emprunter la même grille pour l'étude des photos et des images. Ces dernières présentent une variété de sujets : animaux, cartes, pensées, joueurs de football cap-verdiens, drapeaux du Cap-vert et de la France, messages de félicitation, de soutien, de dénonciation d'un massacre, de patriotisme lors des fêtes civiques du Cap-vert, etc. Les sources sont également diverses, mais nous n'avons pas pu identifier les médias clairement proclamés comme ethniques. Ce sont généralement des médias *mainstream*, des médias cap-verdiens et des médias de niche autour de sujets comme la défense de causes, la dénonciation de crimes et d'injustices, la divulgation de thèmes de curiosité (scientifique, religieux...); mais surtout des pages fan sur Facebook, souvent à destination des minorités ethniques. Nous avons remarqué l'utilisation fréquente des pages comme « Les Petits Métisses, Black Et Rebeu Son les Plus Soins et Swag », « État d'exception », « Action droits des musulmans ADM », ou des contenus de groupes à destination de Cap-verdiens comme « Tu sais que tu es fils de Caps quand... ».

Afin de faciliter leur compréhension, nous avons classé les images en six catégories et en fonction des messages qu'elles véhiculent :

1. divertissement : émissions de télévision, danses, dessins humoristiques, animaux...;
2. inspiration : pensées, morale, sagesse ...;

6. *Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration*

3. fierté identitaire (liée à la culture cap-verdienne et africaine) : équipe du football du pays, fêtes nationales, personnalités iconiques de la culture africaine... ;
4. fierté française : messages de soutien lors des différents attentats, drapeaux français... ;
5. dénonciation : massacres, attentats, alertes contre un danger... ;
6. carte : cartes des voyages au Cap-vert, au Portugal... ;

La figure 6.5 présente la distribution en pourcentage de cette classification.

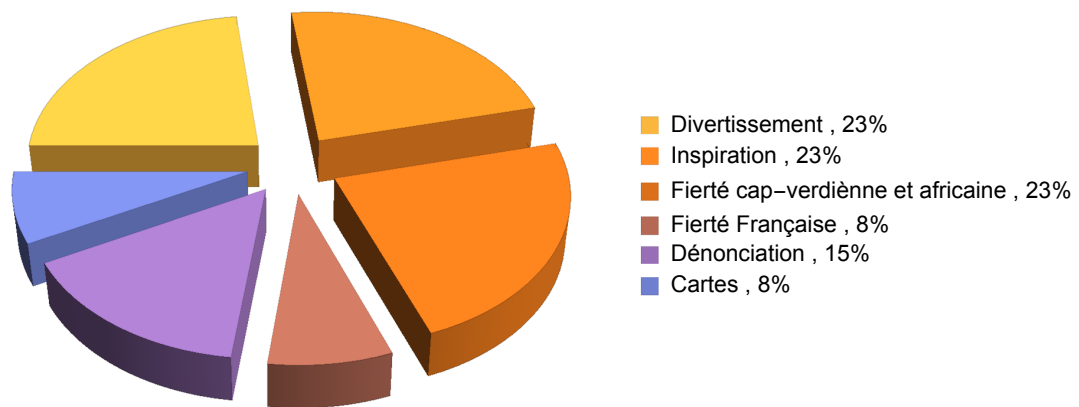


FIGURE 6.5. – Distribution de six types de sociabilité observés dans les photos

Nous pouvons observer que sur les images trois sujets sont plus abondants : le divertissement, les messages d'inspiration et la fierté africaine et cap-verdienne. Concernant le physique des personnes figurant sur ces images, nous avons observé principalement des personnes noires, métisses, et très peu de personnes blanches. Ces figures sont en mouvement ou en état de réflexion pour évoquer la féminité, la virilité, la joie, la tristesse, l'inquiétude, le courage, et la force. Sur ce qui est de l'esthétique, dans plusieurs cas, les vêtements et le décor indiquent un niveau social bas ; dans d'autres, une classe moyenne. Au niveau symbolique, nous constatons des signes qui

6. Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration

embrassent la féminité, la maternité, la masculinité, la réflexion, la colère face à des décisions politiques ou des massacres, mais aussi la fierté de l'africanité. Des dispositifs portant des messages sont présents sous forme de drapeaux de la France et du Cap-vert, de personnalités iconiques du continent africain, de la politique française, et de cartes de la France, du Cap-vert, du Portugal. Nous pouvons noter que malgré le jeune âge des propriétaires de profils, le contenu témoigne d'une certaine maturité, notamment à partir de 2015.

Les affiches

Le contenu de ces visuels demande une analyse proche de celle effectuée pour la publicité, néanmoins, nous ne laissons pas de côté notre grille utilisée pour l'étude des photos et des images. Nous allons la reprendre tout en nous inspirant en partie de celle proposée par Tita Koen et Marie-Hélène Luiggi²¹ :

- le support ;
- la langue ;
- la date de parution ;
- le destinataire ;
- le commanditaire ;
- la description (l'inventaire de tous les éléments) ;
- l'allusion iconographique ;
- l'allusion à des textes et à des mythes.

Les affiches analysées sont très riches au niveau culturel, symbolique et linguistique. Elles étaient toutes conçues pour être imprimées et apposées

²¹KOEN, T. et LUIGGI, M.H. *Catépub: quand la publicité parle de nous*. v. 1. Société des Ecoles du Dimanche, 2001.

6. Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration

sur des murs et des tableaux d'affichage. Comme il est de tradition pour les petites entreprises, ces affiches sont enregistrées sous des formats numériques légers permettant ainsi la diffusion sur les médias sociaux, sans forcément être adaptées aux codes de communication web. Bien que selon la figure 6.6, la grande majorité des affiches soient en français, nous avons pu constater quelques mélanges de langues à travers des expressions cap-verdiennes ou la non-traduction des noms de certains événements.



FIGURE 6.6. – Répartition des langues utilisées pour la rédaction des affiches.

La parution des affiches correspond souvent à des fêtes nationales cap-verdiennes en été, mais aussi à la période du printemps et avant le début des fêtes de fin d'année. Par le choix linguistique, nous pouvons déduire que les événements sont presque tous ouverts au grand public, tout en constatant qu'ils s'adressent généralement à la communauté cap-verdienne. La figure 6.7 montre que 69% des événements sont organisés autour des marqueurs de la culture cap-verdienne, mais il existe aussi des manifestations mettant à l'honneur la culture portugaise et des événements musicaux ou dansants adressés au jeune public.

6. Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration

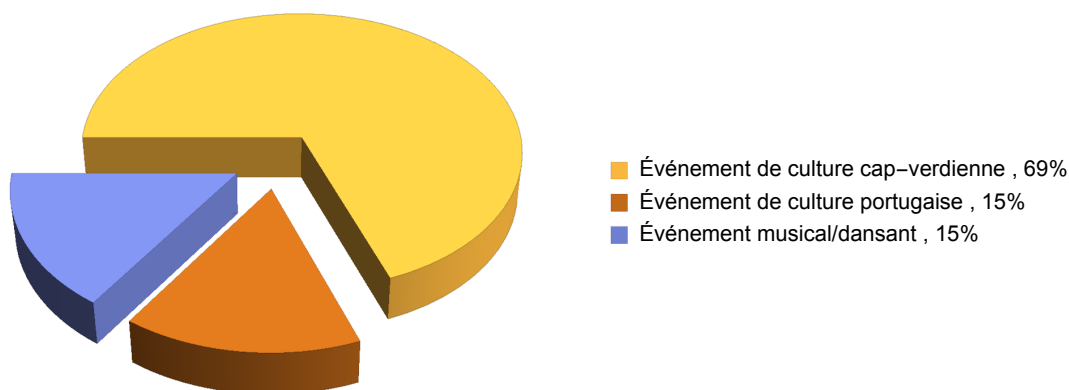


FIGURE 6.7. – Répartition des événements des affiches.

Les affiches sont généralement commandées par des associations ayant peu de ressources financières ou par des sociétés de spectacle. Afin de bien cibler leur public, elles reprennent des codes culturels et identitaires comme le drapeau du Cap-vert, ses couleurs, ses étoiles, et des photos d'artistes. Elles utilisent aussi des images de confettis, des couleurs fortes et des silhouettes dessinant les corps d'hommes et de femmes dansant et renvoyant au thème des fêtes et des soirées en discothèque. Nous pouvons donc conclure que les jeunes reçoivent et partagent beaucoup de contenus visuels liés aux événements festifs de leur communauté, mais aussi aux soirées dansantes organisées par des sociétés privées. Un contenu qui correspond aux pratiques culturelles festives de cette minorité.

6.1.3. Interroger les déclarations publiques sur Facebook

Comme nous l'avons vu, l'identité sur les réseaux sociaux se décline sous les différents contenus que la plate-forme peut supporter, mais elle est avant tout composée de déclarations textuelles faites par les propriétaires de profil. Même si le pouvoir des visuels est une véritable force de communication, la place du texte demeure irremplaçable. Avant de présenter la procédure suivie pour l'analyse des messages émis par la population cible, nous sou-

6. Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration

haitons clarifier le fait que, pour plus de facilité, nous utiliserons tour à tour les termes de « billet » ou de « message » pour qualifier les écrits laissés sur les pages des profils Facebook.

Le langage discursif employé dans la communication numérique, et particulièrement dans les réseaux sociaux, est pour Marie-Anne Paveau²² le résultat d'un métissage langagier et technique. La communication écrite par les adolescents et jeunes adultes à l'aide d'interfaces numériques mobiles ou statiques génère des appropriations linguistiques très particulières. Les abréviations, les anglicismes, les émoticônes, les nouveaux verbes issus de la communication numérique donnent naissance à des expressions telles que : « On va skyper ce soir » = avoir une visioconférence par le logiciel Skype; « tu me WhatsAppes ? » = tu m'envoies un message de texte par l'application WhatsApp, etc. Mais il faut ajouter à ces néologismes l'influence des langues étrangères et secondes. Dans le cas particulier de notre échantillon, 70% des billets sont rédigés en français, mais ils contiennent un nombre considérable d'abréviations, de mots mélangés au portugais et à l'anglais. Globalement, dans toutes les langues recensées, anglais, français, portugais et créole cap-verdien, nous avons retrouvé des traces de ce type d'écriture similaire au langage SMS. La figure 6.8 montre leur répartition.

Nous observons une forte utilisation du français, suivie du portugais et du créole cap-verdien. Selon les interviews et les résultats de notre enquête, la domination de la langue française est due d'une part à la scolarisation de l'échantillon en France et, d'autre part, au fait que le créole cap-verdien est surtout une langue orale. Afin d'approfondir l'étude, nous avons emprunté les méthodes d'analyse textométrique, ainsi que le logiciel Nvivo, conçu pour les recherches qualitatives, notamment pour les données issues des réseaux sociaux. La procédure d'analyse a été divisée en trois étapes :

²²PAVEAU, M.-A. *Analyse discursive des réseaux sociaux numériques*. Mai 2013. URL : <http://technodiscours.hypotheses.org/?p=431>.

6. Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration

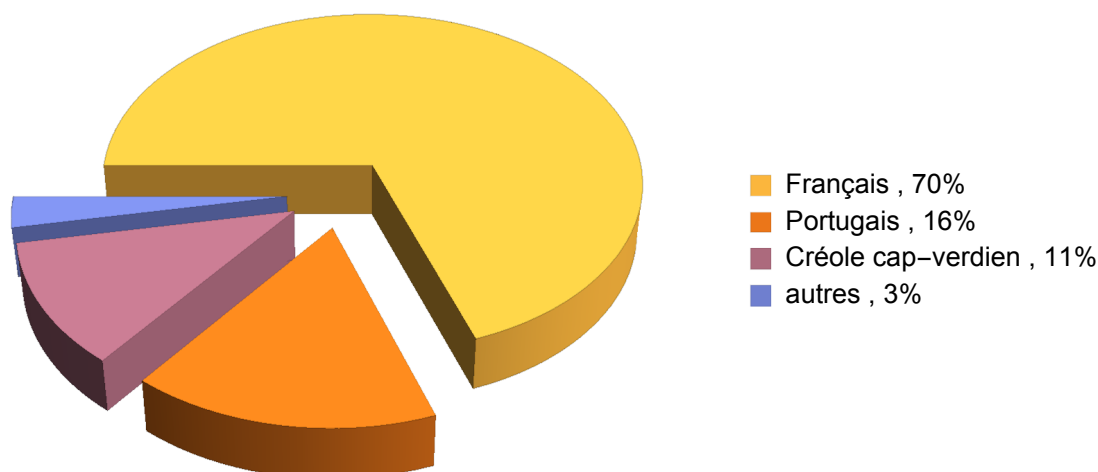


FIGURE 6.8. – Répartition des langues utilisées dans les billets Facebook

1. classification des données par langue ;
2. traduction si nécessaire des billets en français ;
3. analyse isolée des données par langue source/émetteur : analyse fréquentielle du lexique usité.

L'application de cette méthode, nous permet d'effectuer une analyse qualitative de notre échantillon textuel.

Analyse des publications des billets Facebook publiés en langue française

L'analyse des résultats de tous les billets Facebook (FB) publiés en langue française portent sur une quinzaine de pages environ (Annexe C 1-15). Dans le lexique utilisé tout au long de ces billets, quinze mots se détachent plus particulièrement. Nous les avons regroupés en sept catégories : émotions positives, collectivisme, individualité, appartenance à un territoire spatial, description/présentation, spiritualité, temporalité. L'extrait présenté dans le tableau ci-dessous reprend ces quinze mots. Pour mieux les classer, nous avons exclu les articles, les prépositions, les connecteurs, les pronoms relatifs, etc. Durant la première phase d'analyse nous avons jugé utile de classer

6. Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration

les mots par longueur (nombre de lettres) ; mais après réflexion, nous avons considéré que ce classement ne s'avérerait pas prioritaire dans cette étude. Le second choix porte sur une classification par fréquence, comme indiqué plus haut.

Mot	Longueur	Nombre	Pourcentage pondéré
Tout	4	11	1,15%
C'est	4	9	0,80%
Mon		9	0,80%
Nous	4	7	0,73%
Vous	4	7	0,73%
Cap	3	7	0,73%
Jour	4	7	0,73%
Belle	5	5	0,45%
Dieu	4	5	0,45%
Bon	3	5	0,52%
Joyeux	6	4	0,36%
Merci	5	4	0,36%
Nice	4	4	0,36%
J'ai	4	4	0,36%
Cœur	5	3	0,27%

Fréquence lexicale des billets FB en français

Les 5 mots ou constructions linguistiques les plus employés sont :

- tout (11 fois)
- c'est (9 fois)
- mon (9 fois)
- nous (7 fois)
- vous (7 fois)

6. Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration

Suite à la récolte de ces données, nous pouvons déduire que l'échantillon éprouve un besoin de s'adresser à une communauté dans laquelle il s'inscrit. Il fait une utilisation notable des pronoms « nous » et « vous ». À partir de cette collecte, nous avons créé "un nuage de mots" à l'aide du logiciel NVivo. Il permet d'apprécier le contexte à partir duquel ces mots émergent :



FIGURE 6.9. – Nuage de mots : billets FB en français

L'analyse fréquentielle des mots, nous a permis de déduire sept catégories associées aux messages suivants :

- émotions positives : bon, merci, cœur, joyeux, belle ;
- collectivisme : tout, nous, vous ;
- individualité : mon, j'ai ;
- appartenance à un territoire spatial : Cap (vert), Nice ;
- description/présentation : c'est ;

6. Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration

- spiritualité : dieu ;
- temporalité : jour.

La combinaison du nuage de mots et les messages identifiés, nous ont aidé à interpréter les contenus des publications. Ils se concentrent sur l'expression de la joie, du sens de la collectivité, de la jeunesse, des festivités, et de la spiritualité. À la relecture des billets, nous pouvons constater que les messages identifiés confirment ce qui a été repéré à l'œil nu.

Analyse des publications des billets Facebook publiés en langue portugaise

L'échantillon de phrases publiées en portugais (PR), étant de taille plus réduite, nous a conduit à relever seulement les mots qui se répètent un minimum de deux fois. Le reste des mots étaient mentionnés seulement une fois.

Mot	Longueur	Nombre	Pourcentage pondéré
Est	4	5	3,65%
Sont	4	3	2,19%
Passé	2	2	1,46%
Progrès	7	2	1,46%
Suis	4	2	1,46%
Être	4	2	1,46%

Fréquence lexicale des billets FB en portugais)

À la lecture de ces données, nous pouvons en déduire que l'échantillon communique notamment sur la temporalité (passé, progrès) et le verbe être. La répétition de ce verbe symbolise la vie et l'existence. La présence du sujet est attesté par ce verbe d'action qui permet de représenter un Cap-verdien comme étant vivant dans un espace qui ne peut le renier puisqu'il

6. Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration

s'y trouve. Les mots exprimant la temporalité renvoient à l'ancrage des membres avec le passé et au besoin de profiler l'avenir. Le nuage de mots les contextualise.



FIGURE 6.10. – Nuage de mots : billets FB en portugais

La visualisation des données facilite les constats précédemment mentionnés. Le besoin de manifester son existence est très présent dans ces billets.

Analyse des publications des billets Facebook publiés en langue créole cap-verdienne

L'échantillon des billets publiés en créole cap-verdien (CCV) est aussi réduit que celui de l'échantillon des billets en portugais. Nous avons retenu les mots qui se répètent le plus, dans ce cas présents au moins trois fois.

6. Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration

Mot	Longueur	Nombre	Pourcentage pondéré
Est	5	5	1,72%
C'est	5	3	1,03%
Plus	4	3	1,03%
Sans	4	3	1,03%
Sont	4	3	1,03%
Amaro	5	3	0,69%
Besoin	5	3	0,69%
Cap	3	2	0,69%
l'église	8	2	0,69%
Nice	4	2	0,69%
Sourire	7	2	0,69%

Fréquence lexicale des billets FB (CCV)

À l'image des résultats de l'analyse des billets publiés originalement en portugais, le cas du cap-verdien présente des résultats similaires. Il apparaît que la présence de l'église est majoritaire (l'église). Cela se confirme avec le mot « Amaro » qui rappelle un symbole de chrétienté, ce saint rentre dans une dimension spirituelle et culturelle majoritairement propre à ces communautés à Nice. Le besoin d'identité se retrouve également à travers l'usage du verbe « être c'est, est, sont » et la notion d'appartenance à des origines culturelles ou linguistiques par la fréquence du mot « cap » tel Cap-vert. Le territoire d'accueil n'est pas oublié par l'usage du nom Nice et la perception de l'Alter par la fréquence de l'utilisation comme « toi, ils ». Le nuage de mots permet de visualiser le contexte de ces mots :

En somme, les mots identifiés baignent dans un contexte influencé par l'identité, la religion et l'expression de l'appartenance territoriale.

6. Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration



FIGURE 6.11. – Nuage de mots : billets FB en créole cap-verdien

Analyse des publications bilingues des billets Facebook

Ce sont des phrases que les auteurs écrivent dans une même publication, simultanément en français et en portugais afin de communiquer un message similaire à deux publics différents. Or, le nombre est tellement réduit qu'aucun mot (en dehors des articles, prépositions, etc.) ne se répète plus d'une fois. Nous avons décidé de montrer uniquement le nuage de mots afin de visualiser ceux véhiculant un message :

Les tendances qui ressortent le plus sont liées à des ambiances festives (anniversaire, danse, célébration), à l'attachement aux origines culturelles de la communauté d'appartenance (capverdien, cap, liberté) et aux émotions (joyeux, sourire). Ces billets bilingues manifestent d'une utilisation informative envers l'ensemble du réseau Facebook des membres de la communauté en étude.



FIGURE 6.12. – Nuage de mots : billets FB bilingues

Analyse des billets Facebook publiés en combinant plusieurs langues

Une situation similaire s'est présentée dans le cas des publications pluri-langues, c'est-à-dire les messages mixant deux langues (français-portugais, français-anglais). Le nombre est réduit donc peu de mots se répètent. Comme dans le cas précédent, nous montrons uniquement le nuage de mots pour visualiser les mots véhiculant un message :



FIGURE 6.13. – Nuage de mots : billets FB en plusieurs langues

Comme nous pouvons l'observer, le caractère double public de ces messages indique une volonté de vouloir communiquer avec l'ensemble du réseau personnel. En effet, en combinant plusieurs langues dans une même publication, les membres font preuve d'un certain niveau d'ouverture d'esprit et de culture. Ces messages bilingues et plurilingues sont fortement chargés en contenus culturels en rapport avec les festivités (anniversaire, célébrations, danses, félicitations), et de fierté de la culture d'origine des parents (cap, capverdien, indépendance).

6.1.4. Interroger les déclarations privées

Suite au progressif désistement des participants à l'étude, nous avons pris la décision de nous présenter moins fréquemment dans les activités asso-

6. Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration

ciatives afin de nous « faire oublier ». Cette décision s'est avérée négative pour notre travail, car après un long silence de notre part, au moment de les solliciter une dernière fois pour l'enquête en ligne, très peu d'entre eux nous ont répondu. Nous avons placé les résultats de cette interview en ligne dans l'annexe C, et puisque les réponses sont très proches, nous les avons regroupées.

Cependant, même si les interviews sont peu nombreuses, elles confirment un constat fait lors de notre interview avec l'attaché aux affaires culturelles de l'ambassade du Cap-vert : les médias ethniques, au sens traditionnel, pour la communauté cap-verdienne sont pratiquement inexistantes en France. Mais comme ce groupe aime lire en portugais, il se repose sur les médias à destination de la communauté portugaise. La communication écrite en français est très présente dans leur quotidien, que ce soit pour communiquer avec des collègues ou pour partager des informations sur Facebook.

6.2. Vie *offline*

Les observations et les interviews effectuées *in situ*, nous ont permis d'évaluer le contexte dans lequel notre population d'étude évolue. Au début de l'enquête, la méthodologie de travail n'était pas encore mise au point. Les outils de collecte de données (questionnaires des interviews et d'observation...) n'étaient pas formulés selon les besoins de l'enquête conduite aujourd'hui. Sans critiquer aucunement notre premier directeur de recherche - parti à la retraite, il nous a en effet paru complexe d'être guidé par une autre personne. Bien que parfaitement guidée dans cette seconde approche de recherche, il est évident que les outils ne s'accordent pas totalement aux besoins de notre recherche ethnographique menée à ce jour. Notre inexpé-

6. Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration

rience ne nous a pas permis de saisir la complexité des outils à utiliser et nous reconnaissons que les résultats obtenus aujourd'hui par les enquêtes de terrain menées entre 2011 et 2012, ne sont pas suffisamment abouties. En conséquence nous avons fait le choix de rassembler l'ensemble des données pour effectuer une analyse globale des résultats.

Comme explicité dans le chapitre précédent, il s'agit d'une communauté aux ressources économiques réduites. Les adultes par leur faible niveau d'éducation, dont celui de la langue française, ne peuvent pas, d'après leurs dires, obtenir de postes rémunérés au-delà du SMIC. Le quartier de l'Ariane situé à l'Est de la ville de Nice, malgré sa réputation défavorable, compte sur des investissements de la ville qui lui permettent de développer une dynamique d'actions culturelles, sportives et sociales. Des écoles, des espaces verts et sportifs, ainsi qu'un réseau de transport public relativement bien développé, contribuent à l'environnement social du quartier.

C'est une population qui mène une vie sociale très active et très impliquée dans les différents événements organisés par la communauté et l'association « Maison du Cap Vert », qu'ils soient sociaux, festifs ou religieux. Bien que les activités auxquelles nous avons assisté étaient organisées pour et par la communauté cap-verdienne de ce même quartier de l'Ariane (association « Maison du Cap Vert »), nous avons remarqué la présence de Français. Lors des interviews, les jeunes et les responsables de l'association ont affirmé avoir des contacts avec les autochtones pour diverses raisons (ces derniers peuvent être des collègues de travail, des amis d'école, des voisins, des membres des associations partenaires ou de la paroisse fréquentée). Comme indiqué lors de notre interview en 2011 avec M. Arlindo Moreira responsable de l'association :

« Nous essayons de nous rapprocher de la communauté avec nos activités culturelles. »

6. Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration

« Une fois par mois nous participons à une manifestation culturelle qui englobe toutes les associations de la ville »

Arlindo Moreria - Maison du Cap Vert, 2011

Par les liens linguistiques et culturels, la communauté cap-verdienne garde des rapports forts avec celle du Portugal de la région de Nice. Ils considèrent comme normal que les deux groupes se soutiennent à plusieurs niveaux pour les manifestations :

« Nous avons d'autres associations (portugaises) avec lesquelles on travaille [dans le cadre des manifestations]. »

Arlindo Moreria - Maison du Cap Vert, 2011

Ceci peut être le cas lors de manifestations de toutes sortes, lors de pratique d'activités non-professionnelles (réalisation d'affiches, publication et partage de celles-ci sur les réseaux sociaux, etc.). La communauté tisse aussi des liens avec d'autres groupes et associations ethniques, ces actions sont encadrées en partie dans le but d'aider les jeunes membres à créer ou à participer à des manifestations artistiques.

En terme de médias, ils ne sont ni producteurs ni forts consommateurs. Lors des diverses interviews, il nous a été expliqué que la communauté s'appuie beaucoup sur ce que les médias portugais publient. L'ambassade du pays se limite à l'envoi de lettres d'information périodiques, et le milieu associatif n'a pas les moyens humains ou financiers pour effectuer ses propres productions médiatiques. Le responsable de l'association « Maison du Cap-vert » nous a affirmé faire confiance aux jeunes membres pour assurer la promotion de leurs événements. Depuis notre dernière visite, un profil sur Facebook a été créé (apparemment et d'après nos échanges le responsable ne maîtrisait pas sur Facebook à cette époque les différences entre un profil

6. Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration

et une page fan). Bien qu'il compte un nombre considérable d'« amis », il n'a été entretenu que pendant un an. À ce jour, aucune activité ne s'est affichée depuis 2013.

D'après nos analyses, cette communauté cap-verdienne semble fournir peu d'éléments suffisamment pertinents pour la collecte de données riches. En effet, les productions de contenu numérique réalisées par les membres de la communauté semblent peu développées. En ce qui concerne l'utilisation des médias ethniques, elle est également très réduite. Cependant, nos observations nous indiquent qu'il s'agit d'un groupe qui travaille fortement pour s'intégrer (ou rester) dans son quartier, et pour établir le dialogue. Dès les prémices de cette enquête, l'accueil chaleureux que nous avons reçu, les constantes invitations à des manifestations, et la pluralité ethnique que nous avons pu observer lors de ces échanges sociaux, nous conduisent à affirmer que la communauté souhaite réussir son intégration dans la région de Nice. Il est vrai qu'elle met en place tous les moyens possibles à sa disposition, même si dans le cas des réseaux socio-numériques il paraît évident le temps ou des compétences.

6.3. Entre vie *online* et vie *offline* d'un migrant ou fils de migrant

Comme pour tous les groupes issus des communautés immigrantes, la vie des Cap-verdiens de Nice est fortement influencée par les préoccupations qui inquiètent les migrants ou les enfants de migrants. Afin de mieux saisir les éléments qui les préoccupent, nous avons au préalable effectué un stage d'une semaine au sein de l'Office Français de l'Immigration et de l'Intégration (OFII). Chaque jour, les responsables nous ont laissé le temps de pouvoir discuter avec les nouveaux arrivants étrangers qui se trouvaient

6. *Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration*

dans la salle d'attente. Ils nous ont indiqué que leurs inquiétudes les plus importantes concernaient la régularisation de leur situation et la maîtrise de la langue afin de pouvoir être autonomes. Comme le veut la réglementation mise en place par l'OFII, les nouveaux arrivants doivent être compétents dans la compréhension comme dans la pratique de la langue française.

En effet, la maîtrise de la langue entre dans les critères les plus importants de la conclusion du contrat d'accueil et d'intégration (CAI) de tous les étrangers non européens. Cette obligation légale est née du constat qu'un apprentissage de la langue française permet non seulement une acquisition culturelle et linguistique mais sert également à la mise en contact avec la population résidente dans les actes les plus simples de la vie quotidienne. L'obtention d'une certification en langue française permet alors une intégration facilitée. Les réseaux sociaux peuvent également bénéficier de cette mesure par la pratique et la diffusion de pensées émises en langues françaises. Il est important de souligner que c'est l'examen final du FLES (Français langue étrangère et seconde) qui détermine si, à la fin de la période de formation, le migrant est intégré ou non. Nous avons eu l'opportunité de discuter de ce sujet avec la directrice de l'OFII des Alpes-Maritimes. Elle nous a expliqué que pour l'État, il est très compliqué de donner une définition de ce qu'est l'intégration, cependant elle nous a fourni cette définition : « l'intégration, c'est la bonne acquisition d'enseignements variés. C'est suivre ces cours assidûment et essayer d'en tirer le maximum. » Le choix des Cap-verdiens de l'association « Racines du Cap-vert » de privilégier les cours de français pour les nouveaux arrivés de leur communauté, est en partie lié à ce besoin d'intégration linguistique, notamment pour pouvoir intégrer le marché du travail. Les adultes de la communauté « Maison du Cap-vert » ont indiqué lire les informations en français principalement pour continuer à améliorer leurs compétences linguistiques. Les observations sur Facebook ont conclu

6. Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration

que 70% des publications sont écrites en français contre seulement 16% en portugais, 11% en créole cap-verdien, l'utilisation de l'écriture du créole cap-verdien est très limitée.

Le rapprochement culturel et religieux entre ce groupe cap-verdien et la société française au sens large a contribué grandement à la compréhension des codes sociaux. Nous avons examiné au cours des analyses des visuels et des textes la place des croyances et pratiques religieuses. Les jeunes et les adultes participent à ces manifestations régulièrement, et nous avons vu comment les adolescents publient des liens, des billets et des images pour afficher leur attachement à ces valeurs. Ainsi, nous pouvons observer des jeunes filles traiter de missions catholiques françaises en Afrique, des garçons annoncer des services religieux (après avoir publié des affiches de soirées dansantes avec DJ). Les nuages de mots permettent de visualiser des mots liés au culte (présupposé chrétien : « dieu », « famille »...). Les valeurs morales et sociales partagées par tous les pratiquants de foi catholiques influencent positivement l'intégration des Cap-verdiens en France.

Les observations *online* et *offline* ont fait part de l'esprit festif de cette communauté. 12% des images partagées sur Facebook correspondent à des affiches de soirées, à des événements associatifs, artistiques ou patriotiques. Nous avons pu constater que le chant et la danse font partie intégrante de la culture cap-verdienne. Dans le nuage de mots, nous repérons facilement des mots comme « danse », « anniversaire », « concours » et « célébrations » ainsi que des dates, des heures indiquant des traces des événements. C'est pour cette raison que l'association « Maison du Cap-vert » se concentre sur les actions culturelles : pour assurer que la génération née ou élevée en France préserve ces traditions ancestrales. Cependant, dans leur but de faire découvrir la culture cap-verdienne, les associations ont commencé à

6. *Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration*

publier leurs affiches sur Facebook en français, et non plus en portugais comme c'était encore le cas en 2012.

L'africanité est très présente dans les visuels et dans l'ensemble des textes. Des images, des styles de coiffure, des icônes de la culture de l'Afrique subsaharienne, des photos de lions, des représentations de la vie quotidienne, des expressions pour rappeler la couleur de leur peau, etc. témoignent de la fierté que la communauté éprouve. La construction de leur identité trouve des bases solides dans leur entourage, par les contenus que les membres de leur communauté partagent avec eux, et évidemment au sein du foyer.

