

YouTube et la cohésion sociale au sein des diasporas africaines
Cas des communautés camerounaises et congolaises de Toronto

Par

Freddy Matundu Mata

Thèse présentée pour répondre
à l'une des exigences de la maîtrise ès arts (MA) en sociologie

Bureau des Études supérieures
Université Laurentienne
Sudbury (Ontario) Canada

© Freddy Matundu Mata, 2023

THESIS DEFENCE COMMITTEE/COMITÉ DE SOUTENANCE DE THÈSE
Laurentian University/Université Laurentienne
Office of Graduate Studies/Bureau des études supérieures

| | | |
|---|--|--|
| Title of Thesis Titre de la thèse | YouTube et la cohésion sociale au sein des diasporas africaines. Cas des communautés camerounaises et congolaises de Toronto | |
| Name of Candidate Nom du candidat | Mata, Freddy Matundu | |
| Degree | | |
| Diplôme | Maitrise ès arts | |
| Department/Program Département/Programme | Sociologie | Date of Defence Date de la soutenance 29 septembre 2023 |

APPROVED/APPROUVÉ

Thesis Examiners/Examineurs de thèse:

Monsieur Simon Laflamme
(Supervisor/Directeur(trice) de thèse)

Monsieur Rachid Bagaoui
(Committee member/Membre du comité)

Monsieur Louis Durand
(External Examiner/Examineur externe)

Approved for the Office of Graduate Studies
Approuvé pour le Bureau des études supérieures
Tammy Eger, PhD
Vice-President Research (Office of Graduate Studies)
Vice-rectrice à la recherche (Bureau des études supérieures)
Laurentian University / Université Laurentienne

CLAUSE D'ACCESSIBILITÉ ET PERMISSION D'UTILISER DES DOCUMENTS

Je, **Freddy Matundu Mata**, accorde à l'Université Laurentienne et à ses agents l'autorisation non exclusive d'archiver ma thèse ou mon rapport de projet et d'en permettre l'accès, en tout ou en partie et dans toute forme de média, maintenant ou pour la durée de mon droit de propriété du droit d'auteur. Je conserve tous les autres droits de propriété du droit d'auteur de la thèse ou du rapport de projet. Je me réserve également le droit d'utiliser dans de futurs travaux (comme des articles ou des livres) l'ensemble ou des parties de ma thèse ou de mon rapport de projet. J'accepte en outre que la permission de reproduire cette thèse de quelque manière que ce soit, en tout ou en partie à des fins savantes, soit accordée par le ou les membres du corps professoral qui ont supervisé mes travaux de thèse ou, en leur absence, par le directeur ou la directrice de l'unité dans lequel mes travaux de thèse ont été effectués. Il est entendu que toute reproduction ou publication ou utilisation de cette thèse ou de parties de celles-ci à des fins lucratives ne doit pas être autorisée sans ma permission écrite. Il est également entendu que cette copie est présentée sous cette forme par l'autorité du titulaire du droit d'auteur uniquement pour fins d'études et de recherches particulières et ne doit pas être copiée ou reproduite sauf en conformité avec la législation sur le droit d'auteur sans l'autorisation écrite du titulaire du droit d'auteur.

Résumé

Dans cette étude, nous avons évalué la perception de l'influence des réseaux sociaux sur la cohésion sociale. Nous nous sommes concentrés sur les communautés virtuelles formées par les diasporas congolaises et camerounaises de Toronto, qui se rassemblent autour des chaînes YouTube d'information politique. Nous avons examiné comment l'utilisation de cette plateforme vidéo affecte les interactions, le partage d'informations et les valeurs culturelles au sein de ces communautés, ainsi que leur cohésion en tant que groupe social.

Nous avons également examiné l'influence de l'âge, de l'éducation et de la durée de résidence sur l'utilisation de YouTube et la cohésion sociale. Nous avons cherché à comprendre comment les membres des communautés perçoivent les émissions politiques diffusées sur YouTube et leur impact sur la cohésion sociale.

Nos résultats n'ont pas révélé de corrélation entre l'utilisation personnelle de YouTube et l'opinion générale sur l'impact des émissions politiques diffusées sur cette plateforme. Nous avons constaté la complexité de la relation entre les émissions politiques sur YouTube et la perception de la cohésion sociale.