La communauté reste très solidaire des événements politiques et notamment tragiques qui se déroulent sur le continent africain, principalement dans les pays géographiquement proches du Cap-vert. Dans ce sens, nous avons pu observer le partage d'articles sur le massacre des étudiants au Kenya, et sa dénonciation dans des billets. Par ces messages, ces jeunes membres de l'échantillon font peut-être preuve d'une certaine maturité quant au contexte géographique proche, ou d'un attachement à leurs racines. Le parcours de leurs parents comme migrants ayant affronté de nombreuses difficultés constitue sans doute l'une de ces raisons.

La fierté d'être Cap-verdien est aussi fortement affichée. Ainsi, le nuage de mots fait ressortir rapidement des mots comme « Cap(vert) », « 5 juillet (fête d'indépendance) », « indépendance », « fierté », et des mots exprimant des sentiments collectifs autour de ces festivités. Au niveau des images nous pouvons remarquer aussi un grand nombre de représentations de drapeaux, de couleurs et de symboles du pays, de cartes et de photos prises lors des voyages. Nous avons aussi retrouvé des photos de danses cap-verdiennes et des vidéos que nous n'avons pas pu répertorier. Les jeunes sont très

6. *Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration*

conscients de l'héritage culturel que leurs parents leur ont transmis, et ils affichent ces origines volontairement.

Les liens avec la culture cap-verdienne d'origine sont très importants pour tous les jeunes que nous avons suivis. Ils se sont tous rendus au Cap-vert ou au Portugal au moins une fois dans les cinq dernières années. Les photographies ou les cartes géographiques régulièrement partagées lors de ces voyages sont souvent accompagnées de signes positifs. En exemple, il est noté l'affichage de cœurs, de mots exprimant la joie et la fierté de retrouver leurs racines.

Les publications de notre échantillon, né et/ou éduqué en France montrent une forte fierté liée à leur héritage familial. Cependant, ils n'oublient pas la terre qui les accueille. Nice, ses plages, ses parcs, sa vieille ville, ses institutions éducatives, ses restaurants, ses décorations de Noël, toutes ces visions retiennent l'attention des jeunes qui les gravent dans leur quotidien et les diffusent sous forme d'images comme témoignage d'un partage commun et vivant. Ces jeunes adultes n'ont pas manqué d'envoyer des messages de soutien à la ville après l'attaque du 14 juillet. À la douleur de l'événement s'est sans doute rajouté le fait que deux jeunes adolescents cap-verdiens - ayant leurs habitudes culturelles dans une église catholique du quartier des Moulins, n'ont pas survécus à l'attaque. Ils ont aussi témoigné leur soutien à la ville de Paris après l'attentat du Bataclan. Au contraire, la diffusion d'images ou de textes célébrant les triomphes sportifs de la France sont peu diffusés dans leurs profils. Quant à l'exposition de sentiments anti-français ou anti-blanc, elle est inexistante. Et, nous avons repéré un certain engagement politique contre le mouvement politique de l'extrême droite, dirigé par Marine Le Pen. Toutefois, il est à noter que, comme constaté plus haut dans les différents résultats issus des corpus des

6. Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration

publications Facebook, aucun sentiment d'agressivité, de colère, de violence ou de racisme n'apparaît à l'encontre de la France et des Français.

Les photos de groupes de jeunes véhiculent très souvent des sentiments de joie et de partage collectif. Bien que nous ayons retrouvé un nombre important de selfies ou de photos où ils posent pour la caméra, nous nous sommes concentrés sur les photos sur lesquelles les pratiques sociales apparaissent clairement. Le sourire est remarquablement présent sur les photos, ainsi que les contacts physiques proches et les poses artistiques (mouvements de danse). Ces photos font partie du jeu de construction d'identité agissante sur les réseaux socio-numériques : « L'homme "reconstruit" le [ou son] monde, en construisant son " image " » (Marcin Sobieszczanski²³).

Tout au long de notre observation, nous avons pu constater que le réseau d'amis de ces jeunes demeure prioritairement cap-verdien. Cela est probablement dû à l'influence de l'association qui les regroupe régulièrement, des types d'événements auxquels ils assistent, des amis plus jeunes qu'ils côtoient, de leur communauté religieuse ou artistique. Nous ne pouvons que donner un point de vue approximatif sur ce sujet, mais ce qui semble évident c'est que les liens forts, au sens de Granovetter, sont très solides et que, dans les trois premières années d'observation, ils ont laissé peu de place aux personnes externes. Or, tout au long des années (2011-2016), nous avons remarqué l'apparition de personnes externes à la communauté. Nous nous interrogeons sur la présence de nouvelles personnes intégrant le réseau de notre échantillon. Nous formulons l'hypothèse qu'il peut s'agir d'amis du lycée, de nouveaux amis après les années collège du quartier, de collègues de travail (pour ceux qui ont intégré la vie active). Encore une fois, notre opinion est très partielle et ne s'appuie que sur ce qui est publié. Toutefois, nous notons que les liens faibles (cf. chapitre quatre) ont

²³SOBIESZCZANSKI, M. « Du visuel en informatique ». In : *Solaris* 7 (2001).

6. *Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration*

commencé à gagner du terrain chez les plus adultes, en même temps que le nombre de publications en français. Cette corrélation particulièrement intéressante mérite une étude entière et détachée de la nôtre.

Les contenus que ces jeunes adultes ont partagé ne proviennent pas de médias ethniques tels que nous les avons définis au début de notre travail. Cette recherche dévoile la possible émergence d'autres types de médias ethniques qu'il serait intéressant de définir et d'étudier. En effet, nous avons détecté un nombre considérable de contenus issus des pages Facebook thématiques s'adressant aux minorités ethniques et migrantes vivant dans l'Hexagone.

L'intégration par le moyen des réseaux socio-numériques n'a pas pu être mesurée ni au niveau attendu, ni avec la variété de données souhaitées. Nos résultats apparaissent modestes et donnent très peu de preuves sur une possible intégration par le biais des réseaux socio-numériques. En exemple, le profil Facebook ne se construit au fur et à mesure du temps que par l'intégration de nouveaux « amis » qui sont déjà présents dans la vie quotidienne de l'utilisateur. Les jeunes membres de la communauté ne développent pas ce réseau et ne rajoutent généralement pas de personnes extérieures à leur culture. La publication de contenus issus des médias ethniques partagés sur les réseaux socio-numériques comme moyen d'intégration, tel que nous l'avons établi dans notre hypothèse principale, n'est pas entièrement prouvée. Nous croyons fortement que cette étude peut en inspirer d'autres et qu'elle donne des bases légitimes pour penser que la nouvelle génération des médias ethniques évolue dans des espaces autres que ceux déjà connus et/ou étudiés. De nos jours, les nouvelles applications, les technologies mobiles et la grande motivation des jeunes pour le partage de contenus visuels constituent une nouvelle forme de médias qui remplacent largement les supports d'information traditionnels diffusés sur papier. Cette thèse prouve la

6. Une communauté, deux cultures, deux opportunités d'intégration

nécessité de travailler à l'appréhension des médias socio-numériques dès lors que les chercheurs veulent aborder des sujets d'information et de communication touchant des minorités ethniques. Ainsi, il est utile de mentionner que les dernières applications telles que Snapchat commencent à être utilisées pas la communauté cap-verdienne qui la mentionne dans ces derniers billets. Un répertoire de ces nouveaux médias, à l'image du Ethnic Media Wiki Project, au niveau de la France pourrait donner de nouvelles pistes pour continuer à travailler sur les médias et les contenus qui favorisent le dialogue interculturel et l'intégration des groupes minoritaires.

Conclusion

Tout au long de cette étude, les théories que nous avons mises en exergue nous ont permis de porter un regard critique sur la problématique qui nous a conduit à mener cette recherche. Notre réflexion qui a débuté entre 2007 et 2008 lors de la campagne des primaires au sein du parti Démocrate aux États-Unis, entre Barack Obama et Hillary Clinton, nous a guidé vers l'analyse de la relation entre minorités et nouvelles technologies de communication. En effet, à cette époque, la puissance sociale des réseaux sociaux-numériques (RSN) a été mise en lumière. L'utilisation que l'équipe de M. Obama a fait de ces plates-formes pour recruter des soutiens, notamment chez les minorités ethniques telles que les latino-américains, nous a motivé pour effectuer ce travail de thèse doctorale autour de la question des usages que les minorités ethniques et immigrantes font des RSN. Après trois ans de réflexion sur le cœur de la recherche, nous avons finalement retenu la problématique autour de l'usage des RSN utilisés en France par une communauté étrangère, mais vivant en Métropole. Il s'agit de découvrir :

Comment les médias sociaux-numériques utilisés par les minorités ethniques peuvent faciliter la communication et la compréhension de la culture de leur pays d'accueil.

De cette problématique découle le constat suivant déjà établi : les communautés minoritaires et ethniques sont parmi les premières à adopter les nouvelles technologies de communication (Rigoni²⁴ - Cf. chapitre quatre). Ils oeuvrent ainsi afin de garder des liens communicationnels avec leur famille restée dans le pays d'origine, leur communauté dans le pays d'accueil ou de créer des ponts avec la société du pays d'accueil (Diminescu²⁵ - Cf.

²⁴RIGONI, « Les médias des minorités ethniques : représenter l'identité collective sur la scène publique », op. cit.

²⁵DIMINESCU, « Éditorial », op. cit.

CONCLUSION

chapitre quatre). À partir de cette observation, nous nous sommes interrogés sur le rôle des RSN comme véhicule d'intégration de ces groupes dans leur pays d'accueil. L'intégration est un processus long et complexe qui nécessite l'intervention de plusieurs acteurs, elle ne peut s'effectuer ni dans une situation d'isolement, ni dans un microcosme « monoculturel ». Les conditions d'intégration des migrants de première génération sont différentes de celles de leurs descendants (Schnapper²⁶ - Cf. chapitre trois), nous pouvons même parler d'une intégration à deux vitesses. Le décalage entre les diverses manières de s'intégrer de ces deux générations existe à plusieurs niveaux : linguistique, éducationnel, social, etc. Pour cette génération de descendants (pas nécessairement nés en France), les conditions d'intégration s'inscrivent dans une société qui est aujourd'hui plus mondialisée et qui semble accepter plus facilement la pluralité. Dès lors, cette société partiellement influencée par les flux migratoires marque la construction d'identités culturelles et plurielles (Hall²⁷ - Cf. chapitre trois). Ces identités se développent plus fortement par l'utilisation des RSN.

La génération des descendants des immigrés, tout comme les jeunes gens du pays d'accueil qu'ils côtoient, adoptent les mêmes techniques d'usages des RSN. Il est possible de considérer les différentes plates-formes qu'offrent ces réseaux comme un point de rencontre entre ces deux groupes. Dans certaines pratiques, et jusqu'à un certain niveau, les RSN peuvent jouer le rôle de « lien faible », (au sens de Granovetter²⁸ - Cf. chapitre quatre) et tisser des liens entre des personnes appartenant à des groupes distanciés. En effet, des plates-formes telles que Facebook au travers de leurs pages Fan ou de leurs groupes ouverts, peuvent jouer le rôle d'inter-

²⁶SCHNAPPER, *Qu'est-ce que l'intégration ?*, op. cit.

²⁷HALL, *Identités et cultures 2 : politiques des différences*, op. cit.

²⁸GRANOVETTER, « The Strength of Weak Ties », op. cit.

CONCLUSION

médiaire entre des ensembles. C'est pourquoi, nous avons décidé de formuler notre hypothèse de travail principale dans ces termes :

Si les nouvelles pratiques, liées aux technologies et aux médias facilitent la communication entre les membres d'une ou de plusieurs communautés, elles peuvent aussi faciliter leur intégration à la culture d'accueil.

Cette hypothèse a été testée en suivant pendant cinq ans un échantillon composé de sept jeunes gens issus de la communauté cap-verdienne de Nice-est. Ils ont été sélectionnés via la méthode de l'analyse de réseaux sociaux avec l'approche ethnographique (Cf. chapitre cinq). Durant l'année 2011, nous avons interviewé et observé les membres de deux associations cap-verdiennes de Nice : l'association « Racines du Cap-Vert » et l'association « Maison du Cap-Vert ». Pour notre étude, nous avons retenu seulement les membres de l'association « Maison du Cap-Vert », car elle est plus active socialement et associativement. Après avoir constaté que seule la jeune génération, 12-16 ans, utilisait Facebook, nous avons décidé de nous concentrer seulement sur leur communication.

Analyser la communication d'une communauté implique de comprendre ses fondements culturels, linguistiques, historiques, religieux et sociaux (Matsaganis et al.²⁹ -Cf. chapitre quatre). En choisissant la communauté cap-verdienne, nous avons pu observer à quel point les nouvelles technologies et l'héritage culturel se mêlent pour produire et diffuser des messages visant à renforcer les liens avec l'entourage local comme avec celui qui se trouve à distance. Ainsi, à l'aide des données que nous avons recueillies depuis 2011, nous avons pu comprendre le fonctionnement de la communauté cap-verdienne de Nice, repérer ses moyens de communication,

²⁹MATSAGANIS, KATZ et BALL-ROKEACH, *Understanding Ethnic Media: Producers, Consumers, and Societies*, op. cit.

CONCLUSION

et décrypter les contenus que la jeune population cap-verdienne établie à Nice diffuse régulièrement.

Nos différentes observations et interviews nous ont permis de comprendre que la communauté cap-verdienne de Nice, est une société à haut contexte, au sens de Hall³⁰. En effet, la vie de la communauté repose beaucoup sur les liens de solidarité qui unissent ses membres. Comme nous avons pu l'observer, leurs rituels festifs, religieux, familiaux, etc. font partie intégrante de leurs pratiques quotidiennes. L'analyse des réseaux a montré qu'il s'agit d'une communauté solide, dans laquelle la communication numérique des jeunes membres circule principalement entre eux. Il est à noter que ces acteurs se retrouvent sur Facebook entre membres déjà « co-optés » par le biais de leur identité culturelle cap-verdienne. Peu de personnes externes à cette culture se retrouvent sur ce réseau.

Le résultat de l'usage de cet outil digital entre membres majoritairement cap-verdiens a pour effet la création d'une communication numérique ethnocentrée. Ces échanges développés entre les membres d'une même communauté peuvent être à l'origine d'un « effet de bulle ». Cet effet dit « de bulle » de réseaux engendre donc des implications positives comme négatives. D'une part, il peut être considéré comme bénéfique d'un point de vue social, car il laisse la liberté à chacun d'entretenir des relations avec des membres partageant la même culture. D'autre part, cette bulle peut constituer un enfermement d'où il paraît difficile de s'extraire ou de pénétrer sans posséder le code culturel, à savoir ici, cap-verdien. Les réseaux sociaux des jeunes adultes sont composés dans les premières années d'observation par des liens forts (famille, amis...). Les publications sont donc logiquement fortement influencées par ces réseaux. En conséquence, les publications sont propres aux goûts des adolescents, mais toujours dominées par l'aspect

³⁰HALL, *Au-delà de la culture*, op. cit.

CONCLUSION

ethnique de la communauté. Suite aux deux années d'observation, 2014-2016, il est apparu un léger changement de langage ; la langue française étant en effet plus usitée par les futurs adultes. À notre sens, à ce stade, une étude psychologique approfondie pourrait permettre de comprendre la démarche de ces adolescents. Néanmoins, il est possible de supposer qu'à leurs âges, ils s'éloignent du cocon familial et comprennent qu'ils font partie d'un contexte, d'un environnement plus large : ils appréhendent alors le monde différemment. Cette prise de conscience peut ainsi s'accompagner d'une acceptation plus importante du monde qui les entoure. De ce fait, la langue française, élément inhérent à cet espace plus grand, est acceptée et s'utilise alors plus fréquemment. Cette nouvelle vision du monde permet à ces jeunes adultes soit d'intégrer à leur réseau des personnes extérieures à la communauté cap-verdienne, soit d'utiliser plus couramment sur les plateformes en ligne la langue du territoire d'accueil. Par ce symbole, ils signent l'acceptation de l'acquisition langagière, donc culturelle de leur territoire.

Bien qu'habitant dans un quartier défavorisé, et constamment entourés des membres de leur communautés, la plupart de ces jeunes bénéficient d'un contexte plutôt cosmopolite. Le quartier au sein duquel ils vivent, celui de l'Ariane est réputé par le nombre de groupes minoritaires : ethniques et migrants qui y résident. Celui-ci fournit des conditions propices à la rencontre d'autres cultures dans les centres scolaires, les parcs, les centres de loisirs, etc. et place ces jeunes adultes dans une situation riche du point de vue culturel. Également, ils ont la capacité d'utiliser plusieurs langues (français, créole cap-verdien et possiblement portugais), à des niveaux différents. De plus, avec les effets de la mondialisation tels que la circulation des populations, des savoirs et des cultures, le métissage des groupes se trouve accéléré.

CONCLUSION

Dans ce cadre, notre échantillon se retrouve dans un contexte multiculturel. Le fait de côtoyer diverses cultures, dans des contextes variés, influence leurs habitudes, leurs connaissances et même leur façon de voir le monde. Cette activité impulse la construction d'identités (culturelles) qui se retrouvent dans une dynamique de va-et-vient (Wieviorka³¹ - Cf. chapitre un). L'identité culturelle a pour vocation d'évoluer en fonction des conjonctures sociales, politiques, économiques et nous pouvons ajouter technologiques. Les flux des populations qui arrivent en France importent avec eux leurs cultures, leurs langues, leurs cuisines, leurs médias, etc. Possiblement, les jeunes membres sont les premiers à s'ouvrir à ces changements. Que ce soit par naïveté ou par curiosité, ils sont plus prêts à explorer de nouvelles expériences, et donc à embrasser de nouvelles pratiques culturelles, sociales, linguistiques, technologiques, etc. Leur identité culturelle de base se retrouve ainsi influencée par de nouveaux courants de pensée qui remplissent leur quotidien. De même, les nouvelles technologies et les contenus visualisés sur les réseaux sociaux numériques modifient leur façon de socialiser avec le monde qui les entoure. À l'image des technologies de communication qu'ils utilisent, comme les sites de messagerie instantanée - Facebook, WhatsApp, ou de messagerie éphémère - Snapchat, leur « identité est toujours en processus de formation³² ». Cette mutation identitaire peut expliquer en partie l'évolution des contenus des billets Facebook analysés, et du choix de la langue en priorité française.

Cependant, bien que nos observations sur le terrain aient révélé des échanges multiculturels assez fréquents, notre analyse des RSN montre autre chose. Dans leur vie *online*, du moins en ce qui concerne Facebook, notre échantillon communique majoritairement avec la communauté cap-verdienne. Puisque l'accès à l'observation de leur vie privée nous a été

³¹WIEVIORKA, « Identités culturelles, démocratisation et mondialisation », op. cit.

³²HALL, « Identités culturelles, démocratisation et mondialisation », op. cit.

CONCLUSION

refusé, nous ne sommes pas en mesure d'affirmer si cette tendance se poursuit au niveau de leur vie *offline*. Nous pouvons nous limiter à dire qu'en ce qui concerne la sphère publique *offline*, nous avons constaté un certain brassage de cultures lors des activités publiques.

Nous constatons donc une certaine différence entre l'origine culturelle des contacts qu'ils côtoient dans la sphère publique et *offline*, et ceux dans la sphère publique et *online*. Pour la première, le contexte plutôt multiculturel, conduit vers un brassage avec d'autres cultures. D'ailleurs, comme indiqué dans l'interview du responsable de l'association « Maison du Capvert » en 2011, M. Arlindo Moreira, c'est l'un des objectifs de l'association fréquentée par notre échantillon. En revanche, l'identité numérique se construit avec une approche sur la représentation du soi (dans le sens premier de 'ego') par le dialogue avec les autres (Coutant³³ - Cf. Chapitre quatre). Facebook représente une sorte d'« hypomnemata » (terme employé par Foucault pour désigner « des livres de compte, des registres publics, des carnets individuels servant d'aide-mémoire³⁴ » - Cf. Chapitre quatre), où nous pouvons accumuler quasiment toutes sortes de contenus. Par cette démarche, l'utilisateur peut se découvrir (Coutant³⁵ - Cf. Chapitre quatre), se construire une identité à l'aide du dialogue avec autrui (Goffman³⁶ - Cf. Chapitre quatre), et améliorer le contrôle de son identité, en s'appuyant sur les identités des personnes avec lesquelles il échange (Harrison White³⁷ - Cf. Chapitre quatre). Cette construction passe aussi par l'identité en tant que membre d'une minorité ethnique et immigrante. Les membres de notre échantillon ont exprimé, par leurs publications, un attachement à la culture d'origine de leurs parents et, à un niveau plus

³³COUTANT, « Des techniques de soi ambivalentes », op. cit.

³⁴FOUCAULT et DEFERT, *Dits et écrits: 1954-1988*, op. cit., p. 1237.

³⁵COUTANT, « Des techniques de soi ambivalentes », op. cit.

³⁶GOFFMAN, *La mise en scène de la vie quotidienne: La présentation de soi*, op. cit.

³⁷WHITE, *Identité et contrôle, Une théorie de l'émergence des formations sociales*, op. cit.

CONCLUSION

réduit, à celle de la terre d'accueil. Dans ce sens, Sidem Najjar³⁸ (Cf. chapitre quatre) parle d'une identité de « diaspora bipolaire » caractérisée par le besoin de développer le réseau de la culture d'origine (Cap-vert) et de la culture d'accueil (France).

Pendant une bonne partie de la durée de notre étude, nous avons soutenu l'idée que les communautés minoritaires et immigrantes dépendent en grande partie de leurs propres médias pour communiquer et apprendre des informations sur le pays d'accueil. Dans d'autres études, il est constaté que les médias ethniques usuellement rédigés en langues étrangères même sur un territoire d'accueil autre - en plus de diffuser des informations - servent de point d'ancrage culturel au lecteur partageant cette langue source ((Matsaganis et al.³⁹ -Cf. chapitre quatre). Les échanges numériques entre membres de la même communauté minoritaire que nous avons observés ont mis en lumière : d'une part, que les médias ethniques et numériques dans leur état de production « traditionnel » (journaux, newsletter, podcast) adressés à la communauté cap-verdienne sont presque inexistants ; d'autre part, qu'il faut probablement revoir les fondements de ce qu'est le support d'un média ethnique. Par l'outil Facebook, nous avons observé la diffusion d'informations sur des faits communautaires de manière individuelle. Ces informations sont acheminées vers notre échantillon par deux voies. Elles peuvent être repérées dans le fil Facebook lorsque des contacts les ont partagées, ou elles ont été publiées par des pages fan que les membres de notre échantillon suivent. Nous avons observé que les sources des informations partagées par notre échantillon sont principalement des pages fan. Très peu d'informations sont issues des médias *mainstream* et encore moins des

³⁸NAJAR, « Les pratiques sociales de l'Internet et les transformations des identités et des liens sociaux au Maghreb. Étude de communautés diasporiques tunisiennes », op. cit.

³⁹MATSAGANIS, KATZ et BALL-ROKEACH, *Understanding Ethnic Media: Producers, Consumers, and Societies*, op. cit.

CONCLUSION

médias ethniques. Les renseignements issus de ces pages concernent majoritairement la culture de l'utilisateur (ici Cap-verdien). Dans ce contexte, nous avons repéré des publications sur leurs racines africaines, des pensées et des informations sur la situation des migrants en France ou ailleurs, des soirées, des fêtes patriotiques, des annonces sur le Cap-vert. Dans le cas de la communauté cap-verdienne, nous ne pouvons donc pas affirmer que ces derniers peuvent collaborer à l'intégration de ce groupe. Notre hypothèse sur les médias ethniques se voit donc réfutée :

L'utilisation des médias sociaux numériques lusophones et interculturels incrémente les chances de compréhension de la culture d'accueil.

En observant le contenu des publications des sources que nous considérons issues de médias ethniques, nous pouvons affirmer qu'il ne facilite ni la compréhension de la culture d'accueil, ni l'insertion sociale. En revanche, par leurs billets personnels adressés aux membres de leur communauté et rédigés en créole cap-verdien, en portugais et parfois en français, nous avons observé des pratiques de solidarité. Des annonces d'activités locales organisées par/pour la communauté, des messages de soutien ou d'empathie que ce soit pour la communauté cap-verdienne ou autochtone, témoignent des liens forts qui unissent cette société à ce territoire. Notre troisième hypothèse, autour de l'engagement pour s'intégrer est partiellement validé :

L'engagement des acteurs de l'intégration, ainsi que celui de ceux qui désirent s'intégrer, est renforcé lorsqu'on emploie des médias sociaux dans les activités d'organisation et de communication.

À la lecture du contenu des billets mentionnés, ils affichent un certain désir de compréhension de la culture autochtone, d'insertion et d'acceptation dans ce territoire. Bien que ce désir arrive tardivement pour les plus jeunes membres de notre échantillon, ils ont montré que l'utilisation de la

CONCLUSION

langue française est de plus en plus présente dans leurs échanges de la vie quotidienne.

Dans le cadre de cette analyse, nous souhaitons également aborder la question des usages des réseaux sociaux par les adultes de première génération de cette communauté. Nous avons élaboré l'hypothèse suivante :

Dans une culture à contexte élevé, selon la définition d'Edward T. Hall, les « Digital Natives » peuvent faciliter l'adoption de l'utilisation des médias sociaux par les adultes immigrés de première génération.

Cependant, pour accéder à cette information, nous avons besoin de rentrer dans le domaine de la vie privée. Des observations dans le foyer familial étaient nécessaires afin d'effectuer des interviews contextualisées et des observations riches. Les jeunes membres de la communauté cap-verdienne en observation, ainsi que les adultes de leurs familles ont en effet décliné la possibilité d'être suivis au-delà du périmètre établi avec l'association « Maison du Cap-vert ». Cette hypothèse se trouve donc non-validée par le manque de données nécessaires.

Tout au long de ces analyses tant textuelles que visuelles, qui recueillent cinq années de données, ainsi que des observations et des interviews commencées en 2011, nous notons que les profils ne s'enrichissent que très peu souvent d'autres profils non cap-verdiens. En effet, il semble que les jeunes gens de notre échantillon ne développent pas de nombreuses autres amitiés autres que cap-verdiennes sur leur profil Facebook, au moins jusqu'aux changements majeurs de vie : lycée, travail, etc. Ces ouvertures amicales sont difficilement explicables, en partie parce que notre échantillon ne souhaitait plus répondre aux questions au-delà d'une certaine période. En effet, notre enquête a été victime de sa « longévité ». Les jeunes membres de la communauté cap-verdienne en observation ont commencé progressivement à refuser de répondre à nos questions. La prolongation excessive du

CONCLUSION

travail sur cinq ans a également pâti de l'abandon d'à peu près la moitié du groupe sous observation. Néanmoins, nous avons pu recueillir des données qui nous ont fournies des résultats modestement satisfaisants. Par l'analyse de ces données, nous avons pu découvrir les centres d'intérêt de cette jeune population issue d'une communauté ethnique. Des acceptations, telles que leur africanité - à savoir dans notre cas l'acceptation des racines africaines - est très exposée positivement ; mais leur adhésion au territoire niçois, aux institutions qui les accueillent et à certaines problématiques qui inquiètent ses habitants sont aussi présentes. Les photos, les images, les messages, les articles sur tous les profils Facebook sont des traces présentes de ces acceptations. Ces contenus sont souvent accompagnés de messages de fierté, de joie et de multiples formes de soutien. Nous avons pu observer leur colère, leur peine au moment de dénoncer des crimes ou l'attentat de Nice, leur joie pour annoncer des voyages prévus sur la terre de leurs parents et leur fierté de saluer leurs compatriotes les jours de fêtes civiques cap-verdiennes. Ce sont des messages accompagnés du poids de la passion. Une enquête d'une envergure similaire à la nôtre pourrait répondre aux questions que nos hypothèses laissent sans réponses. Nos résultats indiquent qu'une nouvelle forme de création de médias ethniques est en développement, et que ce sont ces nouvelles générations qui sont en train de se l'approprier. De ce fait, les médias mainstream français ne devraient pas négliger la nécessité de se mettre au niveau de leurs voisins européens en matière de médias ethniques à plus grande échelle (Blion et al.⁴⁰ - Cf. chapitre trois), et leur laisser un espace de développement plus large. Ainsi la présence des minorités dans ces médias comme la télévision (Ghosn⁴¹ -Cf. chapitre trois) serait augmentée. Il est constaté qu'utiliser un RSN permet parfois d'en-

⁴⁰BLION et al., « From visibility to content in France », op. cit.

⁴¹GHOSN, « Minorités ethniques et télévision : quel constat en France et à l'étranger ? Comparaison sélective », op. cit.

CONCLUSION

tretenir le développement de l'information et de la communication, soit au sein d'une simple communauté ethnique et/ou migrante, soit de s'ouvrir à un ensemble plus large dans son pays d'origine ou d'adoption.

Annexes

A. Stage à l'Office français de l'immigration et de l'intégration

A.1	Rapport de Stage à l'OFII	page 344
	Interview avec la directrice de l'OFII	
	Questionnaire : personnel OFII	
	Grilles d'analyse : accueil des étrangers	
	Grilles d'analyse : pédagogie employés de l'OFII	
	Grilles d'analyse : les étrangers utilisateurs des services OFII	
	Grilles d'analyse : les étrangers dans les cours OFII	
–	Documentation de l'OFII	page 368

A.1. Rapport de Stage à l'OFII

Rapport de stage à l'Office Française
de l'Intégration et de l'Immigration

Juin 2012

Vanessa Landaverde

A. Stage à l'Office français de l'immigration et de l'intégration

	INTRODUCTION	346
1	PRESENTATION DE L'INSTITUTION	347
1.1	LES MISSIONS	348
1.2	L'ORGANISATION DE L'OFII	348
1.3	TEXTES CONSTITUTIFS DE L'OFII	352
1.4	PARTENAIRES	353
1.5	L'OFII DES ALPES-MARITIMES	354
2	L'ACCUEIL DES ETRANGERS ET LEUR INTEGRATION	355
2.1	LE CONTRAT D'ACCUEIL ET D'INTEGRATION CAI	355
2.2	PLATE-FORME D'ACCUEIL	356
2.3	FORMATION CIVIQUE	357
2.4	FORMATION SUR LA VIE EN FRANCE	358
2.5	FORMATION LINGUISTIQUE	359
2.6	FORMATION DROITS ET DEVOIRS DES PARENTS	359
2.7	BILAN DE COMPETENCES PROFESSIONNELLES	360
3	OBSERVATIONS ET CONCLUSSIONS	360
3.1	OBSERVATIONS ET INTERVIEWS	361
3.1.1	INTERVIEW DOSSIER DE REGROUPEMENT FAMILIAL	361
3.1.2	LA PLATE-FORME D'ACCUEIL	361
3.1.3	COURS DE FLES	363
3.1.4	COURS DE FORMATION CIVIQUE	364
3.1.5	INTERVIEW BILAN DE COMPETENCES	365
3.2	CONCLUSION	366
4	ANNEXES : LE CAI ET SES COMPOSANTES	368
4.1	DOCUMENTATION DU SERVICE SOCIALE	370
4.2	DOCUMENTATION FORMATION CIVIQUE	372
4.3	DOCUMENTATION FORMATION VIE EN FRANCE	374
4.4	DOCUMENTATION FORMATION LINGUISTIQUE	376
4.5	DOCUMENTATION FORMATION DROITS ET DEVOIRS DE PARENTS	379
4.6	DOCUMENTATION FORMATION BILAN DE COMPETENCES	380

Introduction

Dans le cadre de notre thèse intitulée : “Médias et réseaux sociaux et ethniques : leur rôle dans la communication et l’intégration sociale des minorités ethniques en France : le cas des communautés brésilienne et cap-verdienne dans la région PACA”, nous avons effectué un stage du 11 juin au 15 juin 2012 au sein de l’OFII des Alpes-Maritimes. Ce stage a eu comme objectifs de comprendre les mécanismes mis en place par l’Etat pour aider l’intégration des immigrants en France, d’obtenir un maximum d’éléments concernant :

- leur méthodologie d’enseignement des langues et d’éducation civique,
- le contenu et les objectifs des cours,
- les procédures d’évaluation,
- la motivation des élèves,
- les formateurs,
- le fonctionnement de l’OFII et ses relations avec les différents services, gouvernementaux,
- les relations de l’OFII avec les ambassades françaises.

Pour ce faire nous avons été accueilli et encadré par Krystel Le Lay-Caroff que nous remercions vivement pour son aide précieuse.

1. Présentation de l'institution

L'Office française d'immigration et d'intégration - OFII, est le résultat d'une évolution de plusieurs institutions qui depuis 1946 se sont succédé. Avec la création de l'ONI - Office National d'immigration, sous le gouvernement du Général Charles de Gaulle, la France commence son parcours dans le recrutement et l'accueil encadré des travailleurs étrangers. L'ONI est placé sous la tutelle de deux ministères : ministère du Travail et de la Sécurité Sociale (recrutement des travailleurs) et ministère de la Santé publique (examen médical). En 1988, l'ONI devient l'OMI – Office des Migrations Internationales, il est placé sous la tutelle du ministère du travail. En 2002, le président Jaques Chirac pose les bases pour un nouveau modèle d'intégration des étrangers et leurs descendants, ce modèle se concrétise en 2005 et l'OMI devient l'Agence Nationale d'Accueil des Etrangers et des Migrations –ANAEM. Egalement, l'application du Contrat d'Accueil et d'Intégration –CAI, créé en 2003, est généralisée et en 2007 l'ANAEM prend en charge la gestion des formations civiques et linguistiques du CAI.

L'accueil des étrangers avait été jusqu'alors sous la direction des ministères sociaux, or en mai 2007 le gouvernement de Nicolas Sarkozy crée le ministère de l'Immigration, de l'Intégration, de l'Identité nationale et du Développement solidaire, l'ANEM est placé sous leur direction. En 2009, deux changements importants ont lieu : le ministère de l'Immigration devient le ministère de l'Immigration, de l'Intégration, de l'Identité nationale et du Codéveloppement et l'ANEM devient l'OFFI qui à la fois devient le seul opérateur de l'Etat chargé de l'immigration légale. Finalement, en 2010, l'OFII relève du ministère de l'Intérieur de l'Outre-Mer, des Collectivités territoriales et de l'Immigration.

A. Stage à l'Office français de l'immigration et de l'intégration

A l'heure actuelle, l'OFII est représenté à l'étranger dans ces pays : le Maroc, la Tunisie, la Turquie, la Roumanie, le Mali, le Sénégal, le Canada, le Cameroun.

1.1. Les missions ¹

L'OFII est la seule institution de l'Etat en charge de l'intégration des migrants durant les 5 premières années de leur séjour en France. Le procès d'intégration a un suivi dès l'arrivée de l'immigrant et tout au long du parcours imposé par le contrat CAI.

D'autres missions de l'OFII incluent : la gestion des procédures de l'immigration professionnelle et familiale, la gestion du dispositif national d'accueil des demandeurs d'asile, celle des aides au retour et à la réinsertion participant au développement solidaire et la visite médicale.

Pour réaliser ces objectifs, il travaille avec tous les acteurs institutionnels en France et à l'étranger qui sont impliqués afin d'apporter la meilleure offre de service aux publics migrants et aux employeurs d'étrangers en situation régulière (préfectures, postes diplomatiques et consulaires.)

1.2. L'organisation de l'OFII ²

L'OFII est administrée par un Conseil d'Administration composé d'un Président nommé par Décret et de 15 membres, dont huit représentants de l'Etat, deux représentants du personnel et cinq personnalités qualifiées, dont l'une assure l'une des vice-présidences du Conseil.

Un comité consultatif est placé auprès du Conseil d'Administration de l'Office ; il comprend 28 membres : 20 personnes qualifiées et 8 représentants

¹Site OFII : http://www.ofii.fr/qui_sommes-nous_46/nos_missions_2.html

²Site de l'OFII :

http://www.ofii.fr/qui_sommes-nous_46/1_organisation_de_1_ofii_3.html

A. Stage à l'Office français de l'immigration et de l'intégration

de l'Etat, répartis en deux sections : « la section du travail » et « la section sociale ». Les services de l'Office sont placés sous l'autorité d'un Directeur Général nommé par Décret.

Liste des membres du conseil d'administration de l'office française de l'immigration et de l'intégration (mai 2012)

Président : Monsieur Arno KLARSFELD

Vices présidents :

Monsieur Stéphane FRATACCI

Secrétaire général à l'Immigration et à l'Intégration
Ministère de l'intérieur

Monsieur Arnaud TEYSSIER

Inspecteur général de l'Administration
Ministère de l'intérieur

Représentants de l'Etat (8)

Ministère de l'intérieur

Monsieur Stéphane FRATACCI

Secrétaire général à l'Immigration et à l'Intégration
Ministère de l'Intérieur

Monsieur Michel AUBOUIN

Directeur de l'Accueil, de l'Intégration et de la Citoyenneté

**Ministère du Travail, de la Formation Professionnelle et du
Dialogue Social**

Monsieur Bertrand MARTINOT

Délégué général à l'emploi et à la formation professionnelle

Ministère des Affaires Etrangères

A. Stage à l'Office français de l'immigration et de l'intégration

Monsieur François Saint Paul

Directeur des français à l'étranger et de l'Administration consulaire

Ministère de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire

Monsieur Eric GIRY

Chef du service de la stratégie agroalimentaire et développement durable

Ministère des Affaires Sociales et de la Santé

Madame Sabine Fourcade

Directrice Générale de la Cohésion Sociale

Ministère de l'Economie, des Finances, et du Commerce Extérieur

Monsieur David KNECHT

Chef du Bureau Affaires Etrangères et aide au Développement

Ministère de l'Education Nationale

Madame Christine GAVINI-CHEVET

Directrice des Relations Internationales et de la Coopération

Personnalités qualifiées (5)

Monsieur Thierry de BEAUMONT-BEYNAC

Président de l'Ordre de Malte France

Monsieur Jacques OULD AOUDIA

Président de l'Association Migration et Développement

Madame Nora REMADNIA PREZIOSI

Adjointe au Maire de Marseille

Membre du HCI

A. Stage à l'Office français de l'immigration et de l'intégration

Monsieur Arnaud TEYSSIER

Inspecteur Général de l'Administration

Ministère de l'intérieur

Madame Michèle TRIBALAT

Démographe à l'INED

Représentants des personnels de l'OFII (2)

Madame Anne Le BIHAN

Suppléante : Madame Christine EL GHARBI

Madame Chantal COLLOMBET

Suppléante : Madame Catherine PREVOST

ASSISTENT EN QUALITE DE MEMBRES DE L'OFII

Monsieur Jean Godfroid

(en retraite à compter du 27 juillet 2012)

Directeur Général

Monsieur Jean Luc Frizol

Secrétaire Général

Madame Yolande MULLER

Directrice générale adjointe

Madame Carole LELEU

Directrice générale adjointe

Madame Aïcha ZADVAT

Agente Comptable

Monsieur Jean Baptiste ROTSEN

Contrôleur général économique et financier

Chef de la mission de contrôle général

Madame Elisabeth KAHN

Ministère de l'Economie, des Finances et du Commerce Extérieur

1.3. Textes constitutifs de l'OFII³

LOI n° 2009-323 du 25 mars 2009 de mobilisation pour le logement et la lutte contre l'exclusion JO du 27 mars 2009

Voir la loi

Décret n° 2009-331 du 25 mars 2009 substituant la dénomination « Office français de l'immigration et de l'intégration » à la dénomination « Agence nationale de l'accueil des étrangers et des migrations »

Voir le décret

Décret n° 2007-1892 du 26 décembre 2007 relatif aux compétences des ministres chargés respectivement du travail, de l'emploi, de l'immigration et de l'intégration en ce qui concerne les migrations de travail et la tutelle de l'Agence nationale de l'accueil des étrangers et des migrations

Voir le décret

Décret no 2005-381 du 20 avril 2005 relatif à l'Agence nationale de l'accueil des étrangers et des migrations et modifiant le code du travail (deuxième partie : Décrets en Conseil d'Etat)

Voir le décret

³³ Site de l'OFII :

http://www.ofii.fr/qui_sommes-nous_46/textes_constitutifs_de_l_ofii_964.html

1.4. Partenaires

Afin de mener ses missions, l'OFII travaille en partenariat avec ces associations et institutions⁴ :

- **AAAS** (Association Arménienne d'Aide Sociale)
- **FFAD** (Fondation Franco Arménienne pour le Développement)
- **ACSE** Agence de la Cohésion Sociale et pour l'Égalité des Chances (ex-FASILD)
- **COALLIA**
- **Assemblée Nationale**
- **ADOMA (ex-SONACOTRA)**
- **ASSFAM** Association Service Social Familial Migrants
- **CIEMI** Centre d'Informations et d'Études sur les Migrations en Europe
- **CLP** Comité de Liaison pour la Promotion des Migrants
- **CNHI** Centre National de l'Histoire de l'Immigration
- **Direction de l'Information Légale et Administrative**
- **Forum Réfugiés**
- **France Terre d'Asile**
- **Haut Conseil à l'Intégration**
- **La Documentation Française**
- **Migrations Santé**
- **Migrinter**
- **OFPRA**
- **OIM** Organisation Internationale pour les Migrations

⁴Site de l'OFII : http://www.ofii.fr/liens_partenaires_6/liens_partenaires_11.html

A. Stage à l'Office français de l'immigration et de l'intégration

- **Ordre de Malte**
- **ORIV** Observatoire Régional de l'Intégration et de la ville
- **Portail de l'Union Européenne sur l'Immigration**
- **Profession Banlieue**
- **REMISIS** Réseau d'Information sur les Migrations Internationales
Université Paris Diderot-Paris VII
- **La République se vit à visage découvert**
- **Sénat**
- **Site de l'Union Européenne**
- **Site Service Public**
- **VEI** Ville-Ecole-Intégration
- **Vie Publique**

1.5. L'OFII des Alpes-Maritimes

La délégation territoriale départementale est dirigée par Mme Hélène La-sauvage. Sous sa direction, une quinzaine de personnes travaillent dans les responsabilités suivantes : accueil des migrants, visite médicale, travail social, gestions des demandeurs d'asile, gestion des dossiers de demande de visa, titre de séjours, de regroupement familiale, gestion et suivi des contrats CAI

La responsable du bureau accueil et intégration, Krystel Le Lay-Caroff, dirige et coordonne le travail du personnel impliqué dans le processus d'intégration : les formateurs du français langue étrangère et d'éducation civique, les médecins et l'infirmière chargés de la visite médicale, la travailleuse sociale, les responsables de bilan de compétences et les administratifs. Selon nos discussions avec les responsables, il n'y a pas de profil

A. Stage à l'Office français de l'immigration et de l'intégration

type pour le personnel, mais il est demandé : une capacité de s'adapter aux changements continuels des lois et des textes et aux différentes situations qui se présentent dans leur travail quotidien, et une ouverture culturelle.

2. L'accueil des étrangers et leur intégration

L'OFII accompagne l'étranger pendant son parcours pour arriver en France, s'installer et apprendre à vivre dans la société française. Si la personne réunit ces conditions, cette institution lui expédie son visa pour arriver en France :

« Pour obtenir leur visa, les bénéficiaires d'un regroupement familial âgés de plus de 16 ans et les conjoints de Français font l'objet par l'OFII et ses prestataires d'une évaluation de leur connaissance du français et des valeurs de la République. Si leur niveau est jugé insuffisant, l'OFII leur propose une formation dans les deux mois. L'attestation par l'OFII de suivi de cette formation ou de réussite de l'évaluation leur permet par la suite d'obtenir leur visa. »⁵

L'objectif de cette démarche est de préparer en amont l'arrivée d'une personne en France et d'ainsi poser les piliers de son intégration. Dès son arrivé, le migrant est accueilli dans une des directions territoriales de l'OFII pour une demi-journée de formation et d'information collective.

2.1. Le Contrat d'accueil et d'intégration CAI

Selon le cas, toute personne autorisée à résider en France peut ou doit signer le CAI⁶. Dans le cas de l'immigration de travail pour les primo-arrivants, il est recommandé de suivre les instructions suivantes :

⁵Site de l'OFII : http://www.ofii.fr/qui_sommes-nous_46/nos_missions_2.html

⁶Contrat : annexe 4

A. Stage à l'Office français de l'immigration et de l'intégration

- bénéficiaires du regroupement familial,
- membres étrangers de famille française,
- réfugiés statutaires et membres de leur famille,
- apatrides et membres de leur famille et désirant s'installer durablement sur le territoire Français à l'exception des demandeurs d'asile.

Le contrat vise à établir les bases nécessaires pour une intégration réussie à la société française. Ainsi les objectifs⁷ sont :

- découvrir la France, sa langue et ses valeurs
- faciliter l'accès à l'information sur les dispositifs et les structures qui peuvent aider dans la vie quotidienne
- accéder à des formations linguistiques adaptées

Le contrat CAI est structuré en plusieurs étapes, dès l'arrivée et l'accueil d'une personne jusqu'aux évaluations des cours. Ce dernier est composé de ces parties : Plate-forme d'accueil, formation d'éducation civique, formation sur la vie en France, formation de Français langue étrangère, formation droits et devoirs des parents et bilan de compétences. Les prestataires de ces services - choisis par l'OFII et suite à un appel au marché, respectent le cahier de charges défini par l'administration centrale. Si nécessaire, toutes les séances peuvent être traduites dans la langue maternelle des migrants. Le contrat a une durée d'un an et il est conclu une fois que la personne a suivi la totalité des formations et obtenu notamment dans la partie linguistique des évaluations favorables.

2.2. Plate-forme d'accueil

La Plate-forme d'accueil réunit l'ensemble de démarches que le migrant doit suivre afin de signer le CAI. Les personnes sont accueillies dans les di-

⁷http://www.ofii.fr/tests_197/quel_est_1_objectif_de_ce_cai_1030.html

A. Stage à l'Office français de l'immigration et de l'intégration

rections territoriales de l'OFII pendant une demi-journée, où elles reçoivent une formation collective.

La première partie de la séance consiste en une réunion dans laquelle la responsable du bureau d'accueil des immigrants, la travailleuse social et l'infirmière expliquent les démarches à suivre. Lors de cette réunion, la responsable sociale leur donne une documentation⁸ avec les informations sociales et administratives de base : Conversion de permis de conduire, demande de comparabilité des diplômes, Assurance maladie et complémentaire, CAF, Centres de protection maternelle et infantile... Après cette réunion, les personnes sont priées de rester et d'attendre dans la salle animée par une vidéo sur la vie en France, les institutions, la langue, l'Etat, l'emploi etc.

La deuxième partie est consacrée à la visite médicale qui consiste en un entretien avec l'infirmière, suivi de la prise d'une radiographie. Des questions sur le dépistage, le diabète etc. sont abordées.

La troisième et dernière partie est consacrée à la délivrance du titre de séjour, à un entretien avec la responsable ou auditrice et à la signature du CAI. L'objectif est d'une part, d'expliquer avec plus de détails et de façon personnalisée le CAI et d'autre part, d'évaluer les besoins linguistiques de la personne. Une fois le contrat signé, la personne a un an pour se présenter à toutes les formations. Et si le contrat n'est pas respecté, le préfet peut le résilier et refuser le premier renouvellement du titre de séjour ou la délivrance de la carte de résident de 10 ans.

2.3. Formation civique

L'objectif de la formation est de permettre de « prendre connaissance des principes de la République Française et de connaître l'organisation et le

⁸Documentation Plate-forme d'accueil : annexe 4.1

A. *Stage à l'Office français de l'immigration et de l'intégration*

fonctionnement de l'Etat français et de ses institutions ». ⁹ Les contenus sont les suivants :

- les lois communes de la République,
- les droits de l'homme et du citoyen,
- les droits sociaux,
- les institutions de la République,
- la citoyenneté et l'accès à la nationalité,
- l'organisation administrative de la France.

Pour ces formations, l'OFII recrute des formateurs avec une formation et un cursus professionnel en droit. Concernant la méthodologie et les matériels pédagogiques (affiches, photocopies...), le formateur est libre de choisir. L'OFII se limite, en effet, à donner les diapositives qui marquent le rythme et les contenus de la journée.

2.4. Formation sur la vie en France

Afin de faciliter l'insertion sociale au niveau local, cette journée se concentre sur ces points ¹⁰ :

- informer sur l'organisation et le fonctionnement des services publics,
- donner des informations pratiques sur la vie quotidienne (culture, loisirs ...),
- inviter à participer à des modules, au choix : santé, Protection maternelle et infantile, protection sociale, école, formation et emploi, logement.

Ainsi, le migrant obtient un meilleur aperçu de la société française, du service public et de comment y accéder.

⁹Documentation Formation civique : annexe 4.2

¹⁰Documentation Formation sur la vie en France : annexe 4.3

2.5. Formation linguistique

L'enseignement du français est l'une des formations clés du CAI. D'une durée de 400 heures par an, elle permet l'accès à l'un des diplômes européens suivants¹¹ :

- DILF – Diplôme initial de langue Française,
- DELF A1 et A2 — Diplôme d'études de langue Française.

Dispensés dans plusieurs villes des Alpes-Maritimes - Nice, Cannes, Grasse, Vallauris, Antibes, Cagnes sur mer, Beausoleil, ces cours regroupent des contenus linguistiques, culturels et sociaux. L'OFII sélectionne les structures chargées des cours qui à la fois s'occupent de toute la partie logistique (recrutement des formateurs, salles, horaires . . .) et méthodologique (matériels, méthodes d'enseignement . . .). À l'issue de la formation, la personne doit passer une évaluation comportant des épreuves écrites et orales pour obtenir le DILF. Réussir ce diplôme est la preuve d'avoir le niveau linguistique nécessaire pour l'obtention du renouvellement de la carte de séjour ou pour la carte de résident.

2.6. Formation droits et devoirs des parents

Cette journée destinée aux parents signataires du CAI se concentre sur ces points¹² :

- veiller au respect de l'obligation scolaire pour les enfants de 6 à 16 ans,
- connaître ses devoirs en matière d'autorité parentale,
- s'informer sur l'égalité entre hommes et femmes et sur la protection des enfants et leur scolarité en France.

¹¹Documentation Formation linguistique : annexe 4.4

¹²Documentation Formation droits et devoirs des parents : annexe 4.5

A. Stage à l'Office français de l'immigration et de l'intégration

Les parents sont convoqués à cette formation un peu après la période de rentrée scolaire.

2.7. Bilan de compétences professionnelles

Comme les autres formations, cette partie du CAI est assurée par un prestataire externe et expert dans l'accès à l'emploi. Le bilan¹³ consiste en un entretien avec l'intéressé, les questions abordées sont liées à sa formation, à son parcours professionnel dans son pays d'origine, suivie d'autres questions comme les logiciels et langues maîtrisées. L'objectif est d'aider la personne non seulement à faire le point sur sa situation professionnelle, mais aussi à l'aider à définir son projet d'accès à l'emploi en France.

En outre, ce bilan permet de s'auto-évaluer et ainsi déterminer une réorientation professionnelle ou un approfondissement dans son domaine. Pour aider dans ce dernier, la personne est proposée de suivre des cours dispensés par le Pôle emploi. Également, cette dernière reçoit une petite formation sur l'utilisation du site web de l'institution pour apprendre à faire des recherches d'emploi. L'autonomie est mise en valeur lors de ces séances.

3. Observations et conclusions

Nous avons observé pendant une semaine l'activité liée à l'accueil des étrangers au sein de l'OFII et dans les organisations impliquées. Ces observations ainsi que les matériels collectés et les interviews effectuées avec les acteurs de la mise en place du CAI – formateurs et responsables, et les intéressés nous permettent de présenter ces analyses sous forme de conclusion à ce stage.

¹³Documentation Formation bilan de compétences : annexe 4.6

3.1. Observations et interviews

Afin de mieux comprendre le procès d'intégration mené par l'Etat, la responsable du Bureau d'accueil des étrangers a encadré ces observations¹⁴ de façon que l'on puisse suivre le parcours CAI d'un migrant.

3.1.1. Interview dossier de regroupement familial

Dans cette première étape, la personne a déjà fait une demande de regroupement. Elle est en suite convoquée par l'OFII afin de vérifier ou rectifier des éléments du dossier. Cette interview est privée mais un membre de la famille peut être présent dans le cas où il y a besoin de traduction. Certains critères comme le logement et le salaire sont soigneusement vus avec la personne. L'agent n'a aucune décision à prendre, son travail se limite à voir le dossier dûment rempli et ensuite l'envoyer à la préfecture où il est traité.

3.1.2. La plate-forme d'accueil

Dans cette plate-forme, on ne parle que français et cela sans traducteur, nous avons pu ainsi constater des lacunes en langues étrangères de la part des agents responsables, et c'est la raison pour laquelle les personnes sont souvent accompagnées par des membres de leurs familles. En revanche, pendant les interviews, nous pouvons témoigner des efforts des agents pour se faire comprendre comme l'utilisation de synonymes, de mots en anglais ou le fait de parler lentement. Dans certains cas où le travail est routinier, l'agent a mémorisé les mots et phrases importants.

¹⁴Grilles d'observations : annexe 5

A. Stage à l'Office français de l'immigration et de l'intégration

Afin de mieux connaître les signataires du CAI, nous avons rencontré deux groupes, un lundi et l'autre vendredi, après la réunion pour une petite discussion individuelle autour de ces trois questions :

1. Quelle est votre nationalité ?
2. Depuis quand êtes-vous en France ?
3. Où avez-vous appris le Français ?
4. Pour vous qu'est-ce que l'intégration ?
5. Qu'est ce que vous faites pour vous intégrer à la société française ?
6. Quels médias utilisez-vous pour vous informer en France : télévision, presse papier, web...

Ils ont été une vingtaine à nous répondre, les réponses ont été assez variées et parfois étonnantes. La grande majorité nous a bien accueilli, mais il faut ajouter que beaucoup ont pensé au départ que nous faisons partie de l'OFII, et cela même si la responsable nous avait déjà présenté. Cependant, les personnes ont répondu de manière courtoise et patiemment.

Pour la première question, nous avons recensé principalement des tunisiens et marocains. Ensuite, on compte parmi les nationalités présentes : des brésiliens, américains, croates, libanais, japonais. Dans la deuxième question, la plupart étaient en France depuis un ou deux mois. Concernant l'apprentissage du français, dans le cas des maghrébins, presque tous l'ont appris dans leur pays, sauf pour certains dans des écoles privées, dans leur pays ou encore lors des séjours linguistiques en France.

Sur l'intégration, les personnes ont pris leur temps pour y réfléchir et la grande majorité des personnes interviewés l'ont résumé en quelques mots : « connaître les lois, respecter les lois, respect de l'autre, travailler, sortir, parler le français, parler avec les gens, s'informer, politesse, la façon de parler aux autres, cohabiter avec les citoyens français, se trouver

A. Stage à l'Office français de l'immigration et de l'intégration

en communauté, et être entouré de français et des étrangers, se sentir en harmonie, comprendre les autres cultures ». Lorsqu'on pose la question 5, les personnes reviennent finalement sur ce qu'ils ont dit sur l'intégration, et un point en commun pour la grande majorité demeure la langue.

La dernière question ne nous a pas donné beaucoup d'information, car pour la plupart en tant que nouveaux arrivants, ils restent encore plus intéressés et plus concentrés sur les informations de leur pays d'origine qu'ils récupèrent via le web. Ceux qui s'informent sur la France le font à partir de la télévision ou de la presse papier et très peu via le web.

Nous avons conclu chaque interview avec leur opinion sur le CAI, et curieusement la plupart des personnes ne comprenaient pas de quoi il s'agissait. Beaucoup disaient ne pas être au courant qu'ils devaient signer un tel contrat. Or, une fois expliqué, (de façon brève) ils étaient satisfaits et d'accord pour le signer.

3.1.3. Cours de FLES

Les cours sont soumis à des observations¹⁵ et des critères précis de la part de l'OFII, comme l'interdiction d'assigner des formateurs débutants ou encore la fourniture des matériels pédagogiques. Celui que nous avons pu observer se trouve dans le quartier de Saint Roch à Nice. Notre observation a commencé par une visite des locaux : le lieu est spacieux et correctement doté de matériel pédagogique et multimédia.

Le groupe est composé d'une quinzaine d'élèves de plusieurs nationalités : tchéchène, russe, espagnole, mexicaine, tunisienne... Le cours commence avec un rappel des aspects culturelles de vie en France analysés dans le cours précédent. Ensuite, viennent les contenus grammaticaux, les

¹⁵Grille d'observation FLES : annexe 5.1

A. *Stage à l'Office français de l'immigration et de l'intégration*

exercices et les corrections avec le formateur. Le travail de groupe est encouragé et le formateur encourage constamment l'emploi du français dans toute circonstance.

Nous avons pu interviewer¹⁶ le formateur et quelques étudiants, voici leur témoignage sur ces cours : Le formateur a un profil FLES (maîtrise), la vocation de ce parcours vient du désir d'échanger avec d'autres cultures et de transmettre un savoir. L'OFII impose aux élèves d'arriver à un niveau basique mais « correcte », le cahier de charges doit être respecté à la lettre.

De leur côté, les élèves nous ont exprimé leur satisfaction des cours et du formateur. Une remarque intéressante est que la plupart ne se contente pas des contenus abordés en cours, ils font leur propres recherches sur Internet ou ailleurs. Pour les plus jeunes, ils utilisent aussi les réseaux sociaux aussi pour continuer la discussion des cours.

3.1.4. Cours de formation civique

Le cours d'éducation civique auquel nous avons assisté¹⁷ a lieu à l'Ariane dans une salle du Centre des loisirs. La journée commence avec la préparation de la salle : préparation du projecteur, affichage des posters pédagogiques... Le formateur initie le cours avec l'appel et collecte les convocations. Il présente ensuite le programme de la journée et commence le cours. Pour chaque grand sujet (tous présentés dans la partie 2.2) il y a un set de diapositives, et également à chaque problématique, surtout celles impliquant le savoir-vivre en société. Il y a ensuite une petite discussion. Lors de cette formation, nous avons observé qu'un groupe de russes s'étaient déplacés avec leur traducteur ; le principe est intéressant mais nous avons pu remarquer que les traductions interfèrent avec le rythme du cours.

¹⁶Questions de l'interview pour les formateurs : annexe 6.1

¹⁷Grille d'observations cours de formation civique : annexe 5.2

A. Stage à l'Office français de l'immigration et de l'intégration



Dans notre interview, le formateur explique qu'il aurait besoin de plus de temps et qu'une journée de 7 heures ne permet pas une couverture correcte de l'ensemble des sujets, notamment ceux liés au savoir-vivre. Nous avons constaté que lorsque les sujets de société étaient abordés, le pic d'attention et d'apprentissage était le meilleur. Afin d'avoir une bonne ambiance, l'OFII finance enfin le repas de midi, le formateur et les élèves peuvent ainsi continuer la discussion à table.

Pour des raisons administratives, nous n'avons pas pu ni assister à la deuxième partie de la journée ni rencontrer les élèves.

3.1.5. Interview Bilan de compétences

Cette partie du CAI est vraisemblablement l'une des plus personnalisées, car ici afin d'aider la personne dans sa recherche d'emploi, on traite son parcours social et professionnel. Le responsable du bilan de compétences est diplômé en psychologie du travail et a une expérience de 3 ans dans l'entreprise. Il nous a expliqué l'importance de connaître les origines et le milieu social des personnes pour trouver différentes possibilités de travail. Selon lui, le rapport à entretenir avec les personnes n'est pas un rapport compliqué car une fois que les personnes ont compris l'importance de s'ouvrir et

A. Stage à l'Office français de l'immigration et de l'intégration

d'être le plus clair possible, les relations fonctionnent parfaitement. Les plus grands freins au travail fréquemment rencontrés sont liés au logement, au niveau linguistique, aux enfants (pour les femmes) et au manque de formations. Dans les Alpes-Maritimes, les secteurs les plus porteurs pour cette population sont souvent : le bâtiment, l'hôtellerie, la restauration, l'aide à la personne, le nettoyage et l'informatique. La personne repart de sa formation avec un plan d'action qui liste les initiatives à faire ou à considérer pour la recherche de travail : mobilité géographique, santé, formations, pôle emploi... Dans cette séance l'essentiel est de donner de la confiance à la personne et de l'aider à devenir autonome dans sa recherche.

3.2. Conclusion

À l'issue de ce stage nous avons eu une réunion finale avec la directrice de l'OFII Alpes- Maritimes et la responsable du Bureau d'accueil des étrangers. Nous avons évoqué le manque d'information sur le CAI au moment d'arriver à la journée de Plate-forme d'accueil pour les intéressés. En effet, comme déjà mentionné, beaucoup de personnes pensent aller à l'OFII pour récupérer seulement leur titre de séjour et découvrent le jour même toutes les conditions à remplir pour avoir leur titre renouvelé.

Après une analyse de l'ensemble de nos interviews, nous avons conclu que seulement une partie des migrants suit le parcours CAI avec la conviction de s'intégrer à la société française. Pour beaucoup, ces formations restent encore des démarches administratives à suivre afin d'avoir ses papiers en ordre. L'intégration est une définition encore très floue, même pour des institutions comme l'OFII. En effet, nous avons recherché et questionné la définition opérationnelle de « l'intégration » par le biais de l'institution. Et voici une réponse résumée et composée des résultats de nos interviews des

A. Stage à l'Office français de l'immigration et de l'intégration

agents : l'intégration, c'est la bonne acquisition des enseignements dispensés. C'est suivre ces cours assidument et essayer d'en tirer le maximum.

Pour l'OFII le CAI est conclu une fois que l'ensemble des formations ont été suivies et les langues évaluées. En conséquence, le seul moyen pour évaluer l'intégration se limite ainsi au contrôle : contrôle de l'assiduité et contrôle pédagogique. C'est à la personne de trouver in fine ses propres moyens d'intégration.

4. Annexes : le CAI et ses composantes



CONTRAT D'ACCUEIL ET D'INTÉGRATION

Ministère de l'Intérieur, de l'Outre-Mer, des Collectivités Territoriales et de l'Immigration
Office Français de l'Immigration et de l'Intégration



Bienvenue en France,

Vous avez été admis à résider sur le territoire de la République française, État membre de l'Union européenne. Chaque année, plus de 100 000 étrangers s'installent en France venant de pays, de cultures différents.

Comme vous, depuis plus de cent ans, d'autres y sont venus et y ont construit leur vie. Ils ont participé à son développement et à sa modernisation. Certains, parfois au prix de leur liberté ou de leur vie, ont défendu son sol par les armes.

La France et les Français sont attachés à une histoire, à une culture et à certaines valeurs fondamentales.

Pour vivre ensemble, il est nécessaire de les connaître et de les respecter. C'est pourquoi, dans le cadre d'un contrat d'accueil et d'intégration, nous vous demandons de suivre une journée de formation civique pour mieux comprendre le pays dans lequel vous allez vivre.