D'après l'opinion des enquêtés, la cohésion sociale est peu liée aux émissions politiques sur YouTube. Nous avons également constaté que, pour les communautés diasporiques, YouTube remplit trois fonctions : informer, divertir et servir de prolongement de la vie culturelle et sociale du pays d'origine.

En ce qui concerne l'utilisation de la plateforme, les deux groupes exploitent YouTube pour maintenir des liens sociaux, se divertir et s'informer. Cependant, ils ne l'utilisent pas de manière intensive pour diffuser des messages ou produire du contenu.

Mots clés

Diaspora, YouTube, cohésion sociale, communauté congolaise, communauté camerounaise, Toronto, influence des médias, Simon Laflamme, médias sociaux

Remerciements

Sans l'encadrement, les encouragements et la patience du directeur de cette recherche, le professeur Simon Laflamme, il aurait été difficile de boucler ce travail qui couronne nos années d'études en maîtrise de sociologie. Je tiens à lui exprimer ma reconnaissance d'avoir accepté de consacrer une bonne partie de son précieux temps pour m'orienter, lire et relire ce travail réalisé dans un moment difficile de ma vie.

Je tiens à remercier aussi le professeur Rachid Bagaoui pour ses enseignements qui ont posé le jalon pour le parachèvement de ce mémoire ainsi que pour ses observations et critiques qui ont contribué à améliorer la qualité de notre travail.

Mes remerciements s'adressent aussi à toute l'équipe des études supérieures de l'Université Laurentienne pour leur accompagnement.

Merci à mon épouse Christelle Mwaluke Kanyama pour le soutien de tous genres afin de concrétiser ce projet pour lequel nous avons consenti beaucoup de sacrifices. Elle peut être rassurée de ma profonde gratitude.

À mes parents Célestin Mata wa Matundu et Félicité Umba Tuluka, je dis merci pour les encouragements. J'exprime aussi la même gratitude à mon frère et à mes sœurs pour lesquels je devrais servir de modèle.

Je tiens à remercier aussi mes amis Lisa Laflamme et Michael Cooke qui ne s'étaient jamais lassé de me rappeler que j'étais capable de relever des défis en dépit des circonstances difficiles.

Enfin, merci à mes amis Yav Tshimwang, Zico Kintenga, Freddy Byamungu, Richard Makitu, Patient Ligodi, Théo Beia et Pierre Valery pour l'amour manifesté à mon endroit. Vous êtes la preuve que même quand tout paraît sombre, on n'est jamais seul.

Table des matières

| | |
|--|-----|
| Résumé..... | ii |
| Remerciements..... | iii |
| Introduction..... | 1 |
| Chapitre 1..... | 3 |
| 1. Recension des écrits..... | 3 |
| 1.1 Recherches sur les rapports des publics aux médias..... | 5 |
| 1.1.1 Effets des médias..... | 6 |
| 1.1.2 Réception des médias..... | 12 |
| 1.1.3 Les études sur les usages et gratifications..... | 19 |
| 1.2 Que faut-il comprendre par une étude d'usage social de médias ?..... | 19 |
| 1.3 Les approches théoriques sur les effets, la réception et les usages des médias à l'ère du web 2.0..... | 20 |
| 1.4 Cohésion sociale et médias sociaux..... | 46 |
| 1.5 YouTube, plateforme de contenus ou un réseau social ?..... | 51 |
| Chapitre 2..... | 56 |
| 2.1 Cadre d'analyse..... | 56 |
| 2.2 Hypothèses..... | 58 |
| 2.3 Groupes d'étude et échantillonnage..... | 59 |
| Chapitre 3..... | 61 |
| 3.0. Résultats..... | 61 |
| 3.1 Analyses descriptives..... | 61 |
| 3.1.1 Première question..... | 61 |
| 3.1.2 Seconde question..... | 67 |
| 3.2 Interprétation..... | 69 |
| 3.2.1 Rapport entre l'utilisation YouTube et la cohésion sociale..... | 69 |
| 3.2.2 YouTube transforme-t-il des rapports entre individus ?..... | 71 |
| 3.2.3 L'âge, la scolarité et la durée de résidence influencent-ils la perception du rapport entre des contenus politiques et la cohésion sociale au sein des communautés diasporiques ?..... | 73 |
| 3.2.4 L'absence de corrélation significative..... | 73 |
| 3.2.5 Des faibles corrélations observées..... | 74 |
| 3.2.6 Un contraste entre les variables sociodémographiques..... | 74 |

| | |
|--|-----|
| 3.2.7 Limites des tests inférentiels | 75 |
| Chapitre 4 | 76 |
| 4.0 Conclusion | 76 |
| 4.1 YouTube et cohésion sociale au sein des diasporas : enseignements | 76 |
| 4.2 Limite de la recherche | 82 |
| Bibliographie | 84 |
| ANNEXE 1 | 94 |
| ANNEXE 2 | 96 |
| ANNEXES 3 | 101 |

Introduction

Pourquoi sommes-nous intéressés aux rapports qu'entretiennent les diasporas africaines du Canada aux médias et particulièrement au web 2.0 ?