La France, une démocratie

- La France est une république indivisible, laïque, démocratique et sociale.
- Le pouvoir repose sur la souveraineté du peuple, exprimée par le suffrage universel ouvert à tous les citoyens français âgés de plus de 18 ans.
- Sur de nombreux bâtiments publics, vous verrez gravée l'inscription «Liberté, Égalité, Fraternité». Cette devise est celle de la République française.

La France, un pays de droits et de devoirs

La Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen de 1789 proclame que tous les hommes naissent et demeurent libres et égaux en droits, quelles que soient leur origine, leur condition et leur fortune. La France garantit le respect des droits fondamentaux, qui sont notamment :

- La liberté, qui s'exprime sous plusieurs formes : liberté d'opinion, liberté d'expression, liberté de réunion, liberté de circulation...
- La sûreté, qui garantit la protection par les pouvoirs publics des personnes et des biens.
- Le droit personnel à la propriété.

Les étrangers en situation régulière ont les mêmes droits et les mêmes devoirs que les Français, sauf le droit de vote qui reste attaché à la nationalité, et doivent respecter les lois et principes de la République française. Qu'elle sanctionne ou qu'elle protège, la loi est la même pour tous, sans distinction d'origine, de race ou de religion.

La France, un pays laïque

- En France, la religion relève du domaine privé.

- Chacun peut avoir les croyances religieuses de son choix ou ne pas en avoir. Tant qu'elles ne troublent pas l'ordre public, l'État respecte toutes les croyances et la liberté de culte.

- L'État est indépendant des religions et veille à l'application des principes de tolérance et de liberté.

La France, un pays d'égalité

L'égalité entre les hommes et les femmes est un principe fondamental de la société française. Les femmes ont les mêmes droits et les mêmes devoirs que les hommes. Les parents sont conjointement responsables de leurs enfants. Ce principe s'applique à tous, Français et étrangers. Les femmes ne sont soumises ni à l'autorité du mari, ni à celle du père ou du frère pour, par exemple, travailler, sortir ou ouvrir un compte bancaire. Les mariages forcés et la polygamie sont interdits, tandis que l'intégrité du corps est protégée par la loi.

Connaître le français, une nécessité

- La langue française est un des fondements de l'unité nationale. La connaissance du français est donc indispensable à votre intégration et favorisera le contact avec l'ensemble de la population.

- C'est pourquoi vous devez avoir un niveau de connaissance de la langue française qui vous permette, par exemple, d'entreprendre des démarches administratives, d'inscrire vos enfants à l'école, de trouver un travail et de participer à part entière à la vie de la cité. Si vous n'avez pas ce niveau à votre arrivée en France, vous devez l'acquérir en suivant une formation sanctionnée par un diplôme reconnu par l'État. L'inscription à cette formation gratuite est faite par l'Office Français de l'Immigration et de l'Intégration.

- L'école est la base de la réussite professionnelle de vos enfants. En France, l'école publique est gratuite. La scolarité est obligatoire de 6 à 16 ans. Garçons et filles étudient ensemble dans toutes les classes.



A. Stage à l'Office français de l'immigration et de l'intégration

Préambule

L'intégration de populations différentes exige une tolérance mutuelle et le respect par tous, Français comme étrangers, des règles, des lois et des usages.

Choisir de vivre en France, c'est avoir la volonté de s'intégrer à la société française et d'accepter les valeurs fondamentales de la République.

C'est pourquoi vous devez préparer votre intégration républicaine dans la société française en signant, à cette fin, le contrat d'accueil et d'intégration prévu par l'article L-311-9 du code de l'entrée et du séjour des étrangers et du droit d'asile.

Le présent contrat est conclu entre l'Etat, représenté par le préfet du département et
Madame/Mademoiselle/Monsieur

Article 1 : Engagements de l'État

L'État assure l'ensemble des prestations suivantes :

- Une réunion d'accueil collectif
- Une visite médicale permettant la délivrance du titre de séjour
- Un entretien individuel permettant notamment d'apprécier le niveau de connaissance en français du signataire du contrat
- En tant que de besoin :
 - un bilan linguistique
 - un entretien avec un travailleur social, donnant lieu, si nécessaire, à l'établissement d'un diagnostic social et à la mise en oeuvre d'un appui social individualisé
- Une journée de formation civique présentant les droits fondamentaux et les grands principes et valeurs de la République, ainsi que les institutions de la France
- Si nécessaire, une formation linguistique dont la durée est fixée en fonction des besoins et capacités d'apprentissage de la personne. Cette formation est destinée à permettre d'atteindre un niveau de langue correspondant à celui exigé pour le diplôme initial de langue française (DILF)
- Une session d'information sur la vie en France qui a pour objet de faciliter la compréhension de la société française et l'accès aux services publics
- Un bilan de compétences professionnelles, sur une demi-journée permettant de faire un point sur les compétences professionnelles et le projet professionnel des signataires et de les orienter en conséquence. Ce bilan vise à encourager les signataires du CAI à trouver un emploi.

Article 2 : Engagements du signataire du contrat

M./Mme / Mlle
dont le niveau de connaissance du français est jugé satisfaisant / non satisfaisant (rayer la mention inutile) s'engage :

- À participer à la journée de formation civique, à la session d'information sur la vie en France s'il a souhaité en bénéficier, et au bilan de compétences professionnelles
- À suivre avec assiduité, lorsqu'elle lui a été prescrite, la formation linguistique destinée à lui permettre d'atteindre un niveau satisfaisant en français, ainsi qu'à se présenter à l'examen organisé à l'issue de la formation pour l'obtention du diplôme initial de langue française (DILF)
- À se rendre aux entretiens fixés pour le suivi du contrat.

L'assiduité de l'étranger à chacune des formations prescrites est sanctionnée par une attestation nominative remise par l'OFII.

Article 3 : Durée du contrat

Le présent contrat est conclu pour une durée d'un an. Il peut exceptionnellement être prolongé par le préfet dans la limite d'une année supplémentaire, pour engager ou terminer une formation prescrite. Dans ce cas, la clôture du contrat intervient à l'échéance de cette formation, dans des conditions précisées au signataire par l'OFII.

Article 4 : Suivi du contrat

La réalisation du contrat fait l'objet d'un suivi administratif et d'une évaluation par l'OFII. Au terme du contrat, l'Office vérifie que les actions de formation ou d'information inscrites au contrat ont été effectivement suivies et délivre au signataire une attestation nominative récapitulative qui précise les modalités de leur validation. Cette attestation est transmise au préfet qui peut tenir compte, lors du premier renouvellement de la carte de séjour, du non respect des engagements pris dans le cadre du contrat.

Article 5 : Respect du contrat

Le signataire est informé que le préfet :

- Peut résilier le contrat en cas de non participation à une formation prescrite ou en cas d'abandon en cours de formation, sans motif légitime
- Tient compte de la signature du contrat et de son respect pour l'appréciation de la condition d'intégration républicaine de l'étranger dans la société française prévue pour la délivrance de la carte de résident.

N° de contrat :

N° AGDREF :

Fait à

Le

Le préfet du département :

Mme, Mlle, M.


(Pour les mineurs, le représentant légal)

C.A.I. 01/2010

Ministère de l'intérieur, de l'outre-mer, des collectivités territoriales et de l'immigration
Office Français de l'Immigration et de l'Intégration

La loi n°78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés s'applique à ce contrat. Elle garantit un droit d'accès et de rectification pour les données vous concernant auprès de l'Office Français de l'Immigration et de l'Intégration.

4.1. Documentation du service sociale




OFII
OFFICE FRANÇAIS DE L'IMMIGRATION
ET DE L'INTÉGRATION
Direction territoriale
de Nice

Tél. : 04 92 29 49 05
Fax : 04 92 29 49 01

Immeuble Space B
CS 33204
208 route de Grenoble
06204 Nice cedex 3

Votre contrat d'accueil et d'intégration



Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Vous allez signer un Contrat d'accueil et d'intégration vous engageant officiellement envers l'état Français.

Ce contrat est une clef de votre parcours d'intégration et sera apprécié par le Préfet dans le cadre du renouvellement de votre titre de séjour, de l'obtention de la carte de résident de 10 ans, et lors d'une éventuelle demande de naturalisation Française.

Vous avez un an pour réaliser les obligations du contrat à partir de ce jour

Vous vous engagez à :

- 1) **Suivre une journée de formation civique** présentant les droits et devoirs fondamentaux, les principes et valeurs de la république française ;
- 2) **Suivre une journée de formation sur la vie en France**, afin de vous faciliter la compréhension de la société française et l'accès aux services publics ;
- 3) **Suivre, si elle a été prescrite, dans son intégralité et à un rythme soutenu, une formation de français** et passer l'examen correspondant en fin de parcours ;
- 4) **Passer un bilan de compétence** si vous ne travaillez pas en contrat à durée indéterminée au moment de l'entretien avec l'auditeur. Ce bilan vous permettra de faire le point sur vos compétences et projets d'accès à l'emploi afin de vous orienter en conséquence.

A l'issue de chaque formation vous recevrez une attestation de présence faisant foi auprès de la préfecture.

Vous avez un souci d'absence, qui contacter ? :

Si vous savez que pour une raison grave (avec justificatif) vous devrez vous absenter et ne pourrez être présent lors de l'une des formations, il vous appartient de vous manifester et de redemander une date de rendez-vous.

- 1) Pour la **formation civique et vivre en France** : Nora **04.92.29.49.30**
- 2) Pour la **formation linguistique** : Mme Le Lay-Caroff **04.92.29.49.05**
- 3) Pour le **bilan de compétences** : Mme Tuffrau **04.92.29.49.31**

Vous avez changé d'adresse , prévenez nous à l'un des numéros indiqués ci-dessus

Cela permettra de pouvoir vous faire parvenir les documents nécessaires à votre renouvellement de titre.

Pour le renouvellement de votre titre de séjour :

Vous devrez avoir terminé toutes vos formations. Ainsi vous pourrez présenter à la préfecture toutes les attestations prouvant que votre parcours d'intégration a été respecté.

En cas de non respect de vos engagements :

Le préfet pourra mettre fin au contrat, refuser le premier renouvellement de votre titre de séjour ou la délivrance de la carte de résident.

Immeuble Space B – 208 route de Grenoble cs 33204 – 06204 Nice cedex 3 – Tél. : 04 92 29 49 00 – Fax : 04 92 29 49 01
www.ofii.fr

A. Stage à l'Office français de l'immigration et de l'intégration

INFORMATIONS SOCIALES ET ADMINISTRATIVES

1) Conversion des permis de conduire :

Pour savoir si votre permis de conduire peut être échangé, rapprochez vous du service des permis de conduire de la préfecture ou sur le site internet suivant <http://www2.equipement.gouv.fr>.

Vous avez un an à partir de la validité de votre récépissé ou de votre visa (VLS-TS), pour faire la conversion de votre permis auprès du service des permis de conduire de la préfecture de Nice ou de la sous-préfecture de Grasse (en fonction de votre lieu de résidence). Pendant cette période d'1 an, vous pouvez conduire avec votre permis d'origine.

2) Demande de comparabilité des diplômes :

Dès que vous avez votre titre de séjour, vous devez vous adresser au Centre International d'Etude Pédagogique, seul organisme compétent.

Site Web: <http://www.ciep.fr/enic-naricfr/>

3) Travail :

- Pôle Emploi

Si vous recherchez un emploi, vous pouvez vous inscrire au Pôle Emploi par téléphone au **3949** ou par internet à l'adresse suivante pole-emploi.fr.

- Mission locale

La mission locale est un espace d'intervention au service des jeunes âgés de 16 à 25 ans. Chaque jeune accueilli bénéficie d'un suivi personnalisé dans le cadre de ses démarches. Les structures d'accueil doivent apporter des réponses aux questions d'emploi, de formation mais aussi sur le logement ou la santé.

4) Assurance maladie et complémentaire :

L'assurance maladie est un dispositif chargé d'assurer un individu face à des risques financiers de soins en cas de maladie, ainsi qu'un revenu minimal lorsque l'affection prive la personne de travail. Il existe de nombreux organismes d'assurance maladie (Sécurité sociale, MSA, RSI, Caisse de Compensation Monégasque ...). Vous pouvez bénéficier d'une assurance maladie si vous travaillez en tant qu'assuré ou si votre conjoint ou parent est affilié en tant qu'ayant droit. Si vous avez peu de ressources et pas de travail vous pouvez faire une demande de CMU auprès de la Sécurité Sociale pour pouvoir bénéficier d'une protection médicale. Site internet de la sécurité sociale : ameli.fr

Téléphone : **3646**

Une assurance maladie seule ne suffit pas pour une bonne prise en charge des soins médicaux, nous vous conseillons de prendre aussi une assurance maladie complémentaire ou mutuelle. Si vous avez très peu de ressources vous pouvez vous adresser à la sécurité sociale pour voir si vous pouvez bénéficier d'une mutuelle gratuite (CMU-C) ou d'une aide à la mutualisation pour vous aider à payer en partie une mutuelle.

5) Caisse d'Allocations Familiales :

La CAF est un acteur majeur de la politique familiale, en aidant les familles dans leur vie quotidienne (éducation, accueil des enfants, logement et loisirs). La CAF assure également le versement des minima sociaux pour les plus démunis.

Si vous avez besoin d'information sur le versement des prestations familiale ou d'une aide au logement, vous pouvez contacter la CAF :

- site internet nice.caf.fr
- Téléphone : **0 810 25 06 10**
- Adresse postale : **Caisse d'Allocations Familiales des Alpes-Maritimes 06175 Nice Cedex 2**
- 6 centres d'accueil sur le département : Menton, Nice nord, Nice ouest, Antibes, Cannes et Grasse
- 14 points publics et relais communaux, des lieux d'information dans le haut et moyen pays, adressez vous à votre mairie.

6) Centres de Protection Maternelle et Infantile :

Chaque centre propose des consultations de prévention : surveillance de la grossesse, prévention et dépistage des maladies sexuellement transmissibles, vaccinations, consultations pour les enfants et les adolescents, consultations prénuptiales, planification des naissances et éducation familiale ; mais aussi des conseils personnalisés pour le choix d'un mode de garde pour votre enfant. C'est gratuit, pour connaître le centre de PMI le plus proche de chez vous, adressez-vous à votre Mairie ou Mairie annexe.

7) Maison Départementale des Personnes Handicapées des Alpes-Maritimes :

Vous désirez faire reconnaître votre handicap ou bénéficier d'une aide, adressez-vous à la MDPH N°Vert : **0 805 560 580**

8) Services Sociaux :

Pour connaître les coordonnées de l'assistante sociale de votre quartier dont vous dépendez (CCAS, Conseil Général, ou autre), vous pouvez-vous adresser à votre Mairie ou Mairie annexe.

9) Nationalité :

Pour pouvoir déposer une demande de naturalisation française, le principe général est l'obligation de 5 ans de présence en France en situation régulière.

Pour les personnes qui ont eu des diplômes supérieurs en France, la durée de présence en France passe à 2 ans.

Pour les conjoints de français, il faut 4 ans de mariage dont 3 ans de présence en situation régulière.

Pour les réfugiés, il n'y a pas de temps de présence en France exigé.


Pour tous, il faut parler le français (niveau fin de collège) et c'est à la personne d'apporter la preuve de ce niveau.


Dans le cadre de votre contrat d'accueil et d'intégration et pendant la durée de ce contrat vous pouvez bénéficier d'un suivi social de l'assistante de service social de l'OFII de Nice.


N'hésitez pas à la contacter :

Madame Anne BERAUD
Assistante de Service Social
Tél : **04.92.29.49.32** mail : anne.beraud@ofii.fr
Elle ne reçoit que sur rendez-vous.

4.2. Documentation Formation civique




Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE


OFFICE FRANÇAIS DE L'IMMIGRATION
ET DE L'INTÉGRATION

Formation Civique

Formation Civique

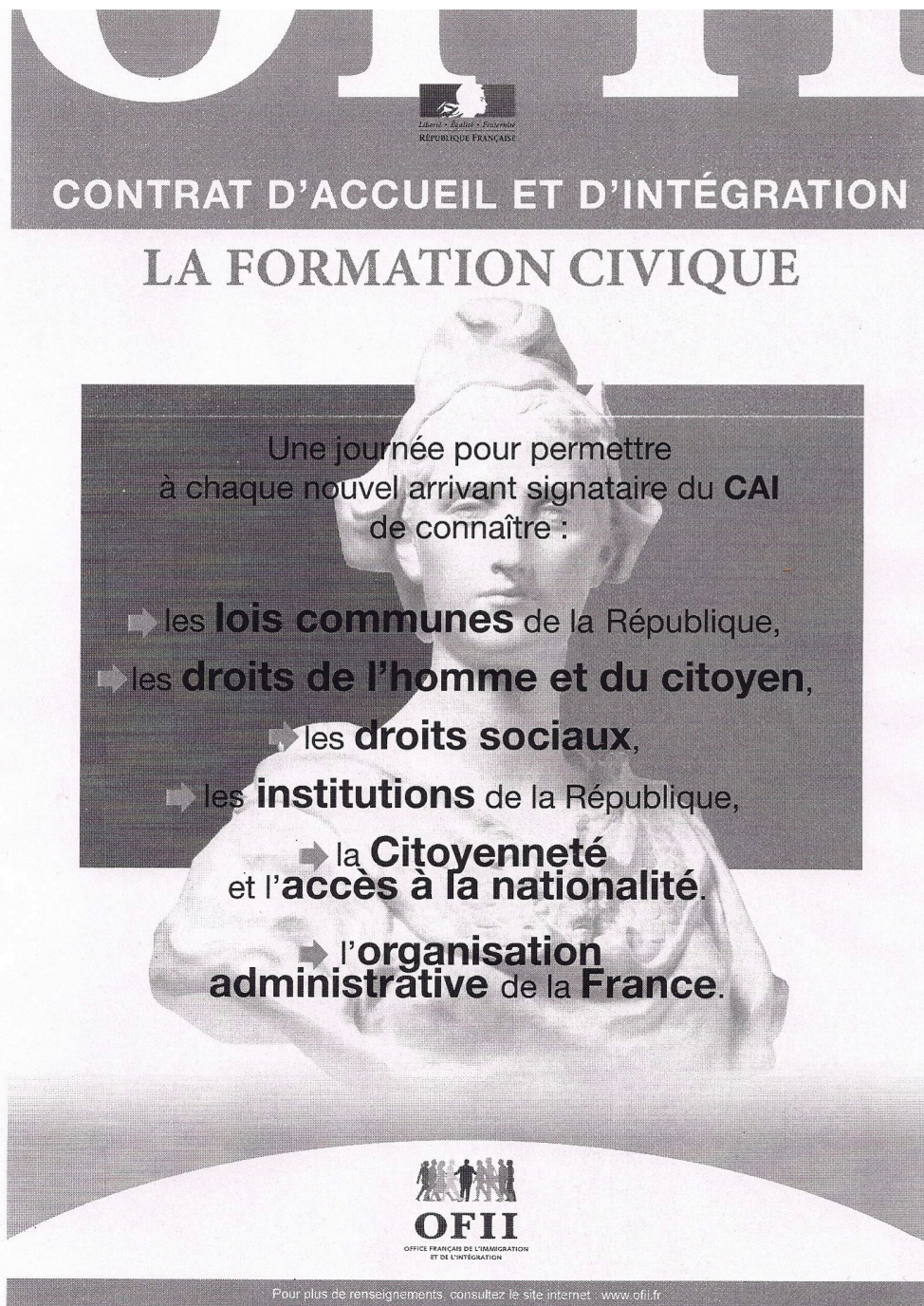
Vivre en France exige le respect par tous, français et étrangers, des droits et obligations de la société. C'est pourquoi :


La formation civique vous permet de :

- Prendre connaissance des principes de la République française
- Connaître l'organisation et le fonctionnement de l'Etat français et de ses institutions.

Cette formation :


- Est gratuite et est financée par l'État (OFII).
- Se déroule sur une seule journée. En principe dans le chef lieu de département, dans un local facilement accessible, indiqué dans la convocation que vous aurez reçue de l'auditeur de l'OFII.
- Est traduite dans les principales langues des pays d'origine. Intervenant dans le mois qui suit l'accueil par l'OFII, ces formations sont traduites dans les dix principales langues des pays d'origine.
- Fait l'objet d'un suivi nominatif. Les prestataires de formation informent l'OFII, chargée du suivi du contrat, de votre présence ou de votre absence à la formation civique. Assister à la formation civique est obligatoire. En cas d'absence à l'une de ces « formations », le Préfet peut mettre fin au contrat puis refuser le premier renouvellement de votre carte de séjour temporaire et la délivrance de votre carte de résident (10 ans).
- Donne lieu à la délivrance d'une attestation individuelle. À l'issue de la formation, le prestataire vous remet une attestation de présence.




CONTRAT D'ACCUEIL ET D'INTÉGRATION
LA FORMATION CIVIQUE




Une journée pour permettre
à chaque nouvel arrivant signataire du **CAI**
de connaître :

- les **lois communes** de la République,
- les **droits de l'homme et du citoyen**,
- les **droits sociaux**,
- les **institutions** de la République,
- la **Citoyenneté**
et l'**accès à la nationalité**.
- l'**organisation**
administrative de la **France**.


OFII
OFFICE FRANÇAIS DE L'IMMIGRATION
ET DE L'INTÉGRATION

Pour plus de renseignements, consultez le site internet : www.ofii.fr

4.3. Documentation Formation vie en France



Session d'information sur la vie en France

La session d'information sur la vie en France vous permet de :

- Mieux connaître les démarches de la vie quotidienne.
- Mieux comprendre la société française et l'accès aux services publics : santé, école, le service public de l'emploi, logement.


Cette session :

- Est gratuite.
- Financée par l'État (OFII).
- Se déroule sur une seule journée, en principe dans le chef lieu de département, dans un local facilement accessible, indiqué dans la convocation que vous aurez reçue de l'auditeur de l'OFII.
- Est traduite dans les principales langues des pays d'origine. Intervenant dans le mois qui suit l'accueil par l'OFII, ces formations sont traduites dans les 10 principales langues des pays d'origine.
- Fait l'objet d'un suivi nominatif. Les

prestataires de formation informent l'OFII, chargée du suivi du contrat, de votre présence ou de votre absence à la session d'information sur la vie en France.

Assister à la session d'information sur la vie en France permet de mieux connaître la société française dans laquelle vous êtes accueilli.

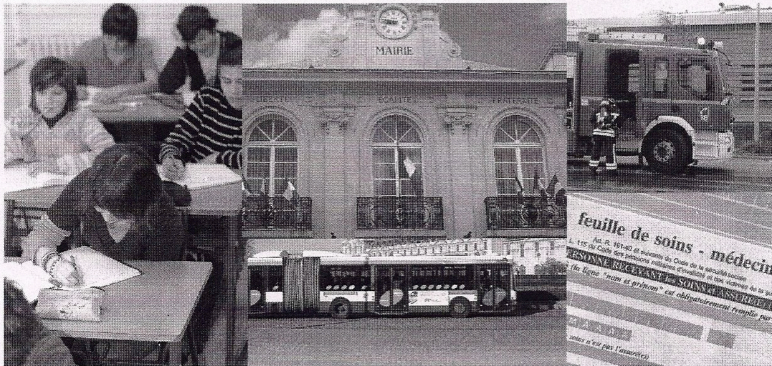
Donne lieu à la délivrance d'une attestation individuelle. A l'issue de la session, le prestataire vous remet une attestation de présence.




CONTRAT D'ACCUEIL ET D'INTÉGRATION

LA JOURNÉE D'INFORMATION « VIVRE EN FRANCE »

**Cette journée a pour objectif de faciliter
l'insertion sociale au niveau local :**



- ➔ en informant le nouvel arrivant sur l'organisation et le fonctionnement des services publics ;
- ➔ en lui donnant des informations pratiques sur la vie quotidienne (culture, loisirs, commerces, transports...), la place et le rôle des associations ;
- ➔ en l'invitant à participer à des modules, au choix : santé, PMI (protection maternelle et infantile) et protection sociale, école et modes de garde, formation et emploi, logement.



Pour plus de renseignements, consultez le site internet : www.ofii.fr

4.4. Documentation Formation linguistique



Apprendre le Français

La connaissance de la langue est une des clés de votre intégration

Votre niveau de connaissance du français à l'oral et à l'écrit est évalué le jour de la plate-forme. Si vous ne parlez pas et n'écrivez pas le français, ou si vous le parlez et l'écrivez insuffisamment, vous devez suivre une formation linguistique pour maîtriser la langue française. À l'issue du bilan linguistique individuel réalisé sur la plate-forme, un nombre d'heures de formation linguistique peut vous avoir été attribué.

Dans ce cas, l'auditeur de l'OFII vous organise un rendez-vous avec un organisme de formation, en principe dans le mois qui suit votre passage sur la plate-forme. Les formations se déroulent en plusieurs endroits dans le département de façon à limiter les temps de vos déplacements. Le rythme de la formation est défini après la signature du contrat d'accueil et d'intégration. Les formations peuvent s'effectuer sur des durées hebdomadaires comprises entre 4 heures et 30 heures.

La formation est gratuite

Lorsqu'elle est inscrite au contrat, la formation linguistique est financée par l'Etat (OFII), dans la limite de 400 heures.

Elle est dispensée par des professionnels de l'apprentissage du français

Les organismes de formation dispensant les cours d'apprentissage du français sont des professionnels reconnus fournissant des prestations de qualité à tous les publics, quel que soit leur niveau initial de français.

La formation se déroule pendant un an

La formation se déroule pendant la durée du contrat, soit un an. Elle peut être prolongée si elle n'est pas achevée à la fin de l'année, sans pouvoir excéder une année supplémentaire.


Elle fait l'objet d'un suivi nominatif

Les organismes de formation informent l'OFII, de votre présence, de votre absence ou de votre abandon éventuel à la formation. L'OFII établit un certificat nominatif attestant de votre assiduité à la formation. Assister à la formation est obligatoire. Si vous n'assistez pas aux cours, le Préfet peut mettre fin au contrat puis refuser le premier renouvellement de votre carte de séjour temporaire et la délivrance de votre carte de résident (10 ans).

La formation est sanctionnée par l'obtention, le cas échéant, d'un diplôme de l'éducation nationale : le Diplôme initial de langue française (DILF)

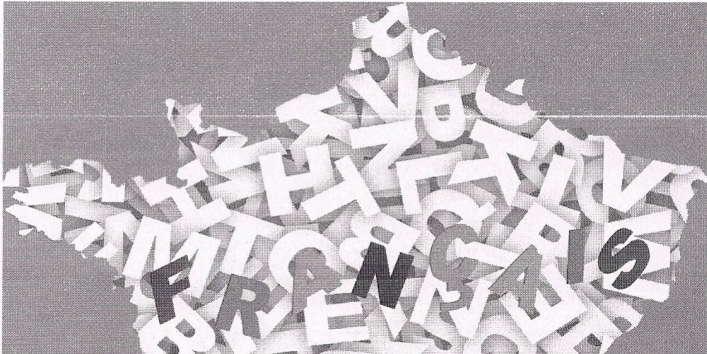
À l'issue de la formation linguistique, vous devez passer un examen comportant des épreuves écrites et orales, pour obtenir le diplôme initial de langue française. L'obtention de ce diplôme atteste du niveau satisfaisant de maîtrise de la langue française prévu par la loi pour le premier renouvellement de votre carte de séjour temporaire et la délivrance de votre carte de résident. La première inscription au DILF est gratuite pour les signataires d'un CAI, bénéficiaires d'une formation linguistique.

En cas d'échec à l'examen, vous pouvez passer à nouveau le DILF, mais à vos propres frais.



CONTRAT D'ACCUEIL ET D'INTÉGRATION


LA FORMATION LINGUISTIQUE




La connaissance du français constitue une condition de base à l'accès à l'autonomie, à l'épanouissement personnel, familial, culturel et professionnel ainsi qu'à la citoyenneté.

L'État propose au signataire du Contrat d'Accueil et d'Intégration (C.A.I.), ne parlant pas ou peu le français, de participer à une formation linguistique d'une durée maximum de 400 heures, gratuite, dispensée dans des centres répartis sur l'ensemble du territoire.

Cette formation vous permettra d'acquérir un premier niveau de connaissance du français valorisé par la délivrance d'un diplôme (DILF).



OFII
OFFICE FRANÇAIS DE L'IMMIGRATION
ET DE L'INTÉGRATION



Ces actions sont cofinancées par le fonds européen pour l'intégration

Pour plus de renseignements, consultez le site internet : www.ofii.fr

A. Stage à l'Office français de l'immigration et de l'intégration



L'OFFRE DE FORMATION F.L.E
ALPES MARITIMES FINANCEMENT OFII



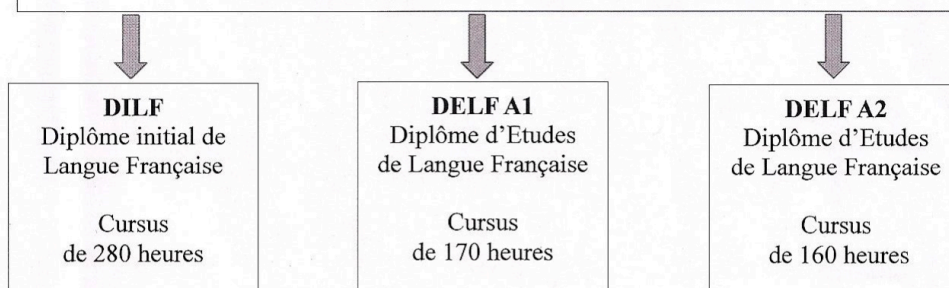
<u>Qui</u>	+18 ans demandeur de la naturalisation mais ajourné pour défaut linguistique +26 ans public féminin en cours de sociabilisation +26 ans ayant suivi une formation dans le cadre du Contrat d'Accueil et d'Intégration +26 ans en recherche d'emploi +26 ans inactif ou salarié
-------------------	--

<u>Comment</u>	1/ Inscription à tout moment de l'année auprès de la Direction territoriale OFII -208 route de Grenoble 06200 Nice- 2/ Orientation et transmission vers des prestataires de l'OFII
-----------------------	---

<u>Où</u>	Nice, Cannes, Grasse, Vallauris, Antibes, Cagnes/Mer, Beausoleil
------------------	--

<u>Quoi</u>	Formations Français Langue étrangère financées par l'OFII
--------------------	---

Préparation à la passation des diplômes européens suivants



<u>Nous contacter</u>	Mme LELAY CAROFF : 04.92.29.49.05 Krystel.lelay@ofii.fr
----------------------------------	--

4.5. Documentation Formation droits et devoirs de parents



The image shows the cover of a document. At the top, there is a dark grey banner with the text 'CONTRAT D'ACCUEIL ET D'INTÉGRATION' in white. Below this, the title 'LA FORMATION DROITS ET DEVOIRS DES PARENTS' is written in large, bold, black letters. Underneath the title, a subtitle reads: 'Une journée pour permettre aux parents signataires du Contrat d'Accueil et d'Intégration (C.A.I.) pour la famille de :'. A central photograph depicts a smiling man, a woman, and a young child. Below the photo, there is a list of bullet points: '➤ veiller au respect de l'obligation scolaire pour leurs enfants de 6 à 16 ans,' followed by '➤ connaître leurs devoirs en matière d'autorité parentale,' and '➤ s'informer :'. Under 's'informer', there are two sub-bullets: '- sur l'égalité entre les hommes et les femmes,' and '- sur la protection des enfants et les principes régissant leur scolarité en France.' At the bottom, the OFII logo is displayed, consisting of a stylized group of people and the text 'OFII OFFICE FRANÇAIS DE L'IMMIGRATION ET DE L'INTÉGRATION'. A footer at the very bottom states: 'Pour plus de renseignements, consultez le site internet : www.ofii.fr'.

CONTRAT D'ACCUEIL ET D'INTÉGRATION

LA FORMATION DROITS ET DEVOIRS DES PARENTS

Une journée pour permettre aux parents signataires du Contrat d'Accueil et d'Intégration (C.A.I.) pour la famille de :

- veiller au respect de l'obligation scolaire pour leurs enfants de 6 à 16 ans,
- connaître leurs devoirs en matière d'autorité parentale,
- s'informer :
 - sur l'égalité entre les hommes et les femmes,
 - sur la protection des enfants et les principes régissant leur scolarité en France.

OFII
OFFICE FRANÇAIS DE L'IMMIGRATION ET DE L'INTÉGRATION

Pour plus de renseignements, consultez le site internet : www.ofii.fr

4.6. Documentation Formation bilan de compétences

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

OFII
OFFICE FRANÇAIS DE L'IMMIGRATION
ET DE L'INTÉGRATION

Compétences Professionnelles

Bilan de Compétences Professionnelles

L'accès à l'emploi est un pilier essentiel de la nouvelle politique mise en place par les pouvoirs publics pour favoriser l'intégration des primo-arrivants dans la société française. C'est pourquoi les signataires du contrat d'accueil et d'intégration bénéficient d'un bilan de compétences professionnelles.

Afin de bien préparer votre bilan de compétences professionnelles, le jour de l'entretien : vous devez apporter vos certificats de scolarité, diplômes, certificats de travail, et tout autre document susceptibles d'aider à la compréhension de votre parcours. Ces documents seront si possible traduits en français.

- De faire un bilan de vos expériences qui pourrait être utile pour l'exercice d'une autre activité professionnelle.
- De vous préparer à la mobilité vers des emplois en améliorant si nécessaire vos compétences.
- D'approfondir, réorienter ou valider votre projet professionnel et si nécessaire de vous conduire à suivre une formation.

Donne lieu à la délivrance d'une attestation de présence

L'attestation de présence vous sera délivrée en fin de bilan par le prestataire qui vous aura reçu. Effectuer votre bilan de compétences professionnelles est obligatoire. En cas de non réalisation, le Préfet peut mettre fin au contrat puis refuser le premier renouvellement de votre carte de séjour temporaire ou la délivrance de votre carte de résident (10 ans).

Donne lieu à la délivrance d'une fiche de bilan.
Cette fiche vous sera utile pour toutes les démarches que vous entreprendrez auprès de Pôle Emploi ou des missions locales qui vous aideront dans la recherche d'un emploi.

Ce bilan de compétences professionnelles vous permettra :

- De faire le point sur votre situation et votre expérience professionnelle.
- De définir votre projet d'accès à l'emploi en France à court terme.

Ce bilan de compétences professionnelles :

- Est gratuit et financé par l'État (OFII).
- Se déroule sur une demi-journée (3h).
- Le lieu et la date de ce rendez-vous seront indiqués sur la convocation remise par l'auditeur de l'OFII le jour de la signature de votre contrat d'accueil et d'intégration.



CONTRAT D'ACCUEIL ET D'INTÉGRATION

**LE BILAN DE COMPÉTENCES
PROFESSIONNELLES**



Une formation d'une demi-journée qui vous permet :

- ➔ de faire le point sur votre situation et votre expérience professionnelle,
- ➔ de définir votre projet d'accès à l'emploi en France à court terme,
- ➔ de vous préparer à la mobilité vers des emplois en améliorant si nécessaire vos compétences,
- ➔ d'approfondir, réorienter ou valider votre projet professionnel,
(et si nécessaire) ➔ de vous conduire à suivre une formation.



OFII
OFFICE FRANÇAIS DE L'IMMIGRATION
ET DE L'INTÉGRATION

Pour plus de renseignements, consultez le site internet : www.ofii.fr

B. Interviews sur le terrain

B.1	Interview : attaché culturel de l'ambassade du Cap-vert	page 383
B.2	Interviews : responsable association Maison du Cap-vert	page 390
B.3	Interviews : membres de l'association Maison du Cap-vert	page 392
B.4	Interviews : membres de l'association Maison du Cap-vert utilisant les réseaux sociaux numériques	page 394
B.5	Interview : association Racines du Cap-vert	page 396
B.6	Interviews : membres de l'association Racines du Cap-vert	page 398
B.7	Observations : activités de l'association	page 400

B.1. Questionnaire pour l'attaché de la culture de l'ambassade du Cap-Vert : M. Davide Andrade Modesto Leite

La communication de la communauté Cap-Verdienne en France

1. Communication «one to many» l'ambassade vers la population

1.1 Quelle est la population actuelle du Cap-Verdiennes en France ?

Le Cap-Vert compte avec une population légal actuelle de 40 000 personnes, or si on compte les personnes en situation illégale les chiffres peuvent aller jusqu'à 50 000.

1.2 Comment est-elle distribuée ? plus d'hommes ? plus de femmes ?

Il s'agit d'une immigration de travail, elle très équitable, mais peut être un léger nombre plus élevé de femmes.

1.3 Comment est-elle distribuée/dispersée en France ? La population est plutôt concentrée à Paris ?

Effectivement la population est plutôt concentrée à Paris mais il y un nombre très importante dans la région PACA, notamment dans les villes de Cannes, Vence, Nice et ses environs.

1.4 De quel région du Cap-Vert proviennent le plus ces immigrants ?

Plutôt des villes moyennement grandes.

Suite à la page suivante

Population du Cap-Vert en France

B. Interviews sur le terrain

Suite de la page précédente

1.5 Quelles sont les raisons principales pour lesquelles ils viennent en France ?

Comme déjà mentionné il s'agit d'une immigration de travail. Ce sont souvent des parents qui viennent et ensuite ils font venir leurs enfants, donc on peut parler aussi d'une immigration pour de regroupement familial.

1.6 Quel est leur niveau de scolarité ?

Souvent ce n'est pas un niveau qui dépasse le secondaire.

1.7 Dans quels secteurs se concentrent leurs activités professionnelles ?

Les services ménagers et à la personne âgée, le bâtiment, la restauration .

1.8 Quel type de foyer est le plus courant en France ?
Monoparental ? biparental ? Célibataires ?

C'est un peu mélangé, mais peut être le monoparental.

Suite à la page suivante

B. Interviews sur le terrain

Suite de la page précédente

Questions générales sur la communication de l'ambassade

1.9 Quels sont les services les plus demandés ?

Demande de documents pour la préfecture et mettre sa situation en règle.

1.10 Quels sont les moyens de communication employés par la population ? Medias radiophoniques et télévisés ? Internet ?

Jusqu'à il y a quelque temps on utilisait la poste, mais de plus en plus on envoie les informations sur nos services par e-mail.

1.11 Quels sont les moyens de communication employés par l'ambassade ?

Presse Papier Site web Affiches

1.12 Quels sont les supports employés ?

Papier Publication électronique

1.13 Qui est le public visé avec ces publications ?

Public général Ressortissants Touristes

1.14 L'ambassade, a-t-elle des moyens de communication exclusifs pour ses ressortissants ?

Nous n'avons beaucoup de budget pour la communication donc on emploie internet beaucoup.

Suite à la page suivante

B. Interviews sur le terrain

Suite de la page précédente

1.15 Avec quelle fréquence l'ambassade sort ses publications ?

Nous avons une lettre électronique qui sort une fois par mois.

1.16 Sont-elles gratuites ?

Oui

Questions sur l' accès

1.17 Comment sont-elles distribuées ?

Par liste email

1.18 Dans les cas des publications papier, comment le public a accès ?

- Envoi privé ou regroupé par la Poste
 Récupération sur place
-

1.19 Dans le cas des publications électroniques, comment le public a accès ?

- Inscription à une liste de diffusion
 Envoi automatique à partir des fichiers de l'ambassade
-

Questions d'ordre éditorial

1.20 Qui s'occupe de ces publications ?

Le personnel de l'ambassade

1.21 Comment la publication est-elle organisée ?

On choisit les informations pertinentes pour les ressortissants.

1.22 Comment le chargé de ces publications décide sur leur contenu ?

Suite à la page suivante

B. Interviews sur le terrain

Suite de la page précédente

- Discussions avec les ressortissants
 - Comité de rédaction Des associations des ressortissants
- donnent des propositions des articles

C'est l'administration qui décide.

1.23 Quel est le contenu que vous privilégiez ?

Information administrative

1.24 Si les publications sont gratuites, comment sont elles financés ?

Par l'ambassade

1.25 Dans les publications avez-vous un espace ouvert au public ?

- Tribune Lettres à la rédaction Petits annonces

Non

Suite à la page suivante

B. Interviews sur le terrain

Suite de la page précédente

2. Communication «many to one»
la population vers l'ambassade

Questions sur les moyens de communication à disposition
de la communauté Cap-Verdienne

2.1 Comment vos ressortissants communiquent le plus
avec l'ambassade ?

- Courriel Poste Téléphone Rendez-vous
 Réunions associatives
-

2.2 Vos ressortissants ont-ils un moyen de communication
électronique de discussion avec l'ambassade ?

- Un forum Un groupe de discussion Un site internet

Non

2.3 Si ceci est le cas, qui s'occupe de l'animer ?

2.4 Qui a été à l'origine de l'idée ?

2.5 Dans le cas de ne pas avoir un moyen de discussion en ligne,
l'ambassade envisage-elle dans l'avenir d'instaurer un tel service ?

Questions d'ordre éditorial

2.6 Quels sont les sujets qui généralement intéressent le plus à vos
ressortissants de traiter/ discuter avec l'ambassade ?

La mise en règle de leurs papiers ou de leur situation en France

2.7 Quels sujets a l'ambassade constaté que les ressortissant
discutent le plus dans les différents médias ?

Pas possible de donner une réponse

Suite à la page suivante

B. Interviews sur le terrain

Suite de la page précédente

3. Communication «many to many» La communauté Cap-Verdienne entre elle même

3.1 L'ambassade est-elle au courant des moyens de communication employés par ses ressortissants ?

Nous savons qu'ils communiquent beaucoup par Internet, comme les réseaux sociaux et les emails.

3.2 Quels sont les moyens privilégiés de communication de la communauté Cap-Verdienne en France que l'ambassade suit ?

Nous ne suivons aucun en particulier.

3.3 L'ambassade peut-elle se considérer comme un lieu de rencontre entre ses ressortissants ?

Jusqu'à un certain point oui, pour ceux qui habitent Paris.

3.4 Quels sont les moyens de communication que l'ambassade conseille à ses ressortissants ?

Nous ne conseillons aucun en particulier, ceux qu'ils maîtrisent.

3.5 l'ambassade as-t-elle des rapports avec les associations culturelles cap-verdiens en France ?

Avec certaines oui, comme le Business Club à Paris, nous savons de certaines associations qui se trouvent dans la région parisienne et PACA mais nous ne travaillons pas en particulière avec elles.

Questions d'ordre général

B.2. Interview : responsable de l'association

Maison du Cap-Vert Nice

1. Combien de personnes avez-vous à l'association ?
50 personnes
2. Combien d'étudiants dans les cours ?
8 par cours (Danse et percussion)
3. Combien de personnes avez-vous à l'association ?
50 personnes
4. Combien d'étudiants dans les cours ?
8 par cours (Danse et percussion)
5. Quelle est l'âge moyenne ?
13 et 15 ans
6. Quelle est leur lieu d'habitation ?
Nice Est
7. Quelle est la profession des parents ?
Services et construction
8. Quelle langue parlez-vous à l'association ?
Créole (cap-verdien) ou un peu de français
9. Quels medias utilisez-vous pour communiquer entre membres
Le bouche à oreille, le téléphone et les RS
10. Avez-vous des ordinateurs à l'association ?
Non
11. Comment faites-vous la promotion de votre association ? Affiches et
bouche à oreille
12. Quels activités pratiquez-vous dans votre association ?
Culturelles

B. Interviews sur le terrain

Avec quelle fréquence ?

3 ou 4 fois par an on fait des manifestations culturelles

13. Avez-vous un groupe d'amis de l'association autres que des cap-verdiens ?

Oui nous avons d'autres associations (portugais) avec lesquelles on travaille

14. Quelle est la relation des cap-verdiens de l'association avec la communauté française ?

Nous essayons de nous rapprocher de la communauté avec nos activités culturelles.

15. Avez-vous des partenariats avec la ville de Nice ou la Mairie ?

Oui, une fois par mois nous participons à une manifestations culturelle qui englobe toutes les associations de la ville

16. Faites-vous la promotion pour des activités de la communauté française au sein de l'association afin de promouvoir l'intégration ?

Oui

B.3. Questions aux membres de la communauté ? Recapitulatif

1. Avec quelle fréquence vous communiquez avec les membres de l'association ?
1 fois par semaine
2. Utilisez-vous les réseaux sociaux pour communiquer ?
Les jeunes oui
3. Vous rencontrez d'autres membres de votre communauté grâce aux RS ?
Oui sur Facebook
4. Avec quelle fréquence vous vous connectez à internet ?
4 fois par semaine au moins
5. Vous aidez vos parents à se connecter aux RS ?
Oui, quand ils le demandent
6. Vous êtes en relation via les RS avec des français ?
Oui, avec les copains de l'école
7. Où les avez-vous rencontré : dans la vie réelle ou virtuelle ?
Réelle
8. Assistez-vous à des manifestations françaises ?
Oui celles de mon école
9. Où avez-vous appris les français ?
à l'école
10. Connaissez-vous des pratiques culturelles françaises comme les jours fériés ?
Oui

B. Interviews sur le terrain

11. Qu'est-ce que pour vous l'intégration ?
Comprendre les autres
12. Quels dispositifs pensez-vous qui peuvent vous aider ?
Rencontrer plus des français
13. Les RS peuvent vous aider ?
Oui
14. Que pensez-vous faire pour réussir votre intégration à la société française ?
Essayer de comprendre la culture

B.4. Interview : Cap-verdiens qui utilisent les RS Recapitulatif

1. Pour quelle raison allez-vous sur Facebook ou Twitter ?

Communiquer avec des amis, être au courant des informations de mes amis, m'amuser.

2. Quelle information cherchez-vous dans ces plate-formes de communication ?

Des infos sur mes amis, les medias que je suis sur Facebook ou Twitter

3. Comment-vous communiquez avec les membres de votre cercle ?
Chat ? messagerie ? Posts publics ?

Les deux, mais si les messages sont très personnels alors messagerie privé

4. Qui sont les personnes dans votre premier cercle social : amis, proches, copains d'école ?

Proches et amis

5. Avez-vous des français dans votre cercle d'amis ?

Oui, les amis de l'école et du travail

6. Quel type d'information échangez-vous ? léger ? approfondie ?

Léger

7. Sentez-vous que vous apprenez des choses sur ces échanges ?

Oui,

Si oui, quoi ?

je comprends mieux les français et des choses sur leur culture

8. Pensez-vous que ces outils vous aident à mieux apprendre / maîtriser le français ?

oui

B. Interviews sur le terrain

9. Pensez-vous que ces outils vous aident à mieux vous intégrer à la communauté française ?

oui

10. Pensez-vous que l'information reçu et échangé via les RS vous a aidé à mieux vous intégrer à la communauté française ?

oui

B.5. Interview : responsable de l'association

Racines du Cap-Vert Nice

1. Combien de personnes avez-vous à l'association ?
35 personnes
2. Combien d'étudiants dans les cours ?
10 par cours (Français langue étrangère)
3. Quelle est l'âge moyenne ?
20 ans
4. Quelle est leur lieu d'habitation ?
Nice en général
5. Quelle est leur profession en général ?
Services domestiques et construction
6. Quelle langue parlez-vous à l'association ?
Créole et français dans les cours
7. Quels medias utilisez-vous pour communiquer entre membres ?
Le bouche à oreille, le téléphone et un peu internet (emails)
8. Avez-vous des ordinateurs à l'association ?
Non
9. Comment faites-vous la promotion de votre association ?
Bouche à oreille
10. Quels activités pratiquez-vous dans votre association ?
Culturelles Avec quelle fréquence ?
1 ou 2 fois par mois
11. Avez-vous un groupe d'amis de l'association autres que des Cap-Verdiens ?
Oui un peu avec les portugais

B. Interviews sur le terrain

12. Quelle est la relation des Cap-Verdiens de l'association avec la communauté française ?

Nous travaillons avec eu plus ou moins avec certaines activités culturelles

13. Avez-vous des partenariats avec la ville de Nice ou la Mairie ?

Pas vraiment, mais la ville nous prête des locaux dans un centre pour nos cours.

14. Faites-vous la promotion pour des activités de la communauté française au sein de l'association afin de promouvoir l'intégration ?

Oui

B.6. Questions aux membres de la communauté ? Recapitulatif

1. Avec quelle fréquence vous communiquez avec les membres de l'association ?

Une ou deux fois par semaine

2. Utilisez-vous les réseaux sociaux pour communiquer ?

Pas vraiment avec les membres de l'association.

3. Vous rencontrez d'autres membres de votre communauté grâce aux RS ?

Oui

4. Avec quelle fréquence vous vous connectez à internet ?

3 fois par semaine

5. Vous aidez vos parents à se connecter aux RS ?

Non

6. Vous êtes en relation via les RS avec des français ?

Pas vraiment

7. Où les avez-vous rencontrés : dans la vie réelle ou virtuelle ?

Pas de réponse

8. Assistez-vous à des manifestations françaises ?

Oui, celles où participent des membres de ma famille ou amis

9. Où avez-vous appris le français ?

Avec des cours privés

10. Connaissez-vous des pratiques culturelles françaises comme les jours fériés ?

Oui quelques unes

B. Interviews sur le terrain

11. Qu'est-ce que pour vous l'intégration ?
Rencontrer les personnes du pays, comprendre la langue et les traditions.
12. Quels dispositifs pensez-vous qui peuvent vous aider ?
Apprendre bien la langue
13. Les RS peuvent vous aider ?
Peut être
14. Que pensez-vous faire pour réussir votre intégration à la société française ?
Essayer de mieux comprendre la culture et la langue

B.7. Observations : activités de l'association

Ateliers et réunions, souvent les mardis ou les samedis après-midi à l'Espace Django Reinhardt dans le quartier de l'Ariane, Nice.

1. Combien de personnes assistent aux ateliers ?

Entre 6 et 8 personnes, c'est un suivi très personnalisé

2. Qui dirige les ateliers ?

En général des jeunes adultes, mais l'atelier de danse est dirigé par un des jeunes.

3. Quelle est la langue parlée ?

Entre les jeunes des mélanges entre le créole cap-verdien et le français, entre les adultes c'est surtout le créole.

4. Quelle était la fréquence des ateliers et des réunions ?

Les ateliers étaient hebdomadaires, les réunions mensuelles ou bimensuelles.

5. Il y avait-t-il des personnes issues d'autres groupes ethniques dans ces activités ?

Nous n'avons jamais vu dans les ateliers des personnes extérieures à la communauté cap-verdienne. La seule exception a été lors des manifestations culturelles ouvertes.

6. Quelle est la culture prédominante lors des ateliers et des réunions ?

Dans les ateliers nous avons pu constater un certain métissage de cultures. Les jeunes ont un mélange entre la culture française qui encadre leur vie à l'école et la culture cap-verdienne qui guide leur quotidien au foyer. Les adultes avaient une culture cap-verdienne qu'on remarquait avec certains détails comme lever la voix facilement ou utiliser beaucoup le langage corporel. Mais ceux qui étaient dans le

B. Interviews sur le terrain

pays depuis quelques années, présentaient déjà une certaine francisation dans leurs façons de se conduire.

7. La communauté cap-verdienne participait aux activités de l'association ?

Selon les coordinateurs des ateliers, les familles des enfants et les amis assistaient aux activités, ainsi que d'autres membres de la communauté moins liés à l'association mais avec des intérêts culturels et sociaux.

8. Quelle était l'implication de la communauté dans la vie de l'association ?

Les parents des enfants, et les amis des membres contribuaient de façon indirecte à garder la dynamique de l'association. En effet nous avons pu voir leur implication lors des manifestations dans l'organisation, ou lors des réunions où parfois des membres non actifs de l'association assistaient pour donner des renseignements complémentaires pour organiser un événement.

9. Quels dispositifs de communication utilisaient entre eux ?

Nous avons pu constater d'une forte utilisation du bouche à oreille, et du téléphone, d'un niveau moins limité les emails, et une progressive utilisation des médias sociaux, notamment parmi les membres plus jeunes.

10. Avait-il un intérêt pour se mixer avec la culture locale ?

Les activités de l'association avaient comme but la promotion de la culture cap-verdienne auprès les jeunes générations de la communauté. Cependant nous avons constaté que l'association était très ouverte envers les personnes externes, d'ailleurs ses membres participaient activement à d'autres événements sociaux (par fois organisés par d'autres associations cap-verdiennes), religieux, scolaires, culturels.

C. Observations et interview en ligne

C.1	Images issues des profils Facebook	page 403
C.2	Analyse d'images	page 413
C.3	Billets Facebook	page 416
C.4	Interview en ligne - septembre 2016	page 427
C.5	Nuage de mots	page 429
C.6	Analyse des publications en français	page 433

C.1. Images issues de profils Facebook

Caroline G.

2012



2013



2014



2015

Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente



2016



Cheila P.

2012



2013



Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

2014



2015



2016



Marlene M.

2012

Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

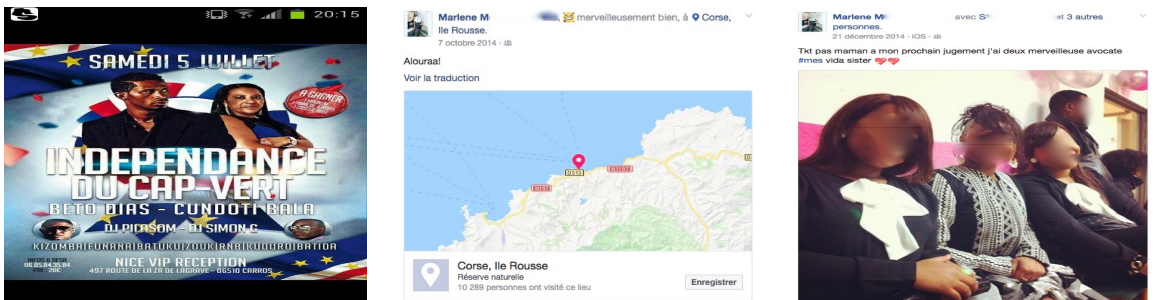
Suite de la page précédente



2013



2014



2015



2016

Suite à la page suivante

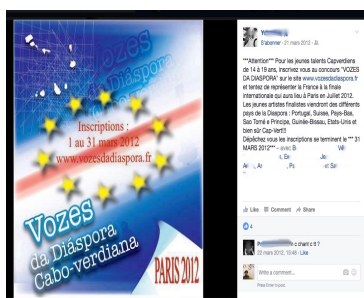
C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente



Patricia R.

2012



2013



2014

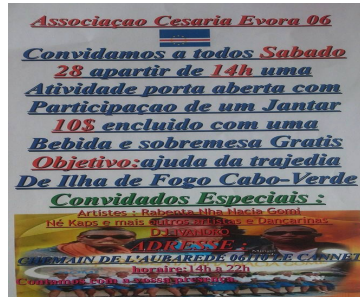
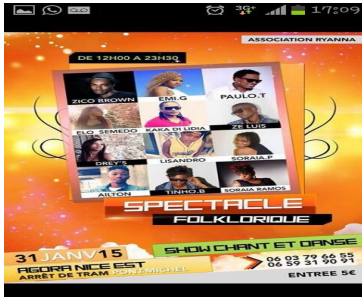


Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

2015



2016



Sonia M.

2012



Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

2013



2014



2015



2016



Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

Sylvie L.

2012



2013



2014



2015



Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

2016



Tonio F.

2012



2013

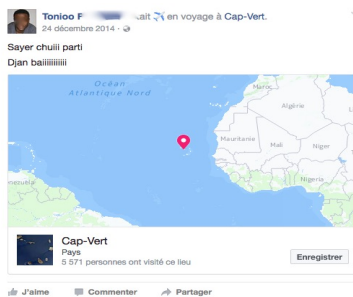


Suite à la page suivante

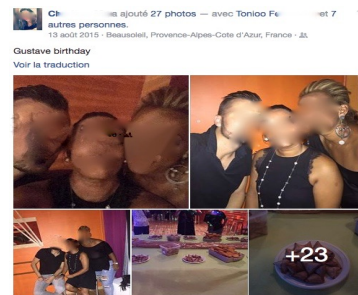
C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

2014



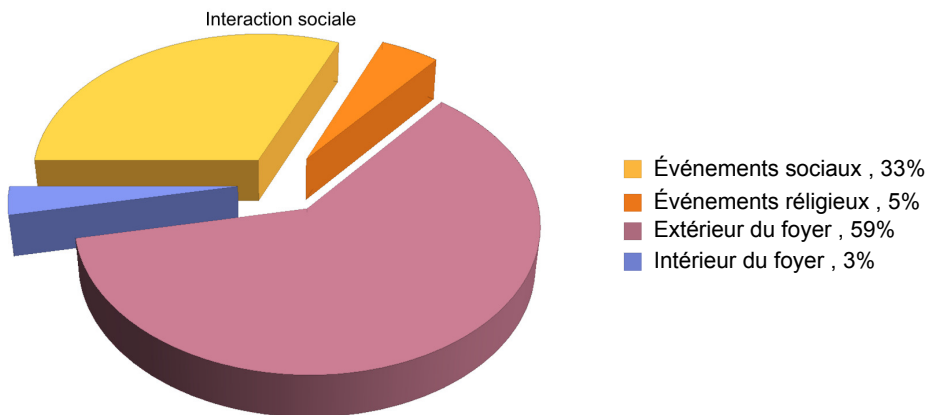
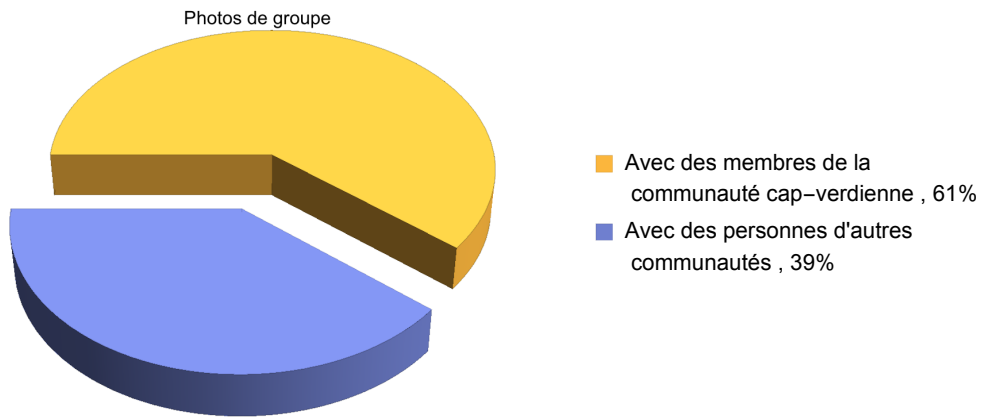
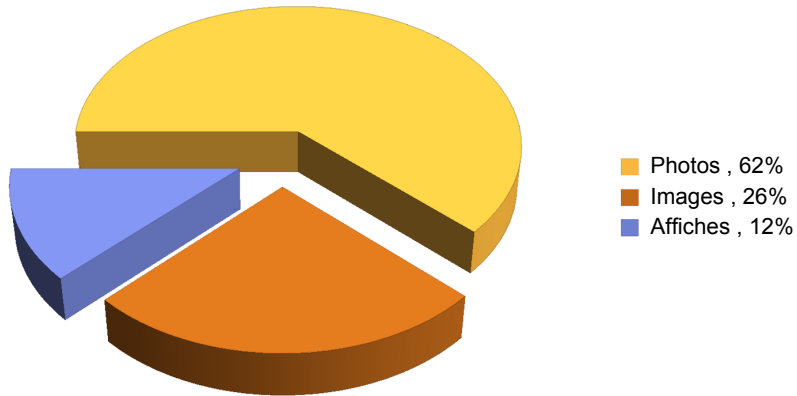
2015



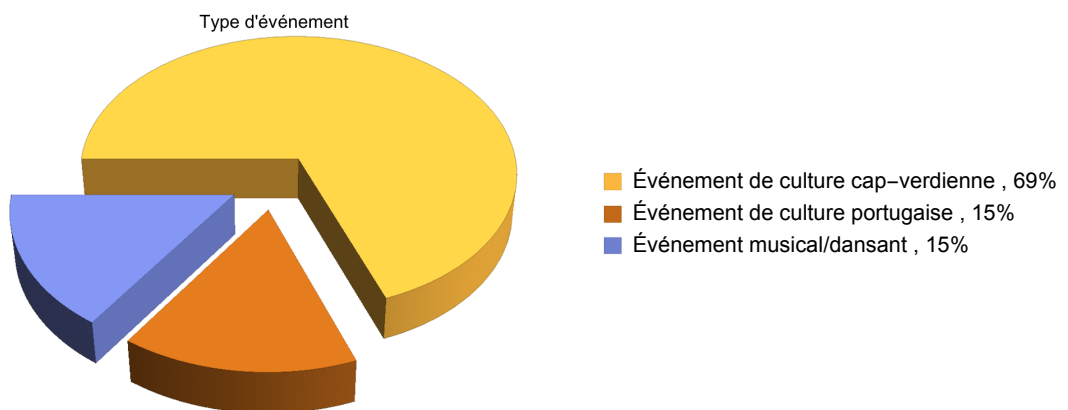
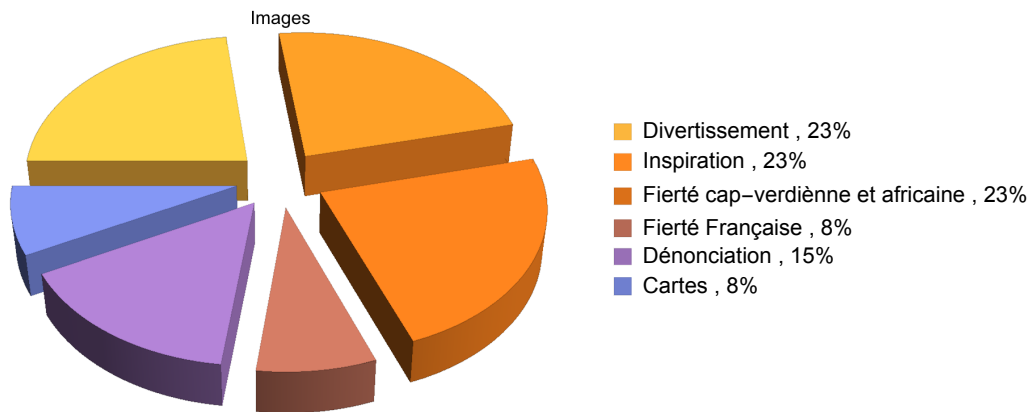
2016



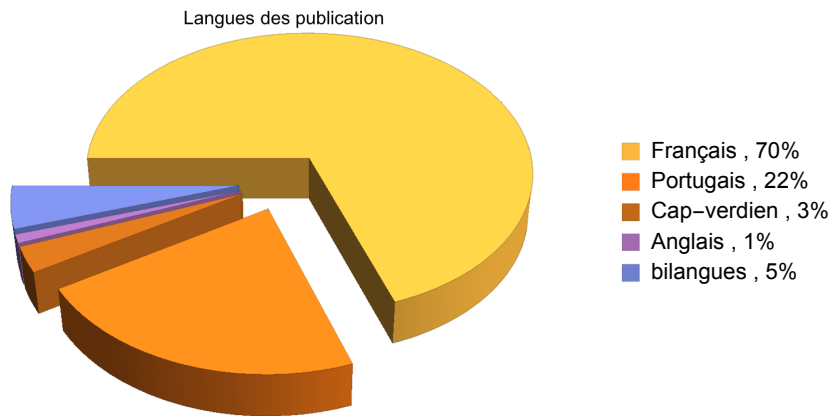
C.2. Analyse d'images



C. Observations et interview en ligne



C. Observations et interview en ligne



C.3. Billets Facebook

Type de publication	Langue	Contenu	Traduction
Caroline G.			
2012			
Billet	FR	Leny, mon pti' bébé a moi	
Billet	FR	Les meufs qui remontent leurs leggings jusqu'à ce que sa fende la foufoune en deux parties égales... STOOP!	
Billet		Moi et la viet'!	
2013			
Billet	FR	tu ressemble au pain au lait de chez Liddl	
Billet	FR	PTDRRRRRRRRR HO NOOOON C'EST QUEL GENRE DE RAP ÇA ? :(j'suis morte.	
Billet	FR	Bon repassez moi vos num's en privée svp j'ai tout perdu , j'ai plus rien a cause d'une mise a jour a la con	
2014			
Billet	FR	le froid me tue.	
Billet	FR	Ensemble jusqu'à la fin negrooooo	
Billet	FR	Vieillir est une obligation , grandir est un choix.	
2015			
Billet	FR	Soouus le soleiiiiiiil..!	
Billet	FR	Mon chocolat	
Billet	FR	C'est pas les gens qui changent, c'est les changent qui gens.	

Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

Type de publication	Langue	Contenu	Traduction
2016			
Lien	FR	Et encore joyeux anniversaire ma sauce Algérienne non non je t'ai pas oublié la vengeance est un plat qui se mange froid mdrrrr regarde comment t'es trop belle mon cœur allez muaaaaaaaah	
Billet	FR	Go Cabo Verd Merci Blakaj institut pour mes jolies ongles	
Lien	FR	Congo : comment 6 millions de morts peuvent-ils être placés sous silence médiatique ? http :// ...	
Cheila P.			
2012			
	FR	Belle pour plaire aux hommes	
	FR	Stupiide pour lees aaimer	
Billet	FR	Dieu créa la femme Belle et Stuupiide !	
2013			
Billet	PR	NaaO sabiia q poR invejaa aas pexooas podiiao dexter TAO BAIXO!! #	Je ne savais pas que pour tranquille je pouvais attirer autant des bisous
Billet	FR	# Je savaiis paas k paR jalousiie on pouuvaiit descendre AUSSI BAS!! #	
Billet	FR	Mon sourire passe pas inaperçu hahaa	
2014			
Billet	FR	Un jour la Joie, Un jour la tristesse, Mais Tous les Jours le Sourire	

Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

Type de publication	Langue	Contenu	Traduction
	PR	As vezes é num olhar, num sorriso que estão as palavras que nunca soubemos dizer	Parfois, il est un regard, un sourire sont les mots que nous ne savions q dire
Billet	FR	C'est par fois dans un regard, dans un sourire que sont les mots qu'on a jamais su dire	
2015			
Billet	CV/EN	Nha Vitoria ca txiga *free*danse*	Ma victoire n'est pas encore arrivée *danse libre*
Billet	FR	E assim comecei eu 2015 *_*	Voilà comment j'ai commencé 2015 *_*
Billet	CV	Credaaaas qem qi podi cu nos	Impossible de traduire
2016			
Billet publié sur mur	FR	VIVA PORTUGAL	Vive le Portugal
Billet publié sur mur	FR	Mdrrrrr!! L'équipe de choc la CaroOliina Sara Naomi	
Lien	FR	Monopoly revient chez MacDonald's https://...	
Marlene M.			
2012			
Billet	CV	mi sem bo e sima catchupa sem milho	Moi sans toi c'est comme le pain sans farine
Billet	FR/CV	Jee peux avoirr tou le seumm du monnde un simplee *"Tiiaa!" venant de elle me redonne le sourriree	*tante
Billet	PR	Paraabeiss nhaa primaa plein de bonne chausee pour toii cest ton jour profite a fonddd bby groos bisous	Félicitations cousine
2013			
Billet	CV	Nhaa vidàaaa#	Ma vie

Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

Type de publication	Langue	Contenu	Traduction
Billet	FR	# Nha mae flam ma boka kalado tem 25 respostaa #	Ma mère m'a dit que le silence vaud mieux que 25 réponses
Billet	PR	PTDRRRR j'en peux plus de nous ciaao	
2014			
Billet	PR	muletaa .. en mode xiriri.	Béquille... en mode xiriri
Billet	PR	So Podias Ser assim ..	Si seulement tu pouvais être comme ça...
Billet	CV	Cabeloo nao e teu e meuu!! Kkkkk my bby	Le cheveux ne sont pas les tiens, ce sont les miens, hahahaha mon bébé
2015			
Billet	PR	La mort ne previen pas, elle vous offre un billet sant retour alors profiter de vo proche aux max ..	
Billet	FR	Été revien nous vite	
Billet	CV	Mundo cruai... Nice dja ka straga	Monde cruel... Nice c'est devenue n'importe quoi
2016			
Billet	PR	Porque sem voces Nao sou nilguem as manas	Parce que sans vous je suis personne les matins
Billet	FR	Voilà voilà tout est dit ont vous tous le 5 mars à l'association Portugaise pour une Soiree Annimer par Michel Varela et Ivandro GTi accompagner du chanteur mano Première fois à Nice venner nombreux	
Billet	PR	nao preciso de muito para ser fliz	Je n'ai pas besoin de beaucoup piur être heureuse
Sara R.			
2012			

Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

Type de publication	Langue	Contenu	Traduction
Billet	FR	Il et trop bo mon ptit frere	
Billet	FR	ke suiis je sans la danse my lord ? (peu etre ke dieu a fcbook ausi)	
Billet	FR/CV	Sinceramente desde pekena veijo TOM & JERRY e nunca percebi kem é o tom e kem é o jerry! Franxement depuis petit je regarde TOM & JERRY mais j ai jamais sue ki est tom e ki est jerry!	
2013			
Billet	CV	Nhos arreti ku djodje porah respeito pra quem nao foi	Arrêtez avec Djodje, respectez la foi des autres
Billet		Vien me faire un thé non ?	
Billet	CV	Oh kem tem esse manbo snapchat mandem em privado	Ah, ceux qui ont ce ce machin de Snapchat envoyez moi un message en privée
2014			
Billet		Il y a des moments ou avoir un cœur en pierre serait pas mal	
Billet	PR	Damas ke dançam afro house em Nice ?	Des files qui dansent de l'afro house sur Nice ?
Billet	PR	Passado é passado	Le passé est le passé
2015			
Billet	FR/PR	Avant de mourrir oubligé je danse Antes de morrer obrigatoriamente tenho que dansar	
Billet	FR	Pour le dîner de mon aniv c plus a 20h mais à 19h ...	
Billet	FR	L'amour est un je ne sais pas quoi qui vient de je ne sais où et qui finit je ne sais quand	
2016			

Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

Type de publication	Langue	Contenu	Traduction
Billet	FR	Ceux qui parlent je vous comprend c'est la rage et la jalousie de n'avoir personne à vos côté normale vous faites que de sal bailles honte à vous et fuck les jalouses à bon entendeur salut	
Billet	PR	Me encho d orgulho mas nu fundo fico vazia qual é o teu segredo que me prende como magia	Cela me remplit d'orgueil mais au fond, je suis vide. Quel est ton secret qui prend comme de la magie
Billet	PR	*progresso+progresso*	Progrès + Progrès
Sonia M.			
2012			
Billet	FR	Il paraît que fumer, c'est fashion ! Je ne savais pas que mourir était à la mode...	
Lien	FR/CV	la mission des français dans la sainte terre : http :// ...	
Billet	FR	Para que dar valor as pessoas que mais importantes se elas viram falsas para ti !	Pourquoi donner de la valeur aux personnes les plus importantes dans la vie qui deviennent fausses
2013			
Billet	FR	Un bledard tue un policier. Il appelle le 17 et leur dit "ahah vous etes que 16 maintenant bande d'enfoiré xD#"	
Billet	FR	C'est dingue la façon dont les gens peuvent changer rapidement. Un jour nous sommes importants, celui d'après plus rien.	
Billet	FR	Bientôt sur fb, on aura : "Je suis enceinte" - Aime si jdois le garder. - Commente si jdois avorter. - Partage si tu crois être le père	
2014			

Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

Type de publication	Langue	Contenu	Traduction
Billet	FR	2014 La vie est trop courte pour la passer à regretter tout ce que l'on n'a pas eu le courage de tenter.	
Billet	EN	LIVE WITH PASSION	Vivre avec passion
Billet	FR	Pourquoi les mecs sifflent aux filles dans la rue ? Sérieux y a déjà une fille qui a répondu genre "Wouah tu siffles trop bien, tiens mon numéro" ? x.X	
2015			
Billet	FR/CP	Cap-vert france 3 alala tera tera	Cap-vert France 3, ah la lala, terre, terre
Lien	FR	apprendre l'anglais facilement : http :// ...	
Billet	FR	Histoire sur le bataclan : (le lien n'existe plus)	
2016			
Billet	FR	Je suis choquée j'espère que tout le monde va bien!!!	
Billet	FR	C'est dans ces moments là qu'on se rend compte qu'on peut perdre la vie à tout moments' (ça n'arrive pas qu'aux autres)	
Billet	FR	voici le résumé de la situation, (pour ceux qui se posent des questions ...) [lien ne marche plus]	

Sylvie L.

2012

Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

Type de publication	Langue	Contenu	Traduction
Billet	FR	URGENT Encore une Tentative d' enlèvement hier après midi a la boulangerie en face de inter marcher st roch!Toujours le Meme mec en smart noir immatriculé 13 avec un coussin en forme de coeur rouge a l arriere il est grand maigre chauve un grain de beauté sur le visage C est le meme qui a tenter d' enlever la petite fille il y a quelque jours a la sortie de l ecole st roch! attention à vos enfants et merci de Partager!!	
Billet	FR	Hier soirée d ' Nelson était vraiment grande, passer un bon moment avec nha amour	
Billet	FR	Regarde l'Eurovision, il y a des styles vraiment vraiment different....	
2013			
Billet	CV	Bu ta fazi tdu pa bus familias, e dispos oras k k mesteu mas ta muda d'comportamente, k ta dau fala sima antes, ta maluca.... issu e uke ???	Tu fais tout pour ta famille, et après quand ils n'ont plus besoin de toi ils changent de comportement, elle ne te parle plus comme avant, espèce de folle. . . mais c'est quoi ça ???
Billet	FR	Bravo les bleue, bien jouer franchement	
2014			
Billet	FR	Ce soir c'est dîner au restaurant en amoureux	
Billet	FR	Joyeux saint Valentin a tout les amoureux. ..	
Billet	FR	Joyeux Noël à tous j'espère que vous avez était gâté!!!! Je remercie toute ma famille ma belle famille pour avoir était présent merci pour ce beaux Noël et d'avoir gâté ma fille	
2015			

Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

Type de publication	Langue	Contenu	Traduction
Billet	FR	J'ai pas arrêtée de toute la journée et demain c'est boulot, je ne sais pas comment je vais faire...	
Billet	FR	Lisandro mon coup de coeur. Trop belle voix fière d'être Caps..	
Billet	FR	Nice Matin : plusieurs centaines des personnes ont marché en memoire du Cap-verdien poignardé samedi (le lien n'est plus disponible)	
2016			
Billet	FR	Bon 1er Mai à tous....	
Billet	FR	mon dieu quel horreur. pensez à tout les niçois rip. Que dieu nous protège.	
Billet	FR	Attentat de Nice : ils recherchent leurs proches, aidons-les! À PARTAGER! http:// ...	
Tonio F.			
2012			
Billet	FR	Pour les caps et autre. La suite du concours ki etaii prévu le 5Mai e annuler en raison de la preparation des elections car la salle sera occuper le 5 et 6Mai. Jvous diraii la date prévu pour le spectacle, la suite du concours dsl.	
Billet	FR	attention plus q'une semaine avant la 2eme etape du concours "DANSE TRADITIONNEL DU CAP VERT" donk jespere ke tout le monde est prêt pour cette eveneent en convivialité, on pourra samuser et rigoler, et biensur voir les participants nous montrer les traditions meme.	

Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

Type de publication	Langue	Contenu	Traduction
Billet	FR/PR	joyeux anniiiiiversaiiiiire a tout les cap vert et a tous les capverdien oji c lindépendace du cap vert nous célébrons notre liberter. vivaaaaaaaaaaaaaaaaa cabo verde nha teraaa maass sabii.	Vive le Cap-vert, la terre la plus belle
2013			
Billet	PR	ERRAR é HUmANU ET PERDDUAR é DIVINO Mais ka bu parle comme ça...	Chaleur chaleur, Personne peut l'éviter
Billet	FR	BOnjour, recherche une danseuse desirant danser la Kizomba et Salsa ? si interesser venir me voir en PV. Merci	
Billet	PR	mAS ka bu fala assim...	Mais pourquoi parler comme ça
2014			
Billet	FR/CV	Chaleur Chaleur Chaleur , ninguen pa tayaaa	Chaleur chaleur, quelqu'un veut prendre un verre
Billet	FR	L'APPARENCE N'EST QUE L'ABSENCE DE VERITEE	
Billet	FR	5JUILLET GRAND JOUR AU CAP VERT	
2015			
Billet	CV	Caboverdianos ka nhos skeci sima tudo anu misa nhu santo amaro sta organisadu n'a nice domingo qui vient le 25 janvier. A l'église des moulins.	Les cap-verdiens n'oubliaient pas, comme chaque année, la messe de St Amaro organisée à Nice le 25 janvier à l'église des Moulins.
Lien	FR	Putains que Dieu nous protège Faites que sa soit que des supposition Credo ave mariaaaaaaaaaaaaaaaaaa lien : Cap-Vert : L'éruption du volcan Pico de Fogo pourrait provoquer un tsunami de 300 mètres http :// ...	
Billet	FR	Merci Bcp les jurys j'ai toujours su que je suis un GRAND ROMANTIQUE	

Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

Type de publication	Langue	Contenu	Traduction
2016			
Billet	PR	Kaa nous skeci fête Nhu Santo Amaro Manhan Domino 24 janvier 2016 10 h30 n ' l'église di Moulin Saint Augustin de Hanoï du Misa et fête. Intra dcourager sourcilleux laa txeu	N'oublions pas la fête de St. Amaro demain dimanche 24 janvier 2016 à 10h30 à l'église de Moulins à Saint Augustin de Hanoï
Billet	FR	Au moins 84 morts dont 10 enfants et adolescents dans l'attentat du 14 juillet à Nice, 202 blessés, l'auteur formellement identifié http :// ...	
Billet	FR	BONNE FÊTE D'INDÉPENDANCE A TOUS LES CAPVERDIEN.	

C.4. Interview en ligne - septembre 2016

1. Avec quelle fréquence vous connectez-vous ?

Tous les jours / presque tous les jours

2. Les personnes avec lesquelles vous communiquez sont majoritairement de culture cap-verdienne ou française ?

Elles sont majoritairement cap-verdienne / les deux

3. Quelle est la langue que vous utilisez le plus pour communiquer sur Facebook ?

Le français

4. Quel type d'information vous aimez partager le plus ?

Des photos / des photos et des vidéos

5. Quel type d'information vous intéressez-vous à lire ?

Information sur la tradition cap-verdienne / les news / les publications des amis

6. Quels sont les sites web ou les médias que vous consultez le plus ?

Deixam sabi cabo verde

7. Consultez-vous des sites cap-verdiens pour être informé sur le pays ou pour aider votre famille à être informée ?

Pour être informé sur le pays

a) Connaissez-vous des sites en France qui publient des informations en créole cap-verdien ou en portugais sur le Cap-vert ? Si oui, pouvez-vous donner des exemples ?

Non

C. Observations et interview en ligne

8. Lisez-vous des informations ou du contenu en français ?

Oui

a) Pouvez-vous dire que votre activité sur Facebook (avoir des amis français, partager des informations en français ou commenter du contenu en français) vous aide à comprendre la culture française ?

Oui

9. Dans quelle langue préfèrent lire les adultes qui habitent chez-vous ?

En portugais

10. Pouvez-vous dire que le fait de communiquer et d'être informé par les réseaux sociaux vous aident (à vous et à votre famille) à comprendre la culture française, et à mieux vous intégrer dans cette société ? Pouvez-vous développer votre réponse ?

Oui car c'est un peu comme un journal Facebook avec des information sur tout ce qui se passe en France et dans le monde entier.

Ils apprennent à lire et à écrire en français quand ils envoient des messages à leurs collègues de travail qui sont Français. Et quand ils partagent des information culturel sur la France et sur le cap vert aussi. C'est un partage sans fin.

C.5. Nuages des mots effectués à partir des mots les fréquents dans les billets Facebook, traduit en français



FIGURE C.1. – Nuage de mots : billets FB en français

C. Observations et interview en ligne



FIGURE C.2. – Nuage de mots : billets FB en portugais



FIGURE C.3. – Nuage de mots : billets FB en créole cap-verdien

C. Observations et interview en ligne



FIGURE C.4. – Nuage de mots : billets FB bilingues

C. Observations et interview en ligne



FIGURE C.5. – Nuage de mots : billets FB en plusieurs langues

C.6. Analyse des publications en français sur Facebook

Outil d'analyse : Nvivo

Mot	Longueur	Nombre	Pourcentage pondéré
les	3	19	1,69 %
que	3	15	1,34%
pour	4	12	1,07%
pas	3	11	0,98%
qui	3	10	0,89%
c'est	5	9	0,80%
est	3	9	0,80%
mon	3	9	0,80%
tout	4	9	0,80%
des	3	8	0,71%
plus	4	8	0,71%
nous	4	7	0,62%
vous	4	7	0,62%
dans	4	6	0,53%
tous	4	6	0,53%
belle	5	5	0,45%
cap	3	5	0,45%
dieu	4	5	0,45%
jour	4	5	0,45%
trop	4	5	0,45%
une	3	5	0,45%
bon	3	4	0,36%
était	5	4	0,36%

Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

Mot	Longueur	Nombre	Pourcentage pondéré
j'ai	4	4	0,36%
joyeux	6	4	0,36%
merci	5	4	0,36%
nice	4	4	0,36%
par	3	4	0,36%
sais	4	4	0,36%
vert	4	4	0,36%
aux	3	3	0,27%
bien	4	3	0,27%
coeur	5	3	0,27%
comment	7	3	0,27%
concours	8	3	0,27%
gens	4	3	0,27%
grand	5	3	0,27%
lien	4	3	0,27%
meme	4	3	0,27%
moi	3	3	0,27%
moments	7	3	0,27%
non	3	3	0,27%
qu'on	5	3	0,27%
sourire	7	3	0,27%
suis	4	3	0,27%
sur	3	3	0,27%
vos	3	3	0,27%
vraiment	8	3	0,27%
fille	4	3	0,27%
amoureux	8	2	0,18%
attention	9	2	0,18%

Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

Mot	Longueur	Nombre	Pourcentage pondéré
avec	4	2	0,18%
avoir	5	2	0,18%
cabo	4	2	0,18%
caps	4	2	0,18%
capverdien	10	2	0,18%
ceux	4	2	0,18%
changent	8	2	0,18%
chez	4	2	0,18%
danse	5	2	0,18%
dit	3	2	0,18%
dont	4	2	0,18%
elle	4	2	0,18%
encore	6	2	0,18%
enfants	7	2	0,18%
être	4	2	0,18%
faire	5	2	0,18%
faites	6	2	0,18%
famille	7	2	0,18%
fois	4	2	0,18%
français	8	2	0,18%
froid	5	2	0,18%
gâté	4	2	0,18%
genre	5	2	0,18%
hier	4	2	0,18%
ils	3	2	0,18%
j'espère	8	2	0,18%
jdois	5	2	0,18%
jours	5	2	0,18%

Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

Mot	Longueur	Nombre	Pourcentage pondéré
leurs	5	2	0,18%
mais	4	2	0,18%
monde	5	2	0,18%
morts	5	2	0,18%
nha	3	2	0,18%
noël	4	2	0,18%
ont	3	2	0,18%
partager	8	2	0,18%
passer	6	2	0,18%
peuvent	7	2	0,18%
peux	4	2	0,18%
prevu	5	2	0,18%
quel	4	2	0,18%
regarde	7	2	0,18%
rien	4	2	0,18%
roch	4	2	0,18%
tenter	6	2	0,18%
toujours	8	2	0,18%
toute	5	2	0,18%
tue	3	2	0,18%
vie	3	2	0,18%
voilà	5	2	0,18%
voir	4	2	0,18%
19h	3	1	0,09%
1er	3	1	0,09%
2014	4	1	0,09%
202	3	1	0,09%
20h	3	1	0,09%

Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

Mot	Longueur	Nombre	Pourcentage pondéré
2eme	4	1	0,09%
5juillet	8	1	0,09%
5mai	4	1	0,09%
6mai	4	1	0,09%
accompagner	11	1	0,09%
adolescents	11	1	0,09%
ahah	4	1	0,09%
aidons	6	1	0,09%
aiimer	6	1	0,09%
aime	4	1	0,09%
algérienne	10	1	0,09%
allez	5	1	0,09%
alors	5	1	0,09%
amour	5	1	0,09%
aniv	4	1	0,09%
anniiiiiversaiiire	18	1	0,09%
annimer	7	1	0,09%
anniversaire	12	1	0,09%
annuler	7	1	0,09%
appel	5	1	0,09%
apprendre	9	1	0,09%
après	5	1	0,09%
arrêtée	7	1	0,09%
arrière	7	1	0,09%
attentat	8	1	0,09%
aura	4	1	0,09%
ausi	4	1	0,09%
aussi	5	1	0,09%

Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

Mot	Longueur	Nombre	Pourcentage pondéré
autre	5	1	0,09%
autres	6	1	0,09%
avant	5	1	0,09%
ave	3	1	0,09%
avez	4	1	0,09%
avoirrr	7	1	0,09%
avorter	7	1	0,09%
bailles	7	1	0,09%
bande	5	1	0,09%
bas	3	1	0,09%
bataclan	8	1	0,09%
bcp	3	1	0,09%
beauté	6	1	0,09%
beaux	5	1	0,09%
bébé	4	1	0,09%
biensur	7	1	0,09%
bientôt	7	1	0,09%
billet	6	1	0,09%
blakaj	6	1	0,09%
bledard	7	1	0,09%
blessés	7	1	0,09%
bleue	5	1	0,09%
bonjour	7	1	0,09%
bonne	5	1	0,09%
boulangerie	11	1	0,09%
boulot	6	1	0,09%
bravo	5	1	0,09%
car	3	1	0,09%

Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

Mot	Longueur	Nombre	Pourcentage pondéré
carooliina	10	1	0,09%
cause	5	1	0,09%
celui	5	1	0,09%
centaines	9	1	0,09%
ces	3	1	0,09%
cette	5	1	0,09%
célébrons	9	1	0,09%
changer	7	1	0,09%
chanteur	8	1	0,09%
chauve	6	1	0,09%
choc	4	1	0,09%
chocolat	8	1	0,09%
choix	5	1	0,09%
choquée	7	1	0,09%
ciaao	5	1	0,09%
commente	8	1	0,09%
comprend	8	1	0,09%
compte	6	1	0,09%
con	3	1	0,09%
congo	5	1	0,09%
convivialité	12	1	0,09%
coup	4	1	0,09%
courage	7	1	0,09%
courte	6	1	0,09%
coussin	7	1	0,09%
côté	4	1	0,09%
credo	5	1	0,09%
créa	4	1	0,09%

Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

Mot	Longueur	Nombre	Pourcentage pondéré
crois	5	1	0,09%
cœur	4	1	0,09%
c'est	5	1	0,09%
d'avoir	7	1	0,09%
d'enfoiré	9	1	0,09%
d'être	6	1	0,09%
d'indépendance	14	1	0,09%
d'une	5	1	0,09%
danser	6	1	0,09%
danseuse	8	1	0,09%
date	4	1	0,09%
demain	6	1	0,09%
descendre	9	1	0,09%
desirant	8	1	0,09%
deux	4	1	0,09%
déjà	4	1	0,09%
different	9	1	0,09%
dinêr	5	1	0,09%
dingue	6	1	0,09%
diraii	6	1	0,09%
dire	4	1	0,09%
disponible	10	1	0,09%
dîner	5	1	0,09%
donk	4	1	0,09%
dsl	3	1	0,09%
d'après	7	1	0,09%
ecole	5	1	0,09%
elections	9	1	0,09%

Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

Mot	Longueur	Nombre	Pourcentage pondéré
enceinte	8	1	0,09%
enlever	7	1	0,09%
enlèvement	10	1	0,09%
ensemble	8	1	0,09%
entendeur	9	1	0,09%
etaii	5	1	0,09%
etape	5	1	0,09%
etes	4	1	0,09%
etre	4	1	0,09%
eveneent	8	1	0,09%
égales	6	1	0,09%
été	3	1	0,09%
face	4	1	0,09%
facebook	8	1	0,09%
facilement	10	1	0,09%
façon	5	1	0,09%
fashion	7	1	0,09%
fcbook	6	1	0,09%
femme	5	1	0,09%
fende	5	1	0,09%
fête	4	1	0,09%
forme	5	1	0,09%
formellement	12	1	0,09%
foufoune	8	1	0,09%
frere	5	1	0,09%
fuck	4	1	0,09%
fumer	5	1	0,09%
garder	6	1	0,09%

Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

Mot	Longueur	Nombre	Pourcentage pondéré
grain	5	1	0,09%
grande	6	1	0,09%
grandir	7	1	0,09%
gti	3	1	0,09%
hahaa	5	1	0,09%
histoire	8	1	0,09%
hommes	6	1	0,09%
honte	5	1	0,09%
horreur	7	1	0,09%
identifié	8	1	0,09%
immatriculé	11	1	0,09%
important	9	1	0,09%
inaperçu	8	1	0,09%
ins	3	1	0,09%
inter	5	1	0,09%
intéresser	10	1	0,09%
issu	4	1	0,09%
ivandro	7	1	0,09%
j'en	4	1	0,09%
j'suis	6	1	0,09%
jalouses	8	1	0,09%
jalousie	8	1	0,09%
jalousiie	9	1	0,09%
jamais	6	1	0,09%
jee	3	1	0,09%
jespere	7	1	0,09%
joie	4	1	0,09%
jolies	6	1	0,09%

Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

Mot	Longueur	Nombre	Pourcentage pondéré
jouer	5	1	0,09%
journée	7	1	0,09%
juillet	7	1	0,09%
jurys	5	1	0,09%
jusqu'à	7	1	0,09%
jusqu'à	7	1	0,09%
jvous	5	1	0,09%
kizomba	7	1	0,09%
l'absence	9	1	0,09%
l'amour	7	1	0,09%
l'anglais	9	1	0,09%
l'apparence	11	1	0,09%
l'associa	9	1	0,09%
l'attentat	10	1	0,09%
l'auteur	8	1	0,09%
l'eurovision	12	1	0,09%
l'équipe	8	1	0,09%
l'on	4	1	0,09%
lait	4	1	0,09%
lees	4	1	0,09%
leggings	8	1	0,09%
leny	4	1	0,09%
leur	4	1	0,09%
liberter	8	1	0,09%
liddl	5	1	0,09%
lindépendace	12	1	0,09%
lisandro	8	1	0,09%
lord	4	1	0,09%

Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

Mot	Longueur	Nombre	Pourcentage pondéré
maass	5	1	0,09%
macdonald	9	1	0,09%
mai	3	1	0,09%
maigre	6	1	0,09%
maintenant	10	1	0,09%
mal	3	1	0,09%
mange	5	1	0,09%
mano	4	1	0,09%
marche	6	1	0,09%
marcher	7	1	0,09%
marché	6	1	0,09%
mariaaaaaaaaaaaaaa	18	1	0,09%
mars	4	1	0,09%
matin	5	1	0,09%
max	3	1	0,09%
mdrrrr	6	1	0,09%
mdrrrrr	7	1	0,09%
mec	3	1	0,09%
mecs	4	1	0,09%
memoire	7	1	0,09%
mes	3	1	0,09%
meufs	5	1	0,09%
médiatique	10	1	0,09%
michel	6	1	0,09%
midi	4	1	0,09%
millions	8	1	0,09%
mise	4	1	0,09%
mission	7	1	0,09%

Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

Mot	Longueur	Nombre	Pourcentage pondéré
mode	4	1	0,09%
moins	5	1	0,09%
moment	6	1	0,09%
monnde	6	1	0,09%
monopoly	8	1	0,09%
montrer	7	1	0,09%
mort	4	1	0,09%
morte	5	1	0,09%
mots	4	1	0,09%
mourir	6	1	0,09%
muaaaaaaah	10	1	0,09%
n'a	3	1	0,09%
n'arrive	8	1	0,09%
n'avoir	7	1	0,09%
n'est	5	1	0,09%
naomi	5	1	0,09%
negrooooo	10	1	0,09%
nelson	6	1	0,09%
niçois	6	1	0,09%
noir	4	1	0,09%
nombreux	8	1	0,09%
nooon	6	1	0,09%
normale	7	1	0,09%
notre	5	1	0,09%
numéro	6	1	0,09%
nums	4	1	0,09%
n'est	5	1	0,09%
n'existe	8	1	0,09%

Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

Mot	Longueur	Nombre	Pourcentage pondéré
oblige	6	1	0,09%
occuper	7	1	0,09%
oji	3	1	0,09%
ongles	6	1	0,09%
ons	3	1	0,09%
oublié	6	1	0,09%
offre	4	1	0,09%
paas	4	1	0,09%
pain	4	1	0,09%
paraît	6	1	0,09%
parlent	7	1	0,09%
partage	7	1	0,09%
participants	12	1	0,09%
passé	5	1	0,09%
pensez	6	1	0,09%
perdre	6	1	0,09%
perdus	6	1	0,09%
personne	8	1	0,09%
personnes	9	1	0,09%
petite	6	1	0,09%
peu	3	1	0,09%
peut	4	1	0,09%
père	4	1	0,09%
pierre	6	1	0,09%
placés	6	1	0,09%
plaire	6	1	0,09%
plat	4	1	0,09%
plusieurs	9	1	0,09%

Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

Mot	Longueur	Nombre	Pourcentage pondéré
poignardé	9	1	0,09%
policier	8	1	0,09%
portugaise	10	1	0,09%
posent	6	1	0,09%
poura	5	1	0,09%
pourquoi	8	1	0,09%
pouvait	9	1	0,09%
première	8	1	0,09%
preparation	11	1	0,09%
previen	7	1	0,09%
présent	7	1	0,09%
prêt	4	1	0,09%
privée	6	1	0,09%
proche	6	1	0,09%
proches	7	1	0,09%
protège	7	1	0,09%
protége	7	1	0,09%
profiter	7	1	0,09%
ptdr	7	1	0,09%
ptdr	11	1	0,09%
ptit	4	1	0,09%
publications	12	1	0,09%
putains	7	1	0,09%
q'une	5	1	0,09%
qu'aux	6	1	0,09%
quand	5	1	0,09%
quelque	7	1	0,09%
ques	4	1	0,09%

Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

Mot	Longueur	Nombre	Pourcentage pondéré
quoi	4	1	0,09%
rage	4	1	0,09%
raison	6	1	0,09%
rap	3	1	0,09%
rapidement	10	1	0,09%
recherche	9	1	0,09%
recherchent	11	1	0,09%
redonne	7	1	0,09%
regard	6	1	0,09%
regretter	9	1	0,09%
remercie	8	1	0,09%
remontent	9	1	0,09%
rend	4	1	0,09%
repassez	8	1	0,09%
ressemble	9	1	0,09%
restaurant	10	1	0,09%
retour	6	1	0,09%
revien	6	1	0,09%
revient	7	1	0,09%
répondu	7	1	0,09%
résumé	6	1	0,09%
rigoler	7	1	0,09%
rip	3	1	0,09%
romantique	10	1	0,09%
rouge	5	1	0,09%
rue	3	1	0,09%
sabii	5	1	0,09%
saint	5	1	0,09%

Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

Mot	Longueur	Nombre	Pourcentage pondéré
sainte	6	1	0,09%
sal	3	1	0,09%
salle	5	1	0,09%
salsa	5	1	0,09%
samedi	6	1	0,09%
samuser	7	1	0,09%
sans	4	1	0,09%
sant	4	1	0,09%
sara	4	1	0,09%
sauce	5	1	0,09%
savaiis	7	1	0,09%
savais	6	1	0,09%
semaine	7	1	0,09%
sera	4	1	0,09%
serait	6	1	0,09%
seumm	5	1	0,09%
sérieux	7	1	0,09%
siffent	7	1	0,09%
siffles	6	1	0,09%
silence	7	1	0,09%
simplee	7	1	0,09%
situa	5	1	0,09%
smart	5	1	0,09%
soir	4	1	0,09%
soiree	6	1	0,09%
soirée	6	1	0,09%
soit	4	1	0,09%
soleiiiiiiil	12	1	0,09%

Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

Mot	Longueur	Nombre	Pourcentage pondéré
sommes	6	1	0,09%
sont	4	1	0,09%
soouus	6	1	0,09%
sortie	6	1	0,09%
sourriree	9	1	0,09%
sous	4	1	0,09%
spectacle	9	1	0,09%
stoop	5	1	0,09%
stupiide	8	1	0,09%
stuupiide	9	1	0,09%
styles	6	1	0,09%
suiis	5	1	0,09%
suiite	6	1	0,09%
suite	5	1	0,09%
supposition	11	1	0,09%
svp	3	1	0,09%
t'ai	4	1	0,09%
t'es	4	1	0,09%
tentative	9	1	0,09%
teraaa	6	1	0,09%
terre	5	1	0,09%
texte	5	1	0,09%
thé	3	1	0,09%
tiens	5	1	0,09%
tiaaa	5	1	0,09%
tou	3	1	0,09%
traditionnel	12	1	0,09%
traditions	10	1	0,09%

Suite à la page suivante

C. Observations et interview en ligne

Suite de la page précédente

Mot	Longueur	Nombre	Pourcentage pondéré
tristesse	9	1	0,09%
tut	3	1	0,09%
urgent	6	1	0,09%
vais	4	1	0,09%
valentin	8	1	0,09%
varela	6	1	0,09%
venant	6	1	0,09%
vengeance	9	1	0,09%
venir	5	1	0,09%
venner	6	1	0,09%
verd	4	1	0,09%
verde	5	1	0,09%
verdien	7	1	0,09%
vieillir	8	1	0,09%
vien	4	1	0,09%
vient	5	1	0,09%
viet'	5	1	0,09%
visage	6	1	0,09%
vite	4	1	0,09%
vivaaaaaaaaaaaaa	16	1	0,09%
voici	5	1	0,09%
voix	4	1	0,09%
wouah	5	1	0,09%
fière	4	1	0,09%
filles	5	1	0,09%
finit	4	1	0,09%

C. Observations et interview en ligne

Références

Bibliographie

- AGEL, L. *De la nationalité d'origine - Thèse de droit*. Giard et Jouve, 1889.
- AGUITON, C. et CARDON, D. « L'équipement technologique des débats altermondialiste ». In : sous la dir. de PROULX, S. et POISSANT, M. Québec : Communautés virtuelles : penser et agir en réseau, nov. 2006, p. 335–349.
- ALANIZ, K. et WILSON, D. *Naturalizing Digital Immigrants: The Power of Collegial Coaching for Technology Integration*. Rowman & Littlefield Publishers, 2015.
- ALBA, R. et NEE, V. *Remaking The American Mainstream: Assimilation And Contemporary Immigration*. Harvard University Press, 2005.
- ALBERTINI, F. « Penser autrement la Méditerranée contemporaine : quelles voies pour le dialogue interculturel ? » In : *Revue française des sciences de l'information et de la communication [En ligne]* 2 (2013).
- ALLAN, G. A. *A Sociology of Friendship and Kinship*. London : Allen & Unwin, 1979.
- ALLARD, L. « Express yourself 2.0 ! » In : *Penser les médiacultures: Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*. Sous la dir. de MAIGRET, E. et MACÉ, E. Armand Colin, 2005, p. 145–172.
- ALLPORT, G.W. *The Nature of Prejudice*. Basic Books. Addison-Wesley Publishing Company, 1979.

Bibliographie

- ALTHABE, G., FABRE, D. et LENCLUD, G. *Vers une ethnologie du présent*. Collection Ethnologie de la France. Cahier. Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 1992.
- AMORANITIS, S., GATUGU, J. et MANÇO, A. *La vie associative des migrantes : quelles (re)connaissances ? : Réponses européennes et canadiennes*. Compétences interculturelles. Editions L'Harmattan, 2004.
- APPADURAI, A. « Fear of Small Numbers ». In : *Writing Religion: The Case for the Critical Study of Religion*. Sous la dir. de RAMEY, Steven W. University of Alabama Press, 2015.
- APPADURAI, A. et BRECKENRIDGE, C. « Why public culture ». In : *Public Culture* 1.1 (1988), p. 5–9.
- ARNAUD, M. « L'identité numérique jetable ». In : *Identités numériques*. Sous la dir. de COUTANT, A. et STENGER, Th. Communication et civilisation. L'Harmattan, 2013, p. 13–23.
- ARROW, K. « The theory of discrimination ». In : *Discrimination in labor markets*. Sous la dir. d'ASHENFELTER, O. et REES, A. Princeton : Princeton University Press, 1973, p. 3–33.
- ASSENS, C. et LACOSTE, P. *Réseaux sociaux, tous ego ? : Libre ou otage du regard des autres*. Hors collection. De Boeck supérieur, 2016.
- AURAY, N. « Les communautés en ligne et les nouvelles formes de solidarité ». In : *L'évolution des cultures numériques: De la mutation du lien social à l'organisation du travail*. Sous la dir. de LICOPPE, C. Collection Innovation. Fyp éd., 2009.
- BALL, S. J. « Following policy: networks, network ethnography and education policy mobilities ». In : *Journal of Education Policy* (2016).
- BALL, S.J. *Global Education Inc.: New Policy Networks and the Neoliberal Imaginary*. Taylor & Francis, 2013.

Bibliographie

- BANCAL, J. *L'économie des sociologues*. Presse universitaire de France, 1974.
- BARBROOK, R. « L'économie du don high tech ». In : *Libres enfants du savoir numérique*. Sous la dir. de BLONDEAU, O. et LATRIVE, F. Editions de l'Éclat, 2000, p. 143–157.
- BARRAUD, B. « De l'imprimé au numérique – Le régime juridique des médias écrits à l'épreuve de leur dématérialisation ». In : *Revue Lamy Droit de l'immatériel* 85 (2012), p. 105 s.
- BARRÈS, M. *Contre les étrangers. Etude pour la protection des ouvriers français*. Grande Imprimerie parisienne, 1893.
- BARWICK, H. « Are Immigrants Really Lacking Social Networking Skills? The Crucial Role of Reciprocity in Building Ethnically Diverse Networks ». In : *Sociology* 19 (2015).
- BATTEGAY, A. et BOUBECKER, A. *Les images publiques de l'immigration: média, actualité, immigration dans la France des années 80*. Migrations et changements. Editions L'Harmattan, 1993, p. 8–9.
- BAUDRILLARD, J. *La société de consommation : ses mythes, ses structures*. Collection Folio essais. S.G.P.P., 1990.
- BÉNICHOU, M. *Le multiculturalisme*. Thèmes & débats. Bréal, 2006.
- BERNARD, Y. « La Netnographie : Une nouvelle méthode d'enquête qualitative basée sur les communautés virtuelles de consommation ». In : *Décisions Marketing* 36 (2004).
- BÉRU, L. « Les Sciences de l'Information et de la Communication à la rencontre des Cultural Studies ». In : sous la dir. d'ALBERTINI, F. et PELISSIER, N. *Communication et Civilisation*. L'Harmattan, 2010. Chap. Différences d'approches entre traditions française et nord-américaine dans les recherches en ethnic/race studies, p. 131–154.

Bibliographie

- BLION, R. *MediaDiv 2007: le répertoire des media des diversités*. Harmattan, 2007.
- BLION, R. et al. In : *Médias et diversité: de la visibilité aux contenus : état des lieux en France, au Royaume-Uni, en Allemagne & aux Etats-Unis*. Sous la dir. de FRACHON, C. et SASSOON, V. Karthala Éditions, 2008.
- « From visibility to content in France ». In : *Media and Cultural Diversity in Europe and North America*. Sous la dir. de FRACHON, C. et SASSOON, V. Karthala Éditions, 2009.
- BLONDEAU, O. et ALLARD, L. *Devenir média : l'activisme sur Internet, entre défection et expérimentation*. Editions Amsterdam, 2007.
- BOELLSTORFF, T. et al. *Ethnography and Virtual Worlds: A Handbook of Method*. Princeton University Press, 2012.
- BOREL, S. « Les liaisons numériques. Dangereuses ou vertueuses? » In : *Revue du MAUSS* 2.38 (2011).
- BORREL, C. *INSEE Première*. 1098. Août 2006.
- BOURDIEU, P. *La distinction, critique sociale du jugement*. Minuit, 1979.
- « Le capital social ». In : *Actes de la recherche en sciences sociales* 31.1980 (1980), p. 2–3.
- BOURQUE, G. et DUCHASTEL, J. « Multiculturalisme, Pluralisme et Communauté Politique : le Canada et le Québec ». In : *Mondialisation, Citoyenneté et Multiculturalisme*. Sous la dir. d'ELBAZ, M. et HELLY, D. Presses de l'Université Laval L'Harmattan, 2000.
- BOYD, D. *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press, 2014.
- « Making Sense of Teen Life: Strategies for Capturing Ethnographic Data in a Networked Era ». In : *Digital Research Confidential: The Secrets of Studying Behavior Online*. Sous la dir. d'HARGITTAI E. & Sandvig, C. MIT Press, 2015, p. 79–102.

Bibliographie

- BOYD, S. et ELLISSON, N. « Sociality Through Social Network Sites ». In : *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Sous la dir. de DUTTON, W.H. OUP Oxford, 2013, p. 1901–1920.
- BOYER, J.D. *Comprendre Adam Smith*. Lire et comprendre. Armand Colin, 2011.
- BRAY, C., LEBON, A. et COSTA-LASCOUX, J. *Observatoire statistique de l'immigration et de l'intégration - Groupe permanent chargé des statistiques : rapport 2002-2003*. Haut conseil à l'intégration, 2004.
- BRETON, Ph. *Le culte d'internet, une menace pour le lien social ?* Sur le vif. Paris : La Découverte, 2000.
- CAMAUËR, L. « Ethnic minorities and their media in Sweden ». In : *Nordicom* 2.24 (2003), p. 69–88.
- CANTONI, L et TARDINI, S. « Editorial: Generation Y, digital learners, and other dangerous things ». In : *Qwerty* 5.2 (2010), p. 5–10.
- CARDON, D. *La démocratie Internet: promesses et limites*. La République des idées. Seuil, 2010.
- « Le design de la visibilité : un essai de typologie du web 2.0 ». In : (2008).
- CASILLI, A. *Les liaisons numériques*. La couleur des idées. Paris : Editions du Seuil, 2010.
- CASTEL, R. *La discrimination négative: citoyens ou indigènes*. Seuil, 2007.
- CASTELLS, M. *La société en réseaux, nouvelle édition*. Fayard, 1998.
- CENSER, J. *The French Press in the Age of Enlightenment*. Taylor & Francis, 2002. ISBN : 9780203423387.
- CHAREST, F. et BÉDARD, F. *Les racines communicationnelles du Web*. Presse de l'Université du Québec, 2009.
- CHARON, J-M. « Les médias à l'ère numérique ». In : *Les Cahiers du journalisme* 22/23 (2011), p. 14–26.

Bibliographie

- CHAU, P. et al. « Cultural differences in the online behavior of consumers ». In : *Communications of the ACM* 45.10 (2002), p. 138–143.
- CHAUDRON, M. *L'exception culturelle, une passion française ? : Éléments pour une histoire culturelle comparée*. Logiques sociales. Editions L'Harmattan, 2011.
- CHEVAL, J.-J. « Médias audiovisuels français et langues régionales minorisées ». In : *Langues d'Acquitaine : dynamiques institutionnelles et patrimoine linguistique*. Sous la dir. de VIAUT, A. Éditions de la Maison des sciences de l'homme d'Acquitaine, 1996.
- CHEVAL, J.-J. et SEVILLA ZEBALLOS, Sh. V. « Diversité culturelle, interculturalité et radios associatives en France, l'exemple bordelais ». In : *Revista Eptic, revista eletrônica internacional de economia política da informação da comunicação e de cultura* 11.3 (2009).
- CHEVRON, S. « De l'Anaem à l'Office français de l'immigration et de l'intégration ». In : *Accueillir* 248 (2009), p. 1–3.
- *La réforme des structures en charge de l'immigration: De l'ANAEM à l'OFII*. Logiques Juridiques. Editions L'Harmattan, 2009.
- COHEN, R. *Global Diasporas*. Routledge, 2008.
- COLEMAN, J. « Social Capital in the Creation of Human Capital ». In : *American Journal of Sociology* 94 (1988), p. 95–112.
- COLEMAN, J. S. *Foundations of social theory*. Cambridge : Harvard University Press, 1990.
- Colloque « *Audiovisuel : comment mieux représenter la diversité de notre société ?* » Conseil Supérieure de l'Audiovisuel, 6 octobre 2015.
- CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL. *Rapports d'activité 2000*. 2001.
- COPANS, J. *Introduction à l'ethnologie et à l'anthropologie: Domaines et approches*. Armand Colin, 2010.

Bibliographie

- COTTLE, S., éd. *Ethnic minorities and their media*. Philadelphia : Open University Press, 2000.
- COULANGEON, P. *Sociologie des pratiques culturelles*. Repères. La Découverte, 2010.
- COUTANT, A. « Des techniques de soi ambivalentes ». In : *Hermès, La Revue* 59 (2011), p. 53–58.
- « Des techniques de soi ambivalentes ». In : *Identités numériques. Expressions et traçabilité*. Sous la dir. de FOURMENTRAUX, J.-P. Les Essentiels d’Hermès. CNRS Éditions, 2015, p. 53–65.
- COUTANT, A. et STENGER, Th. « Introduction ». In : *Hermès, La Revue : Ces réseaux numériques dits sociaux* 59 (2011), p. 9–17.
- *Les activités quotidiennes des jeunes sur les réseaux socio-numériques : typologie et enjeux*. 2011. URL : <http://reelvirtuel.univ-paris1.fr/index.php?/revue-en-ligne/a-coutant---s-thomas/>.
- « Les médias sociaux : une histoire de participation ». In : *Le Temps des médias* 18 (2012), p. 76–86.
- « Processus identitaire et ordre de l’interaction sur les réseaux socio-numériques ». In : *Les Enjeux de l’information et de la communication* Volume 2010.1 (2010), p. 45–64.
- CROUZET, Th. *Le peuple des connecteurs*. Bourin éditeur, 2006.
- CURIEN, N. et MUET, P.-A. *La société de l’information*. La Documentation française, 2004.
- DAGNAUD, M. « Exception culturelle : une politique peut en cacher une autre ». In : *Le Débat* 134.2 (2005), p. 115–15.
- *Génération Y: Les jeunes et les réseaux sociaux, de la dérision à la subversion*. Presses de Sciences Po, 2013.

Bibliographie

- , danah m. boyd danah m. et ELLISON, Nicole B. « Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship ». In : *Journal of Computer-Mediated Communication* 13.1 (2007), p. 210–230.
- DANNEQUIN, C. « Interactions verbales et construction de l'humiliation chez les jeunes des quartiers défavorisés ». In : *MOTS* 60 (1999), p. 76–92.
- DÄNZER-KANTOF, B., LEFEBVRE, V. et TORRES, F. *Immigrer en France - De l'ONI à l'OFII, histoire d'une institution chargée de l'immigration et de l'intégration des étrangers, 1945-2010*. Le Cherche-Midi, 2011.
- DEBAENE, V. *L'adieu Au Voyage*. Editions Gallimard. 2010.
- DELAVAUD, G. *Nouveaux médias, nouveaux contenus*. Editions Apogée, 2009.
- DESAI, J. *Beyond Bollywood: The Cultural Politics of South Asian Diasporic Film*. Taylor & Francis, 2003.
- DESCHENAUX, F. et LAFLAMME, C. « Réseau social et capital social : une distinction conceptuelle nécessaire illustrée à l'aide d'une enquête sur l'insertion professionnelle de jeunes Québécois ». In : *SociologieS [Online], Theory and research* 169.3 (juin 2009).
- DÉTRIE, P. *Manager au XXIe siècle: Un défi d'ouverture, d'agilité, d'attention, de coopération*. Eyrolles, 2015.
- DEUZE, M. « Ethnic media, community media and participatory culture ». In : *Journalism* N°7.3 (août 2006), p. 262–280.
- DIJK, J. van. *The Deepening Divide: Inequality in the Information Society*. Sage, 2005.
- *The Network Society*. SAGE Publications, 2012.
- DIMINESCU, D. « Digital Methods for the Exploration, Analysis and Mapping of E-Diaspora ». In : *Social Science Information* 4.51 (2012).

Bibliographie

- DIMINESCU, D. « Éditorial ». In : *Revue européenne de migrations internationales* Vol. 30.3 (avr. 2014), p. 7–13.
- « Introduction : Les migrants connectés ». In : *Réseaux* 1.159 (2010), p. 9–13.
- « Le migrant connecté. Pour un manifeste épistémologique ». In : *Migrations Société : De l'émigration à l'immigration en Europe et ailleurs* 17.102 (2005), p. 275–292.
- DUCCINI, H. « MédiaMorphoses, revue publiée par l'INA ». In : *Le Temps des médias* 1.8 (2007), p. 229–234.
- DUPAQUIER, J. et POUSSOU, J. *Histoire de la population française, Tome 3 : de 1789 à 1914*. PUF, 1988.
- DURKHEIM, É. *De la division du travail social*. Presses Électroniques de France, 2013.
- DURPAIRE, F. *France blanche, colère noire*. Sciences Humaines. Editions Odile Jacob, 2006. ISBN : 9782738189172.
- EKMAN, P. et FRIESEN, W.V. « The repertoire of non-verbal behavior: categories, origine, usage and coding ». In : *Semiotica* 1 (1969).
- ELLISON, N., STEINFELD, C. et LAMPE, C. « Connection strategies: Social capital implications of Facebook-enabled communication practices ». In : *New Media & Society* 13.6 (2011), p. 873–892.
- ELLISON, N. et THIERRY, A. « Réseaux sociaux, numérique et capital social. Entretien réalisé par Thomas Stenger et Alexandre Coutant ». In : *Hermès, La Revue* 59 (2011), p. 21–23.
- ELLISON, N. et al. « With a little help from my Friends: How social network sites affect social capital processes ». In : *A networked self Identity, community and culture on social network sites*. Sous la dir. de PAPACHARISSI, Z. Routledge, 2011.

Bibliographie

- ERICKSEN TERZIAN, A. « La représentation des minorités à la télévision française, un état des lieux ». In : *Qui a peur de la télévision en couleurs ? : La diversité culturelle dans les médias*. Sous la dir. de RIGONI, I. Mondes contemporains. aux lieux d'être éditions, 2007.
- FACEBOOK. *Qu'est-ce que Login Review ?* URL : <https://developers.facebook.com/docs/facebook-login/review/what-is-login-review>.
- FERRÉOL, G. et JUCQUOIS, G. *Dictionnaire de l'altérité et des relations interculturelles*. Paris : Armand Colin, 2003.
- FIGUEROA SARRIERA, H. « Connecting the Selves, Computer Mediated Identification Process ». In : *Critical Cyberculture Studies*. Sous la dir. de SILVER, D. et MASSANARI, A. NYU Press, 2006.
- FOLON, J. *Le printemps numérique: Comment la révolution digitale a modifié la société, l'enseignement et les entreprises*. 2015.
- FORSÉ, M. « Rôle spécifique et croissance du capital social ». In : *Revue de l'OFCE* 76.1 (2001), p. 189–29.
- FOUCAULT, M. et DEFERT, D. *Dits et écrits: 1954-1988*. Collection Quarto. Gallimard, 1994.
- FOURMENTRAUX, J.-P. « Identités et liaisons numériques ». In : *Identités numériques. Expressions et traçabilité*. Sous la dir. de FOURMENTRAUX, J.-P. Les Essentiels d'Hermès. CNRS Éditions, 2015, p. 9–23.
- FRACHON, C. et SASSOON, V. « Introduction ». In : *Media and Cultural Diversity in Europe and North America*. Sous la dir. de FRACHON, C. et SASSOON, V. Karthala Editions, 2009.
- FRANTZ, D. « Ethnique? Vous avez dit ethnique? comme c'est... bizarre? Critique de la référence ethnique. » In : *ESO-Travaux et documents* 29 (2010), p. 55–66.

Bibliographie

- FRIEDMAN, T.L. *The World is Flat: The Globalized World in the Twenty-first Century*. Penguin, 2007.
- GABSZEWICZ, J. et SONNAC, N. *L'industrie des médias à l'ère numérique*. La Découverte, 2010.
- GARCÍA CANCLINI, N. « Cultures hybrides et stratégies communicationnelles ». In : *Hermès, La Revue* 3.28 (2000).
- GEORGES, F. « Les composantes de l'identité dans le web 2.0, un étude sémiotique et statistique ». In : *Communication au 76e congrès de l'ACFAS: Web participatif: mutation de la communication ?, 6 et 7 mai 2008, Centre des congrès, Québec*. 2008.
- GEORGIU, M. « Diaspora in the Digital Era: Minorities and media representation ». In : *Journal of Ethnopolitics and Minority Issues in Europe* 22.4 (2013).
- « Diasporic media across Europe: Multicultural societies and the universalism–particularism continuum ». In : *Journal of ethnic and migration studies* 3.31 (2005), p. 481–498.
- *Mapping minorities and their Media: The National Context – The UK*. Rapp. tech. London School of Economics, 2002.
- GÉRAUD, M.O., LESERVOISIER, O. et POTTIER, R. *Les notions clés de l'ethnologie: Analyses et textes*. Collection Cursus. Série Sociologie. Armand Colin, 2007.
- GHOSN, C. « Minorités ethniques et télévision : quel constat en France et à l'étranger ? Comparaison sélective ». In : *Les Enjeux de l'information et de la communication* 14 (2013).
- GIGLIETTO, F., ROSSI, L. et BENNATO, D. « The Open Laboratory: Limits and Possibilities of Using Facebook, Twitter, and YouTube as a Research Data Source ». In : *Journal of Technology in Human Services* 30.3-4 (2012), p. 145–159.

Bibliographie

- GOFFMAN, E. *La mise en scène de la vie quotidienne: La présentation de soi*. Le Sens Commun v. 1. Les Éditions de Minuit, 1973.
- *Stigmaté: les usages sociaux des handicaps*. Sens commun. Les Éditions de Minuit, 1975.
- GOSSELIN, G. et LAVAUD, J.P. *Éthnicité et mobilisations sociales*. Logiques sociales. Editions L'Harmattan, 2001.
- GRANJON, F. « Amitiés 2.0. Le lien social sur les sites de réseaux sociaux ». In : *Hermès, La Revue* 59 (2011), p. 99–104.
- GRANOVETTER, M. *Le marché autrement, essais de Mark Granovetter*. Sociologie économique. Desclée de Brouwer, 2000.
- « The Strength of Weak Ties ». In : *American Journal of Sociology* 78.6 (1973), p. 1360–1380.
- « The strength of weak ties: A network theory revisited ». In : *Sociological theory* 1.1 (1983), p. 201–233.
- GUYOT, J. « L'expression médiatique des minorités linguistiques ». In : *Qui a peur de la télévision en couleurs ? : La diversité culturelle dans les médias*. Sous la dir. de RIGONI, I. Mondes contemporains. aux lieux d'être éditions, 2007.
- HALL, E.T. *Au-delà de la culture*. Essais. Editions du Seuil, 1976, p. 7–8.
- HALL, E.T. et PETITA, A. *La dimension cachée*. Points (Paris). Ed. du Seuil, 2014.
- HALL, S. « Identités culturelles, démocratisation et mondialisation ». In : *Culture, Globalisation and the World System*. Sous la dir. de KING, A. Macmillan, 1991.
- *Identités et cultures 2 : politiques des différences*. Editions Amsterdam, 2013.
- *Identités et cultures, politiques des Cultural Studies*. Editions Amsterdam, 2007.

Bibliographie

- HALL, S. « The New Ethnicities ». In : *Race, Culture and Difference* (1992).
- HALPERN, C. « Introduction ». In : *Identité(s): L'individu, le groupe, la société*. Sous la dir. d'HALPERN, C. Ouvrages de synthèse. Sciences Humaines, 2016.
- HAMPTON, K. et WELLMAN, B. « Netville Online and Offline Observing and Surveying a Wired Suburb ». In : *American Behavioral Scientist* 43.3 (1999), p. 475–492.
- HAN, J. et KAMBER, M. *Data Mining: Concepts and Techniques*. The Morgan Kaufmann series in data management systems. Elsevier, 2006.
- HANNERBERG, D. « Migration and Area: Survey of a Sample of Swedish Migration Fields and Hypothetical Considerations on their Genesis ». In : *Migration in Sweden, a Symposium* 2.13 (1957), p. 132.
- HANNOUN, H. *L'intégration des cultures*. Harmattan, 2004.
- HARGREAVES, A.G. *Multi-ethnic France: immigration, politics, culture and society*. Routledge, 2007.
- HARVEY, P. L. « Les îlots de vie communauticiels : topologie situationnelle des communautés de pratique ». In : *Communautés virtuelles : penser et agir en réseau*. Sous la dir. de PROULX, S., SÉNÉCA, M. et POISSANT, L. Collection Laboratoire de communautique appliquée. Presses de l'Université Laval, 2006, p. 231–254.
- HARVEY, P.-L. *Cyberespace and Communautique: Approbation, Groupes, Réseaux*. Presses Université Laval, 1994.
- HASSANE, S. « L'archivage de l'Internet et la formation d'une mémoire numérique mondiale : enjeux et perspectives du web migrant ». In : *E-Migrinter, dossier « Documentation sur Internet et migrations internationales »* 3 (2009), p. 69–80.

Bibliographie

- HILY, M.-A. et COSTA-LASCOUX, J. « L'ethnisation du lien social dans les banlieues françaises ». In : *Revue européenne de migrations internationales* 17.2 (2001), p. 123–138.
- HINES, Ch. « Ethnographies of Online communities and Social Media: Modes, Varieties and Affordances ». In : *The Sage Handbook of Online Research Methods*. Sous la dir. de FIELDING, N.G., LEE, R.M. et BLANK, G. Sage Publications, 2016.
- HOBBSBORN, E. *Nations et nationalisme depuis 1780*. Gallimard, 1990.
- HOFSTEDE, G.H., HOFSTEDE, J. G. et MINKOV, M. *Cultures et organisations: Comprendre nos programmations mentales*. Pearson, 2010.
- HOLMES, P et JANSON, A. « Migrants' communication practices with ICTs: tools for facilitating migration and adaptation? » In : ... *journal of technology* (2008).
- HORSTI, K. « Overview of Nordic Media Research on Immigration and Ethnic Relations ». In : *Nordicom Review* 2.29 (2008), p. 275–293.
- HOTTOIS, G. *De la Renaissance à la postmodernité: une histoire de la philosophie moderne et contemporaine*. Le point philosophique. Bruxelles : De Boeck Université, 2001.
- HOUARD, J. et JACQUEMAIN, M. *Capital social et dynamique régionale*. De Boeck Supérieur, 2005.
- HOWARD, Ph. N. « Network Ethnography and the Hypermedia Organization: New Media, New Organizations, New Methods ». In : *New Media Society* 4 (2002).
- HOWE, N. et STRAUSS, W. *Millennials rising: The next great generation*. Vintage, 2009.
- HOWLEY, K. *Community Media: People, Places, and Communication Technologies*. Cambridge University Press, 2005.
- HUNTINGTON, S. *Le choc des civilisations*. Odile Jacob, 1996.

Bibliographie

- HUSBAND, Ch. « Minority Ethnic Media As Communities Of Practice: Professionalism and Identity Politics in Interaction ». In : *Journal of ethnic and migration studies* 31.3 (2005), p. 461–479.
- Immigrés et descendants d'immigrés en France*. INSEE, 2012.
- J., Mésangeau. « Articuler graphes et représentations d'utilisateurs d'un réseau socionumérique : retours sur une méthodologie d'entretien ». In : *Sciences de la société [En ligne]* 92 (2014).
- JAUFFRET, M.-N. « La couleur du sourire. Approche communicationnelle d'une expression faciale non verbale subliminale par la synesthésie ». Thèse de doct. Université Nice Sophia Antipolis, 2015.
- JAUÉGUIBERRY, F. et PROULX, S. *Usages et enjeux des technologies de communication*. érès, 2001.
- JOSSET, R. « Inconscient collectif et noosphère. Du « monde imaginal » au « village global » ». In : *Sociétés* 111 (2011), p. 35–48.
- JOURNET, N. « Les Postcolonial Studies, retour d'empires ». In : *Identité(s): L'individu, le groupe, la société*. Sous la dir. d'HALPERN, C. Ouvrages de synthèse. Sciences Humaines, 2016.
- KANT, E. et BARNI, J. *La Critique de la faculté de juger (Critique du jugement esthétique): Une œuvre fondamentale de l'esthétique moderne (La troisième grand ouvrage critique de Kant, après la Critique de la raison pure et la Critique de la raison pratique)*. e-artnow sro, 2015.
- KAROUTCHI, R. *L'office français de l'immigration et de l'intégration: pour une politique d'intégration réaliste et ambitieuse*. Sénat, 2012.
- KARVONEN, K., CARDHOLM, L. et KARLSSON, S. « Cultures of Trust: A Cross-Cultural Study on the Formation of Trust in an Electronic Environment ». In : *In Proceedings of the 3rd Nordic Workshop on Security (NordSec 2000) (Reykjavik)*. 2000.