La réponse à cette question est à trouver premièrement dans notre parcours de journaliste et de militant des droits de la personne avec, comme champ d'action, la promotion des droits de la personne par les médias, mais également la pratique d'un journalisme responsable.

Avec le réseau des journalistes de droits de l'homme en République démocratique du Congo (RDC), nous avons pu cerner le rôle que peuvent jouer les médias dans une jeune démocratie et un État fragile comme la RDC, à savoir, servir de thermomètre de la démocratie. En effet, l'autonomie et la stature de la presse peuvent renseigner sur l'état de santé de la démocratie en Afrique (Souleymane Bachir Diagne)¹.

Lorsqu'ils sont de qualité, les médias peuvent consolider la démocratie. Mais, lorsqu'ils excellent dans la propagation des mensonges ou des messages de haine ethnique et tribale par exemple, ils deviennent une gangrène à la fois pour les populations et la démocratie.

Cette dimension ambivalente est l'une des caractéristiques des médias (traditionnels et nouveaux) congolais et de beaucoup d'autres pays africains.

¹ « Les médias et la « mesure » de la démocratie. Entretien avec Souleymane Bachir Diagne », *Africultures*, vol. 71, n° 2, 2007, p. 30-32.

Dès la première année de notre vie au Canada, nous nous étions donnés pour tâche d'observer quelques médias diasporiques en ligne² que consomment des immigrants d'origine de la République démocratique du Congo et du Cameroun.

Malheureusement nous avons identifié, tant au niveau des contenus que des échanges que créent certains de ces médias, des pratiques proches de celles des médias gangrènes contre lesquelles nous sensibilisons des journalistes, des responsables de médias et des populations en RDC sur l'impact négatif de ces médias gangrènes sur la société.

Notre thèse de maîtrise nous offre la possibilité d'étudier en profondeur, sans esprit militant, ce nouveau phénomène de société qui se développe au sein de certaines communautés diasporiques africaines, plus particulièrement chez des immigrants congolais et camerounais de Toronto, en Ontario.

Quand bien même que notre objet de recherche trouverait son point de départ dans un constat négatif de conséquences qu'ont certains médias africains, nous allons nous laisser guider par les nouvelles orientations de recherche sur les rapports aux médias.

Geneviève Jacquinet écrit: « qu'elles [les nouvelles recherches] ne partent plus d'hypothèses sur les effets négatifs des médias, mais tentent de partir des pratiques attestées³».

² Nous faisons ici allusion aux chaînes de télévision qui diffusent principalement sur la plateforme de vidéos YouTube depuis le Canada ou depuis les pays d'origine des diasporas.

³ Jacquinet Geneviève, « Les relations des jeunes avec les médias. Qu'en savons-nous ? », dans Jacquinet Geneviève (dir.). *Les jeunes et les médias. Perspectives de la recherche dans le monde*, p. 13-39, Paris, 2002, L'Harmattan.

Bien que Geneviève Jacquinet fasse ici allusion aux rapports qu'entretiennent les jeunes/enfants aux médias, le point que nous avons relevé s'applique aussi dans d'autres études sur les rapports aux médias.

Chapitre 1

1. Recension des écrits

La révolution numérique a entraîné des bouleversements dans tous les secteurs de la société. Avec le développement des médias sociaux, l'espace de débat public est désormais plus large et plus diversifié dans un monde devenu « village planétaire », pour emprunter l'expression utilisée par Marshall McLuhan⁴ dans son ouvrage *The Medium is the Message*.