Bibliographie

- KAUFMANN, J.C. *L'invention de soi: Une théorie de l'identité*. Individu et Société. Armand Colin, 2004.
- KIYINDOU, A. « Réseaux sociaux et solidarité ». In : *Hermès, La Revue : Ces réseaux numériques dits sociaux* 59 (2011). Sous la dir. de COUTANT, A. et STENGER, Th., p. 117–122.
- KOEN, T. et LUIGGI, M.H. *Catépub: quand la publicité parle de nous*. v. 1. Société des Ecoles du Dimanche, 2001.
- KORZENNY, F. et VANN, L. *The multicultural world of social media marketing*. Florida State University, Center for Hispanic Marketing Communication, 2009.
- KOZINETS, R. V. « E-Tribalized marketing? The strategic Implications of Virtual Communities of Consumption ». In : *European Management Journal* 3.17 (1999), p. 252–264.
- KOZINETS, R.V. *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. SAGE Publications, 2010.
- KRIEGEL, B. « Communauté et pluralité, réinventer l'intégration en France ». In : *Les modèles d'intégration en questions: Enjeux et perspectives*. Sous la dir. de PÉLISSIER, M. et PAECHT, A. Enjeux stratégiques. Institut de relations internationales et stratégiques, 2004.
- KUISEL, R. « L'américanisation de la France (1945-1970) ». In : *Cahiers du centre de recherche historique* 5 (1990).
- LABELLE, M. et MARHRAOUI, A. « Intégration et multiculturalisme : perspectives et paradoxes ». In : *Définir l'intégration? : perspectives nationales et représentations symboliques*. Sous la dir. de RESCH, Y. Collection Documents. XYZ éditeur, 2001.
- L'accueil des immigrants et l'intégration des populations issues de l'immigration. Rapport au Président de la République suivi des réponses des administrations et des organismes intéressés*. Cour de comptes, 2004.

Bibliographie

- LAFLEUR, J.-M. *Le Transnationalisme politique: Pouvoir des Communautés immigrées dans leurs Pays d'accueil et Pays d'origine*. Louvain-la-Neuve: Academia-Bruylant, 2005.
- LAGRANGE, H. *Le déni des cultures*. Seuil, 2010.
- LAMBERT, V. et LANDAVERDE, V. « Twitter, outil de la curation sociale ». In : *Twitter : Un monde en tout petit*. Sous la dir. de GALLEZOT, G. et PÉLISSIER, N. Communication et Civilisation. Editions L'Harmattan, 2013, p. 53–72.
- LECOURT, D. et al. *Aux sources de la culture française*. La Découverte, 1997.
- LEE, E. « A Theory of Migration ». In : *Demography* (1966), p. 47–57.
- Les chiffres clés de l'audiovisuel français*. Conseil Supérieure de l'Audiovisuel, 2015.
- Les immigrés en France*. Insee, 2005.
- Les parcours d'intégration*. Le Haut conseil de l'intégration, 2001.
- LESOURD, M. *Etat et société aux îles du Cap-Vert: alternatives pour un petit Etat insulaire*. Collection Hommes et sociétés. Karthala, 1995.
- LESPINAY, Ch. de. « Les concepts d'autochtone (indigenous) et de minorité (minority) ». In : *Droit et cultures [En ligne]* 3.72 (2016).
- LEVY, P. *L'intelligence Collective*. Pour une Anthropologie du Cyberspace. Editions La Découverte, 1997.
- LÉVY, P. *Cyberculture: Rapport au Conseil de l'Europe*. Sciences Humaines. Editions Odile Jacob, 1997.
- LICOPPE, Ch. « Sociabilité et technologies de communication. Deux modalités d'entretien des liens interpersonnels dans le contexte du déploiement des dispositifs de communication mobiles ». In : *Réseaux* 112-113 (2002), p. 172–210.

Bibliographie

- Liens culturels et integration : rapport au Premier ministre 1995*. Haut conseil à l'intégration, 1995.
- LISTER, M. et al. *New Media, a Critical Introduction*. Routledge, 2009.
- LOMBARD, D. *Village numérique mondial (Le): La deuxième vie des réseaux*. Editions Odile Jacob, 2008.
- LOURY, G. « A Dynamic Theory of Radical Income Differences ». In : *Women, Minorities, and Employment Discrimination*. Sous la dir. de LEMUND, A. et WALLACE, P. A. Lexington : Lexington Books, 1977.
- MABOGUNJE, A.L. « Systems approach to a theory of rural urban migration ». In : *Geographical analysis* 2.1 (1970), p. 1–18.
- MACÉ, E. « La fiction télévisuelle française au miroir de The Wire ». In : *Réseaux* 181 (2013), p. 179–204.
- « Mesurer les effets de l'ethnoracialisation dans les programmes de télévision : limites et apports de l'approche quantitative de la « diversité » ». In : *Réseaux* 157-158 (2009), p. 233–265.
- MAIGRET, É. et MACÉ, É. *Penser les médiacultures: Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*. coédition INA / Armand Colin. Armand Colin, 2005.
- MALONE, Th., LAUBACHER, R. et DELLAROCAS, Ch. « The Collective Intelligence Genome ». In : *MIT Sloan Management Review, Special Collection Spring 2014 : What's in Store for Your Digital Enterprise?* (2014).
- MARC, E. « La construction identitaire de l'individu ». In : *Identité(s): L'individu, le groupe, la société*. Sous la dir. d'HALPERN, C. Ouvrages de synthèse. Sciences Humaines, 2016.
- MARTEL, F. *Mainstream*. Flammarion, 2010.
- MARTHOZ, J-P. « Medias et "va-et-vient" communicationnel des diasporas ». In : *D'un Voyage à l'autre : des voix de l'immigration pour un*

Bibliographie

- développement pluriel* -. Sous la dir. de BLION, R. et RIGONI, I. Karthala, 2009, p. 189–205.
- MARTIAL, R. *Race, Hérité, Folie. Etude d'anthropo-sociologie appliquée à l'immigration*. Mercure de France, 1938.
- MARTINI, J.-F. « Le dispositif d'accueil pour les primo-migrants ». In : *Plein droit* 64 (2005), p. 7–9.
- MARTINIELLO, M. « Transnationalisme et immigration ». In : *Ecartés d'identité* 1.111 (2007), p. 76–79.
- MARTINIELLO, M. et RATH, J. *Selected Studies in International Migration and Immigrant Incorporation*. Amsterdam University Press - Imiscoe Textbooks Series. Amsterdam University Press, 2010.
- MASSEY, D. S. et al. « Theories of international migration: a review and appraisal ». In : *Population and development review* (1993), p. 431–466.
- MATSAGANIS, M.D., KATZ, V.S. et BALL-ROKEACH, S.J. *Understanding Ethnic Media: Producers, Consumers, and Societies*. SAGE Publications, 2010.
- MATTELART, A. *Diversité culturelle et mondialisation*. Repères. LA DÉCOUVERTE, 2010.
- *L'invention de la communication*. La Découverte, 1997.
- MATTELART, M. et MATTELART, A. *Penser les médias*. Textes à l'appui / Sociologie. La Découverte, 2010.
- MATTELART, T., SETTOUL, A. et AOUDIA, K. « Les usages des technologies de communication par les populations issues de l'immigration : du transnational au local ». In : *Médias et migrations dans l'espace euro-méditerranéen*. Sous la dir. de MATTELART, T. Éditions Mare et Martin, 2014.
- MAUSS, M. *Essai sur le don : forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques*. Classiques des sciences sociales. Paris : PUF, 2007.

Bibliographie

- MCLUHAN, M. *La galaxie Gutenberg*. Mame, 1967.
- MCLUHAN, M. et FIORE, Q. *The medium is the massage*. An Inventory of effects. Random House, 1967.
- MEGHANATHAN, N. *Advanced Methods for Complex Network Analysis*. Advances in Wireless Technologies and Telecommunication. IGI Global, 2016.
- MENAUT, A. *Le réel et le possible dans la pensée tactique: contribution à une théorie du jeu sportif*. Collection Milon. Presses universitaires de Bordeaux, 1998.
- MERCKLÉ, P. *Sociologie des réseaux sociaux*. Repères. Paris : La Découverte, 2011.
- MEURS, D., PAILHÉ, A. et SIMON, P. « Persistance des inégalités entre générations liées à l’immigration : l’accès à l’emploi des immigrés et de leurs descendants en France ». In : *Population* 61.5 (2006), p. 763.
- MILGRAM, S. « The Small World Problem ». In : *Psychology Today* 1 (1967), p. 62–67.
- MILLER, V. *Understanding Digital Culture*. Sage, 2011.
- MORENO, J.L. et al. *Fondements de la sociométrie*. Bibliothèque de sociologie contemporaine. Presses Universitaires de France, 1970.
- MOUA, M. « Diversité culturelle et usages du web ». In : *Réseaux* 159.1 (2010), p. 199–20.
- « Diversité culturelle et usages du web ». In : *Réseaux* N° 159.1 (2010), p. 199–218.
- NAJAR, S. « Les pratiques sociales de l’Internet et les transformations des identités et des liens sociaux au Maghreb. Étude de communautés diasporiques tunisiennes ». In : *Méditerranée* 116 (déc. 2011), p. 49–57.
- NEDELCO, M. *Le migrant online. Nouveaux modèles migratoires à l’ère du numérique*. Questions sociologiques. L’Harmattan, 2009.

Bibliographie

- NEGROPONTE, N. *L'Homme numérique*. Robert Laffont, 1995.
- NIE, N. « Sociability, Interpersonal Relations, and the Internet, Reconciling Conflicting Findings ». In : *American Behavioral Scientist* 45.3 (nov. 2001), p. 420–435.
- NOIRIEL, G. *À quoi sert "l'identité nationale"*. Passé & présent. Agone, 2007.
- *Immigration, antisémitisme et racisme en France (XIXe-XXe siècle): Discours publics, humiliations privées*. Nouvelles Etudes Historiques. Fayard, 2007.
- *Le Creuset français: Histoire de l'immigration (XIXe-XXe siècle)*. Histoire. Seuil, 2016.
- *Population, immigration et identité nationale en France XIXe-XXe siècle*. Hachette, 1992.
- Observatoire national des zones urbaines sensibles - Rapport 2005*, Ministère de l'emploi, du travail et de la cohésion sociale, Délégation interministérielle à la Ville, ONZUS, 2005.
- OUERGLI, F. « La promotion des valeurs olympiques au sein des communautés virtuelles : le cas de Facebook ». Thèse de doct. Université Nice Sophia Antipolis, 2014.
- PAECHTER, C. « Researching sensitive issues online: implications of a hybrid insider/outsider position in a retrospective ethnographic study ». In : *Qualitative Research* 13.1 (2013).
- PAN KÉ SHON, J.-L. « Ségrégation ethnique et ségrégation sociale en quartiers sensibles ». In : *Revue française de sociologie* 50.3 (2009), p. 451–487.
- PÉLISSIER, N. et DIALLO, M.D. « Le journalisme est-il soluble dans Twitter ? Enquête sur le choc de deux médiacultures ». In : *Twitter: Un monde en tout petit*. Sous la dir. de GALLEZOT, G. et PÉLISSIER, N.

Bibliographie

- Communication et Civilisation. Editions L'Harmattan, 2013, p. 163–178.
- PERRIAULT, J., ARNAUD, M. et JUANALS, B. « Les identifiants numériques humains. Eléments pour un débat public ». In : *Les Cahiers du numérique* 3.2 (2002), p. 169–182.
- PEYRON, D. « Les mondes transmédiatiques, un enjeu identitaire de la culture geek ». In : *Les Enjeux de l'information et de la communication* 2.15 (2014), p. 51–61.
- PICHÉ, V. *Les théories de la migration*. Les manuels. INED, 2013.
- PIERROT, A. *Grammaire française de l'intégration, ou, jeux de langage et mythologie*. Éducation et sciences. Fabert, 2002.
- POOL, I. « Comment on Mark Granovetter's "The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited" ». In : *Meeting of the International Communications Association*. 1980.
- PORTER, M.E., SAMOVAR, L.A. et STEFANI, L.A. *Communication between cultures*. Wardworth publishing company, 2000.
- POSTER, M. *The second media age*. Cambridge Polity, 1995.
- POTTER, M. et al. « Detecting meaning in RSVP at 13 ms per picture ». In : *Attention, Perception, & Psychophysics* 76.2 (2014), p. 270–279.
- PRENSKY, M. « Digital Natives, Digital Immigrants ». In : *On the Horizon* N° 9.5 (2001), p. 1–6.
- PRENSKY, M.R. *From Digital Natives to Digital Wisdom: Hopeful Essays for 21st Century Learning*. SAGE Publications, 2012.
- PROULX S., Latzko-Toth G. et. « Enjeux éthiques de la recherche sur le web ». In : *Manuel d'analyse du web*. Sous la dir. de C., Barats. Armand Colin, 2016.
- PROULX, S. « Des nomades connectés : vivre ensemble à distance ». In : *Hermès* 51 (2008), p. 155–166.

Bibliographie

- PUTNAM, R.D. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. A Touchstone book. Simon & Schuster, 2001.
- PUTNAM, R.D., LEONARDI, R. et R., Nanetti. *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton paperbacks. Princeton University Press, 1993.
- QUA HAASE, A. et WELLMAN, B. « How Does the Internet Affect Social Capital? » In : *Social Capital and Information Technology*. Sous la dir. d'HUYSMAN, M. et WULF, V. MIT Press, 2004, p. 113–130.
- QUINT, N. *Parlons capverdien: langue et culture*. L'Harmattan, 2003.
- RAPOPORT, A. et HORVART, W. « A Study of a Large Sociogram ». In : *Behavior Science* 6 (1961), p. 279–291.
- Rapport au Premier ministre : Liens culturels et intégration, juin 1995*. Collection des rapports officiels. Paris : La documentation Française, 1995.
- RASSE, P. « La diversité des cultures en question - présentation générale ». In : sous la dir. de RASSE, P. CNRS Editions, 2013, p. 7–27.
- *La rencontre des mondes: Diversité culturelle et communication*. Hors collection. Armand Colin, 2006.
- RAUX, E. « Les intimités anonymes du cybercafé : à l'ombre d'Internet ». In : *Champ psychosomatique* 3.27 (2002), p. 53–67.
- RAVENSTEIN, E.G. *The Laws of Migration, première édition 1885*. Demography Series. Ayer Company Publishers, Incorporated, 1976.
- RAYNAL, S. et FERGUSON, L.B. « L'intégration : du multiculturel à l'intraculturel ». In : *Humanisme et entreprise* 287 (2008), p. 77–95.
- REYNAUD, F. *Gossip, l'application de rumeurs française qui inquiète élèves et enseignants*. Juin 2015. URL : <http://www.lemonde.fr/pixels/article/2015/06/03/gossip-1-application-de-rumeurs->

Bibliographie

- francaise - qui - inquiete - eleves - et - enseignants _ 4646694 _ 4408996.html.
- RHEINGOLD, H. *The virtual community: homesteading on the electronic frontier*. Mass: Addison Wesley, 1993.
- RHEINGOLD, H. et WEEKS, A. *Net Smart: How to Thrive Online*. MIT Press, 2012.
- RICOLFI, L. *La ricerca qualitativa*. Carocci, 2001.
- RIFKIN, J. *L'âge de l'accès: la nouvelle culture du capitalisme*. Paris : La Découverte, 2005.
- RIGAUD, J. « Les Relations culturelles extérieures ». In : *La Documentation française* (1979), p. 12–24.
- RIGONI, I. « Introduction ». In : *Qui a peur de la télévision en couleurs ? : La diversité culturelle dans les médias*. Sous la dir. de RIGONI, I. Mondes contemporains. aux lieux d'être éditions, 2007.
- « Les luttes de dénomination autour des “médias des minorités ethniques” ». In : *Migrations Société* 2.128 (2010).
- « Les médias des minorités ethniques : représenter l'identité collective sur la scène publique ». In : *Revue européenne des migrations internationales* Vol. 26.1 (2010).
- « Technologies de l'information et de la communication, migrants et nouvelles pratiques de communication ». In : *Migrations, société* 22.132 (nov. 2010), p. 36–46.
- RIZZA, C. « La fracture numérique, paradoxe de la génération internet : Fractures dans la société de la connaissance ». In : *Hermès* 45 - Fractures dans la société de la connaissance (2006), p. 35–31.
- ROBINSON, L. et SCHULZ, J. « New Avenues for Sociological Inquiry: Evolving Forms of Ethnographic Practice ». In : *Sociology* 43.4 (2009).

Bibliographie

- ROGNETTA, J., JAMMOT, J. et TARDY, F. *La République des réseaux, Périils et promesses de la révolution numérique*. Librairie Arthène Fayard, 2012.
- ROMANUCCI-ROSS, L., DE VOS, G.A. et TSUDA, T. *Ethnic Identity: Problems And Prospects for the Twenty-first Century*. AltaMira Press, 2006, p. 11.
- RUDDER DE, V. « Quelques problèmes épistémologiques liés aux définitions des populations immigrants et de leurs descendants ». In : *Jeunes issus de l'immigration: de l'école à l'emploi*. Collection migrations et changements. CIEMI, L'Harmattan, 1997.
- S., Dalsgaard. « The Ethnographic Use of Facebook in Everyday Life ». In : *Anthropological Forum* 26.1 (2016), p. 96–114.
- SANTASOMBAT, Y. « Ethnic Identity: Problems And Prospects for the Twenty-first Century ». In : sous la dir. de ROMANUCCI-ROSS, L., DE VOS, G.A. et TSUDA, T. AltaMira Press, 2006. Chap. Peasants, ethnicity, and the politics of location in Thailand, p. 240.
- SAYAD, A. *L'immigration ou Les paradoxes de l'altérité - Préface de Pierre Bourdieu*. Cours et travaux. De Boeck université, 1991.
- SCHILLER, H. *Communication and Cultural Domination*. Sharpe, 1976.
- SCHILLER, N., BASCH, L. et BLANC SZANTON, C. « Transnationalism: A new analytic framework for understanding migration ». In : *Annals of the New York Academy of Sciences* 645.1 (1992), p. 1–24.
- SCHNAPPER, D. « Quelle politique multiculturelle ? » In : *Le Débat* 186 (2015), p. 111–121.
- *Qu'est-ce que l'intégration ?* Folio. Actuel. Gallimard, 2007.
- SCHOR, R. *Français et immigrés en temps de crise (1930-1980)*. Collection Populations. Harmattan, 2004.

Bibliographie

- SCHOR, R. *Histoire de l'immigration en France, de la fin du XIXe siècle à nos jours*. Armand Colin, 1996.
- SCIENCES DE L'HOMME, Programme TIC-Migrations - Fondation Maison des. *The e-Diasporas Atlas*. 2012. URL : <http://www.e-diasporas.fr>.
- SCOPSI, C. « Les sites web diasporiques : un nouveau genre médiatique ? » In : *tic & société* Vol. 3, n° 1-2 (2009), p. 81–100.
- SEEL, P.B. *Digital Universe. The Global Telecommunication Revolution*. John Wiley & Sons, fév. 2012.
- SEGURA, E. « L'interculturalisme québécois, alternative au multiculturalisme canadien ? Voie québécoise ou voix québécoise ». In : *Humanisme et entreprise* 305 (2011), p. 81–88.
- SELWYN, N. « Reconsidering political and popular understandings of the digital divide ». In : *New Media & Society* 6.3 (2004), p. 341–362.
- SETH, M. *The 10 Largest Hispanic Origin Groups: Characteristics, Rankings, Top Counties*. Rapp. tech. Pew Research Center, juil. 2012.
- SHERIF, M. et SHERIF, C.W. *Groups in Harmony and Tension: An Integration of Studies on Intergroup Relations*. Octagon Books, 1973.
- SIAPERÀ, E. *Cultural Diversity and Global Media: The Mediation of Difference*. Wiley, 2010.
- SILBERMAN, R. et FOURNIER, I. « Les secondes générations sur le marché du travail en France : une pénalité ethnique ancrée dans le temps ». In : *Revue française de sociologie* 47.2 (2007), p. 243–292.
- SIMON, P. « L'intégration menacée ? Les discriminations et l'émergence de minorité ethnique en France ». In : *Cahiers français* 1.352 (sept. 2009), p. 87–91.
- SIMONSON, M. « Millennials - Oh Really? » In : *Distance Learning* 7.2 (2010), p. 79–80.
- SOBIESZCZANSKI, M. « Du visuel en informatique ». In : *Solaris* 7 (2001).

Bibliographie

- SOULEY, H. « Conceptualiser les “médias communautaires” dans un contexte de globalisation de l’information ». In : *Migrations Société* 3.111-112 (2007).
- SPIVAK, G., LANDRY, D. et MACLEAN, G. *The Spivak Reader: Selected Works of Gayatri Chakravorty Spivak*. Taylor & Francis, 2013.
- STARR, P. *The Creation of the Media: The Political Origins of Modern Communications*. Art of Mentoring Series. Basic Books, 2004.
- STEINER, P. « Granovetter Mark, Le marché autrement. Les réseaux dans l’économie ». In : *Revue française de sociologie* 42.2 (2001), p. 381–383.
- STEINER, Ph. « Les Foundations de James S. Coleman : une introduction ». In : *Revue française de sociologie* 44.2 (2003), p. 205–27.
- STIEGLER, B. « Le bien le plus précieux à l’époque des sociotechnologies ». In : *Réseaux sociaux*. Sous la dir. de STIEGLER, B. Paris : Editions Fyp, 2012.
- SUÁREZ NAVAZ, L. et FERRÁNDEZ FERRER, A. « Migrant Minority Media: Towards a Democratization of the Western Mediascape? » In : *Mediating Cultural Diversity in a Globalised Public Space*. Sous la dir. de RIGONI, I. et SAITTA, E. Palgrave Macmillan, 2012.
- SUTTON, C.R. et MAKIESKY-BARROW, S.R. « Migration and West Indian Racial and Ethnic Consciousness ». In : *Center for Migration Studies special issues* 7.1 (1989), p. 86–107.
- TAPINOS, G. « L’immigration étrangère en France de 1945 à 1973. » In : *Population* 30.2 (1975), p. 315–317.
- TAPSCOTT, D. *Growing up Digital: the Rise of the Net Generation*. Mac Graw-Hill, 1998.
- TEILHARD DE CHARDIN, P. *Le phénomène humain*. Seuil, 1955.

Bibliographie

- TÉMIME, É. « De l'assimilation au communautarisme. Comment être étranger ou minoritaire en France ». In : *Cahiers de la Méditerranée* 61.1 (2000), p. 1–10.
- TH., Craig J. « Interpreting Consumers: A Hermeneutical Framework for Deriving Marketing Insights from the Texts of Consumers' Consumption Stories ». In : *Journal of Marketing Research* 34.4 (1997), p. 438–455.
- THEVIOT, A. « Devenir « ami » avec 4500 enquêtés. Les enjeux éthiques de l'analyse d'interfaces semi-privées ». In : *tic&société* 7.2 (2013).
- THOMAS, M. *Deconstructing Digital Natives: Young People, Technology, and the New Literacies*. Taylor & Francis, 2011.
- TODD, E. *Le Destin des immigrés: assimilation et ségrégation dans les démocraties occidentales*. Points (Paris). Ed. du Seuil, 1994.
- TOURAINÉ, A. *Un nouveau paradigme, pour comprendre le monde aujourd'hui*. Fayard, 2005.
- TRAVAN, Ch. *INSEE Première*. 1042. Sept. 2005.
- TRIBALAT, M. *Assimilation, la fin du modèle français*. Editions Toucan, 2013.
- *Cent ans d'immigration, étrangers d'hier, Français d'aujourd'hui : apport démographique, dynamique familiale et économique de l'immigration étrangère*. Presses universitaires de France Institut national d'études démographiques, 1991.
- *Les yeux grands fermés: l'immigration en France*. Collection Grand format Médiations. Denoël, 2010.
- TURNER, J.C. « Towards Cognitive Definition of the Social Group ». In : *Social Identity and Intergroup Relations (European Studies in Social Psychology)*. Sous la dir. de TAJFEL, H. Cambridge University Press, 2010.

Bibliographie

- VAN DIJCK, J. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford Scholarship online. OUP USA, 2013.
- VAN ZANTEN, A. « Ethnographie ». In : *Sociologie [En ligne]* (Les 100 mots de la sociologie 2013).
- VILCHES, L. *La migracion digital*. Gedisa, 2001.
- VILLEVET, C. « Les français chaque jour plus connectés aux médias et loisirs numériques ». In : *Audience le mag, par Médiametrie* (2015).
- VINSONNEAU, G. « Socialisation et identité ». In : *Identité(s): L'individu, le groupe, la société*. Sous la dir. d'HALPERN, C. Ouvrages de synthèse. Sciences Humaines, 2016.
- VISWANATH, K. et ARORA, P. « Ethnic media in the United States: An essay on their role in integration, assimilation, and social control ». In : *Mass Communication and Society* 3.1 (2000), p. 39–56.
- VISWATANATH, K. et LEE, K.K. « The New Americans: A Guide to Immigration Since 1965 ». In : sous la dir. de WATERS, M.C., UEDA, R. et MARROW, H.B. Harvard University Press Reference Library. Harvard University Press, 2007. Chap. Ethnic Media.
- WAGNER, R. *The Invention of Culture*. A Phoenix book. University of Chicago Press, 1981.
- WAKEMAN, F. Jr. « Transnational and comparative research ». In : *Item* 4.42 (1988), p. 85–88.
- WEBER, M. *Économie et Société-2*. Plon Pocket, 1995(1922).
— *Sociologie du droit*. Quadrige. PUF, 2013.
- WEIMANN, G. « Conversation Networks as Communication Networks ». Thèse de doct. Israel : University of Haifa, 1980.
- WHITE, H.C. *Identité et contrôle, Une théorie de l'émergence des formations sociales*. Editions EHESS, 2011.

Bibliographie

- WIEVIORKA, M. « Identités culturelles, démocratisation et mondialisation ». In : *Identité(s): L'individu, le groupe, la société*. Sous la dir. d'HALPERN, C. Ouvrages de synthèse. Sciences Humaines, 2016.
- WINKIN, Y. *Anthropologie de la communication, de la théorie au terrain*. Éditions De Boeck Université, 1996.
- WOLTON, D. *Informers n'est pas communiquer*. CNRS Editions, 2009.
- *Internet et après?: une théorie critique des nouveaux médias*. Flammarion, 1999.
- « Internet, un exemple d'incommunication ». In : *Hermès* 53 (2009), p. 184–185.
- *L'autre mondialisation*. Champs. Flammarion, 2010.
- « Les enjeux de la mondialisation de la communication - entretien ». In : *La mondialisation de la communication*. Sous la dir. de RASSE, P. Les essentiels d'Hermès. CNRS Editions, 2010, p. 139–150.
- « L'identité culturelle française à l'heure de la mondialisation de la communication ». In : *Intervention à l'Académie des sciences morales et politiques*. 2000.
- ZIROTTI, J.-P. « Enjeux sociaux du bilinguisme à l'école ». In : *Langage et société* 116 (2006), p. 73–91.

Webographie

Centre AnimaNice Django Reinhardt. URL : <https://www.nice.fr/fr/activites-et-loisirs/centre-animanice-django-reinhardt>.

CNU, Conseil national des universités. *Présentation de la discipline Sciences de l'information et de la communication*. 2017. URL : <http://www.cpcnu.fr/web/section-71>.

Décret n° 2009-796 du 23 juin 2009 fixant le cahier des charges de la société nationale de programme France Télévisions. 2016. URL : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000020788471>.

Décret n° 2012-85 du 25 janvier 2012 fixant le cahier des charges de la société nationale de programme en charge de l'audiovisuel extérieur de la France. 2012. URL : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000025199244&dateTexte=&categorieLien=id>.

EUROSTATS. *Insee, recensement de la population, exploitation principale*. 2012. URL : http://insee.fr/fr/themes/tableau.asp?reg_id=0%5C&ref_id=immigrespaysnais.

FACEBOOK. *Déclaration des droits et responsabilités*. Déc. 2016. URL : https://www.facebook.com/legal/terms?locale=fr_FR.

Webographie

- INSEE. *Ménages - niveau d'accès à l'internet*. 2015. URL : <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do?dvsc=8>.
- JENKINS, H. *Reconsidering Digital Immigrants...* 2007. URL : http://henryjenkins.org/2007/12/reconsidering_digital_immigran.html.
- Loi n° 2006-396 du 31 mars 2006 pour l'égalité des chances, article 47*. 2006. URL : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000268539&categorieLien=id>.
- Loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés - Article 8*. 2016. URL : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexteArticle.do?idArticle=LEGIARTI000006528073&cidTexte=LEGITEXT000006068624>.
- MAIRIE DE LA PRINCIPAUTÉ DE MONACO. *Chiffres clés: nombre de monégasques*. 2011. URL : <http://www.monaco-mairie.mc/principaute-monaco-monte-carlo/chiffres-cles/>.
- MÉDIAMÉTRIE, title: *L'Année Internet 2016*. 2017. URL : <http://www.mediametrie.fr/internet/communiques/l-annee-internet-2016-le-mobile-l-experience-enrichie.php?id=1623>.
- Part des populations étrangères et immigrées en 2013*. 2016. URL : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2381757>.
- PAVEAU, M.-A. *Analyse discursive des réseaux sociaux numériques*. Mai 2013. URL : <http://technodiscours.hypotheses.org/?p=431>.
- PEIROT, N. *Enjeux éthiques de l'observation netnographique*. Nov. 2016. URL : <https://ajccrem.hypotheses.org/232>.
- ROGER, M. *Arrêté Ministériel n° 2012-172 du 2 avril 2012 relatif à l'actualisation annuelle du chiffre officiel de la population de la Principauté de Monaco*. 2012. URL : <http://cloud.gouv>.

Webographie

mc / dataweb / Jourmon . nsf / 100ab120e52ceb84c12568ce002f2909 / d37bfb73ca0da101c12579d800285a39!OpenDocument.

Social media preferences vary by race and ethnicity. 2015. URL : <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/02/03/social-media-preferences-vary-by-race-and-ethnicity/>.

The Ethnic Media Wiki Project. 2017. URL : <http://csunmcom630.pbworks.com/w/page/9708260/FrontPage>.

The Social Technographics Profile. URL : http://empowered.forrester.com/tool_consumer.html.

The state of broadband 2012: Achieving digital inclusion for all. 2012. URL : <http://www.broadbandcommission.org/documents/bb-annualreport2012.pdf>.

The state of broadband 2014: Broadband for all. 2014. URL : <http://www.broadbandcommission.org/documents/reports/bb-annualreport2014.pdf>.

UNESCO : SECTEUR DE LA COMMUNICATION ET DE L'INFORMATION.
Les médias communautaires. URL : <http://www.unesco.org/new/fr/communication-and-information/media-development/community-media/>.

URMIS, Unité de recherche migrations et sociétés. 2017. URL : <http://unice.fr/recherche/laboratoires/urmis>.

World Wide Web 2012 Conference. 2012. URL : <http://www2012.wwwconference.org>.

Table de figures

TABLE DE FIGURES

Cadre conceptuel pour l'étude des facteurs de migration et d'intégration.	page 108
La structure en pelures d'oignon : représentation des différentes manifestations de la culture	page 140
Types de participation en ligne des membres des communautés	page 167
Types d'interaction en ligne des communautés	page 170
La structure de trois personnes, le capital social représenté par les nœuds et le capital social par les relations	page 203
Schéma simplifié de projet de recherche avec la netnographie ..	page 253
Coordination de la récolte de données et de l'interaction	page 255
Les appartenances culturelles du Cap-Vert dans l'espace atlantique.	page 263
Distribution des types des images récoltées	page 299
Distribution de la sociabilité entre membres de la communauté cap-verdienne	page 302
Distribution de quatre types de sociabilité observées	page 303
Distribution de six types de sociabilité observées	page 305
Distribution des langues utilisées	page 307
Distribution des événements	page 308
Distribution des langues utilisées dans les billets	page 310
Le nouage des mots, effectué par le logiciel	page ??
Le nouage des mots - Publications bilangues	page ??
Le nouage des mots - Publications plurilingues	page 318