Au fil de temps, des médias en ligne sont devenus des outils de mobilisation sociale, politique et communautaire avec tout le lot de nouveaux problèmes et défis qu'ils imposent à nos sociétés. Avec le boom d'internet, des pratiques médiatiques des diasporas ont connu également de profondes mutations comme l'ont démontré différentes études réalisées à ce sujet. Que ces contenus médiatiques soient produits par les diasporas depuis leur pays d'adoption ou à partir de leur pays d'origine, leurs audiences sont en constante augmentation.

Ainsi, la problématique des rapports qu'entretiennent des médias sociaux avec des immigrés a fait l'objet de plusieurs études. Une part importante de ces travaux se sont intéressés aux pratiques des diasporas sur le web social (Fathallah Daghami, Tristan Mattelart, Etienne Damome, Étienne Sossou, Joël Todo-Alipui et Sarah Rakotoary). Bien des recherches ont abordé aussi des aspects identitaires des diasporas dans les différentes plateformes (Olivier Pulvar, Marta Marcheva et Souley Hassane).

⁴ Marshall McLuhan cité par Gaëtan Tremblay. « De Marshall McLuhan à Harold Innis ou du village global à l'empire mondial », *Tic&société*, vol. 1, n° 1, 2007, p. 105-129.

Un autre groupe de travaux moins abondants ont analysé les effets des médias sociaux dans la sphère diasporique (Jiajie Lu et Maria Georgiou). La question des diasporas digitales continue d'intéresser des chercheurs, surtout en sciences de l'information et de la communication et en sociologie.

Comme nous le soulignerons plus loin, l'environnement du web constitue un terrain complexe mais aussi riche pour comprendre comment l'outil numérique influence nos rapports sociaux. Rianne Dekker et Godfried Engbersen soutiennent que « les médias sociaux ne fournissent pas que de nouveaux canaux de communication pour les groupes immigrés, mais ils transforment également les attributs des réseaux relationnels humains quotidiens des immigrés⁵».

Dans cette revue de la littérature, nous allons identifier quelques connaissances qui guident les études des rapports des publics aux médias en général et celles sur les rapports qu'entretiennent les diasporas avec les médias numériques en particulier. Il s'agit des études sur les effets des médias, la réception des médias, l'usage des médias ainsi que sur le rapport médias-cohésion sociale.

⁵ Rianne Dekker et Godfried Engbersen cités par Chen Yali et Jiang Chang. « Médias sociaux et diaspora digitale : entre l'identité et le développement de soi des immigrées chinoises en Suisse à travers l'utilisation de WeChat », *French Journal For Media Research*, vol.1, n° 13, 2020. <https://frenchjournalformediaresearch.com:443/lodel-1.0/main/index.php?id=2015>.

1.1 Recherches sur les rapports des publics aux médias

Elihu Katz recense trois groupes d'études dans la recherche empirique sur les communications de masse : les recherches sur les publics, les recherches sur le contenu et les recherches sur les effets⁶.

Notre thèse s'inscrit dans le champ des études sociologiques sur les rapports entre les médias et leurs publics.

Klaus Bruhn Jensen et Karl Erik Rosengren⁷ distinguent « cinq traditions à la recherche du public » : les études sur les effets, les études sur les usages et gratifications, les études de réception, les études culturalistes et la théorie littéraire. Selon Marie-Pierre Fourquet-Courbet et Didier Courbet, pour mieux appréhender un phénomène médiatique dans son entièreté, il est important de saisir trois axes importants : « la production, le contenu médiatique lui-même et sa réception⁸ ». Dans cette revue de la littérature, nous nous proposons de nous limiter aux trois premières catégories des études de Jensen et Rosengren, puis aux trois groupes de Katz.

Cependant nous allons jeter aussi un regard sur quelques recherches culturalistes comme celles que livrent les *cultural studies* que l'on classe aussi dans les études de réception des médias, ou que l'on présente comme le courant ayant donné naissance à la théorie de la réception⁹.

⁶ Elihu Katz. « La recherche en communication depuis Lazarsfeld », *Hermès, La revue*, Vol.4, n°4, 1980, p. 77-91.

⁷ Klaus Bruhn Jensen & Karl Erik Rosengren. « Cinq traditions à la recherche du public », *Hermès, La revue*, vol.1-2, n° 11-12, 1993, p.281-310.

⁸ Marie-Pierre Fourquet-Courbet & Didier Courbet, « Analyse de la réception des messages médiatiques. Récits rétrospectifs et verbalisations concomitantes », *Communication & langages*, vol.161, no3, 2009, p.117-135. <https://doi.org/10.4074/S033615000900310X>

⁹ Houssein Charmerkeh. *Pratiques médiatiques, usages des médias sociaux et trajectoires migratoires des Somaliens en France et au Canada. Sciences de l'information et de la communication*. 2013, Université de la Sorbonne nouvelle - Paris II, thèse de doctorat.

1.1.1 Effets des médias

À quel niveau les médias peuvent-ils exercer une influence ? Les réponses à cette question divergent selon les courants et même selon des chercheurs qui ont traité de cette problématique. Nous nous donnerons pour tâche non pas de revenir sur tous les modèles sur les effets des médias, mais plutôt d'en épinglez quelques-uns.

L'histoire des études sur les effets des médias révèle que ces recherches ont évolué des effets puissants aux effets faibles des médias, ou inversement. De façon globale les spécificités des effets des médias ont considérablement évolué aussi, allant « d'effets spécifiques, directs et à court terme, à des effets diffus, indirects et à long terme¹⁰ ».

Des auteurs comme Jean Lohisse regroupent par ailleurs les théories sur les effets des médias en trois grands groupes : des médias tout-puissants, des effets illimités des médias et des effets complexes des médias¹¹.

Déjà dans les années 1930, certains auteurs comme Serge Tchakhotine décrivaient les médias comme des moyens de communication aux effets illimités¹², s'inscrivant ainsi dans le modèle des effets puissants. Selon ce paradigme, les effets des médias sont « directs, massifs et immédiats », comme l'écrit Imen Ben Youssef¹³.

¹⁰ Klaus Bruhn Jensen & Karl Erik Rosengren, *op. cit.*, p. 283. Les auteurs se réfèrent ici au travail de Walter A. Mahle et à celui de Karl Erik Rosengren.

¹¹ Jean Lohisse, *La communication. De la transmission à la relation* (éd. 4e). Bruxelles, De Boeck. 2009.

¹² Grégory Derville. *Le pouvoir des médias* (éd. 4e). Grenoble: Presses universitaires de Grenoble, 2017, p. 11-13.

¹³ Imen Ben Youssef, « Grégory Derville (2017), Le pouvoir des médias », *Communication*, vol. 35, n° 1, 2018, <https://doi.org/10.4000/communication.7473>.

Entre les années 1960 et 1990, le courant des « effets complexes des médias » voit le jour. Avec ce courant, une attention est désormais portée notamment sur le rôle des médias dans la « co-construction » des rapports sociaux.

En effet, par rapport aux études précédentes, les théories regroupées sous cette appellation (effets complexes des médias) mesurent les effets des médias sur le long terme et s'interrogent sur l'impact des techniques de communication sur l'organisation des rapports sociaux. Elles insistent à la fois sur le rôle du récepteur perçu comme un individu actif dans la construction sociale des significations des messages et sur l'idée que ce qui est doté d'effets n'est ni le message conçu, ni le message diffusé, mais le message effectivement reçu.¹⁴

Parmi les modèles des « effets complexes des médias », on compte l'Agenda-Setting et la Spirale du silence. Avec la théorie de *l'Agenda-Setting*, Maxwell McCombs et Donald Shaw reconnaissent l'impact complexe des médias. D'après ce paradigme, les informations jouent un rôle capital dans la formation des « réalités politiques ». Les médias, au lieu d'être le filtre de la réalité, sélectionnent les faits à présenter au public quand bien même qu'ils n'auraient pas un impact direct.

Anne-Marie Gingras note qu'avec *l'Agenda-Setting*, « les médias ne dictent pas la pensée des gens [...] mais indiquent les sujets sur lesquels les citoyens et les citoyennes doivent pouvoir opiner. L'agenda des médias, c'est-à-dire la liste des préoccupations socialement ou politiquement importantes, devient l'agenda des individus¹⁵ ». Autrement, *l'Agenda-Setting* soutient que les médias influencent l'opinion publique en choisissant les sujets à traiter et en leur

¹⁴ Jean Lohisse, *op. cit.*, p. 49-50.

¹⁵ Anne-Marie Gingras, « Les théories en communication politique », dans Anne-Marie Gingras (dir.), *La communication politique. État des savoirs, enjeux et perspectives*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 2003, p. 20.

accordant une importance particulière. En d'autres termes, les médias ne nous disent pas quoi penser, mais plutôt sur quoi penser.

McCombs et Shaw ont proposé une théorie qui s'écarte non pas seulement des effets illimités des médias, mais aussi de la conception du faible impact des médias¹⁶, paradigme soutenu par Paul Lazarsfeld et Joseph T. Klapper plusieurs décennies avant. Lazarsfeld met en valeur la place de l'influence personnelle dans la construction de l'opinion.

Pour ce qui est par exemple du pouvoir des médias sur le vote, il affirme que « les proches jouent un rôle plus marqué que les médias dans la formation des opinions individuelles¹⁷ ». En d'autres termes, les proches des électeurs ont un plus grand pouvoir de persuasion des électeurs que les messages médiatiques en eux-mêmes.

Ce recours au pouvoir persuasif des médias fait partie aussi des éléments qui alimentent les critiques des effets limités. Katz indique que l'une des failles que des auteurs relèvent dans le paradigme des effets limités « c'est [...] de se tromper en considérant les médias comme des agents de persuasion plutôt que comme des producteurs d'information, d'agenda, et d'«espace public»¹⁸».

Michael J. Robinson, Kurt Lang et Gladys Engel Lang ont aussi reconsidéré la théorie des effets limités des médias¹⁹ en s'inscrivant dans la lignée des théories des malaises médiatiques.

¹⁶ Maxwell E. McCombs et Donald L. Shaw, « The Agenda-Setting Function of Mass Media », *Public Opinion Quarterly*, vol. 36, n° 2, 1972, p. 176-187.

¹⁷ Jean-François Dortier, « Paul Lazarsfeld (1901-1976). L'influence des médias », *Sciences humaines*, n° 20, juin-juillet 2015, p. 76.

¹⁸ Elihu Katz, *op. cit.*, p. 79.

¹⁹ Jean Charron cité par Virginie Hébert, Thierry Giasson (dir.), Gabrielle Sirois et Émilie Tremblay-Potvin. « Les effets des médias à l'ère du 2.0. Recension des écrits sur l'influence de la médiatisation dans la formation des opinions politiques à l'heure des médias sociaux », *Groupe de recherche en communication politique*, Université Laval, 2015, p. 7.

Thierry Giasson et al. et Robinson soutiennent que « le visionnement de l'information télévisée pourrait modifier l'opinion de façon significative²⁰ ».

Les théories des malaises médiatiques vont elles également être remises en cause par les théoriciens des modèles du cercle vertueux et de la mobilisation. Les études de Pippa Norris sont souvent citées sur ce point.

Selon l'auteure, les analyses démontrent que le citoyen consommateur d'information politique n'est pas un simple récepteur passif de la couverture médiatique, mais qu'il filtre et interprète activement et de manière critique l'information diffusée. Ce lien positif entre l'engagement civique et l'attention portée aux informations médiatisées pourrait s'expliquer par trois facteurs différents : un effet de sélection où ceux qui sont les plus prédisposés à participer politiquement auraient tendance à porter davantage attention aux médias ; un effet des médias qui contribueraient à accroître l'intérêt, la connaissance et la participation politique ; ou encore un cercle vertueux, un processus interactif à double sens (*two-way interactive process*) où les médias servent à « activer les actifs ».²¹

Le modèle de *l'Agenda-Setting* est jugé peu convaincant, faute de résultats empiriques évidents parce que favorisant « des effets cognitifs des médias en lieu et place des changements d'attitudes, d'opinions ou de comportements induits par les médias »²².

Jusqu'à nos jours, la théorie de l'Agenda Setting peut encore être utilisée en communication politique, notamment dans les études axées sur les rapports médias-sources

²⁰ La citation se réfère à Michael J. Robinson, « Public Affairs Television and the Growth of Political Malaise: The Case of "The Selling of the Pentagon" », *American Political Science Review*, vol. 70, n° 2, 1976, p. 409-432.

²¹ Le texte se réfère à Pippa Norris, « A Virtuous Circle? The Impact of Political Communications in Post-Industrial Democracies », *Challenges to Democracy*, n° 7247, 2001, p. 100-117.

²² Thierry Giasson [dir.], *op. cit.*, p. 11.

d'information. Albaraa Altourah²³ le démontre dans son étude menée en 2018 sur la hiérarchisation de l'information dans le réseau social Twitter.

S'inspirant de l'Agenda Setting, Shanto Iyengar développe le concept de cadrage qui tire son soubassement sociologique des études de Erving Goffman²⁴.

Le cadrage peut être compris comme « une construction de la réalité, véhiculée dans une nouvelle, pour en faire ressortir certains aspects au détriment d'autres²⁵ ». Il y a ici une volonté manifeste du média à « orienter » l'opinion.

Le choix des mots, des métaphores et des images par les journalistes contribue à façonner l'opinion du public sur certains problèmes sociaux et politiques et favorise par là même certains courants idéologiques et politiques. À travers l'effet de cadrage, les médias tentent d'orienter le jugement du public sur un thème sans lui enjoindre de manière explicite d'adopter un certain comportement ou une certaine opinion. Ce phénomène de cadrage façonne nos catégories de perception et contribue à la construction de la réalité qui nous entoure.²⁶

Il est à noter que plusieurs recherches sur des mouvements sociaux ont utilisé le modèle du cadrage pour « comprendre les identités médiatiques construites lors de la progression d'une cause ou des revendications d'un groupe dans l'espace public²⁷ ».

Pour certains auteurs dont Irwin P. Levin, les seuls cadres ou structures médiatiques ne sont pas suffisants pour influencer la façon dont les productions médiatiques sont perçues par

²³ Albaraa Altourah, « Hiérarchisation de l'information et "agenda setting" sur Twitter : étude comparée entre la France et le Koweït », [Thèse de doctorat, Lille, Université de Lille], 2018, <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01958593>

²⁴ Robert D. Benford, David A. Snow et Nathalie Miriam Plouchard, « Processus de cadrage et mouvements sociaux : présentation et bilan », *Politix*, vol. 3, n° 99, 2012, p. 217-255.

²⁵ Thierry Giasson (dir.), *op. cit.*, p. 13.

²⁶ Imen Ben Youssef, *op. cit.*

²⁷ Catherine Lemarier-Saulnier, « Cadrer les définitions du cadrage: une recension multidisciplinaire des approches du cadrage médiatique », *Canadian Journal of Communication*, vol. 4, n° 1, 2016, p. 68-69.

le public. En réalité, l'impact sur la réception des médias dépend de l'interaction de ces cadres médiatiques avec d'autres facteurs qui ne sont pas complètement compris ou bien définis.²⁸

Comme pour *l'Agenda-Setting*, plusieurs interrogations demeurent sans réponse dans les approches sociologiques du cadrage : peut-on comprendre à partir des cadres le processus de traitement de l'information qui survient chez le spectateur ?

L'analyse de contenus ou l'analyse du discours souvent utilisée dans les études sur les cadres aide-t-elle à comprendre comment ces cadres se sont installés dans l'environnement médiatique ? Les réponses à ces questionnements sont toutes négatives, à en croire Catherine Lemarier-Saulnier²⁹.

L'autre classification des études des effets des médias est celle de Jack McLeod et Byron Reeves. Ils distinguent quatre critères qui peuvent orienter ces études :

Ces effets se situent au niveau microscopique ou macroscopique dans le sens où ils atteignent les communautés ou les grands groupes. En second lieu, on peut réfléchir les effets [*sic*] à partir d'un type de contenus spécifique ou en considérant les contenus de façon indifférenciée. D'autre part, les effets des médias engendrent des changements en ce qui concerne les attitudes, le comportement ou encore sur le plan cognitif. Enfin, les effets peuvent traduire soit une altération soit une stabilisation dans les attitudes, les comportements, etc.³⁰

²⁸Thierry Giasson (dir.), *op. cit.*, p. 15. Le texte se réfère à Irwin P. Levin *et al.*, « A New Look at Framing Effects: Distribution of Effect Sizes, Individual Differences, and Independence of Types of Effects », *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 88, n° 1, 2002, p. 411-429.

²⁹ Catherine Lemarier-Saulnier, *op. cit.* p. 69.

³⁰ Seima Souissi, « La contribution de la télévision québécoise à la resocialisation des immigrants d'origine tunisienne nouvellement établis au Québec », [thèse de doctorat en communication publique, Université de Montréal], 2016, p. 35. La citation se réfère à Jack McLeod et Byron Reeves, « On the nature of mass media effects », dans Stephen B. Withey et Ronald P. Abels (dir.), *Television and Social Behavior: Beyond Violence and Children. A Report of the Committee on Television and Social Behavior*, Social Science Research Council, Hillsdale, Lawrence Erlbaum, 1980, p. 17-54.

1.1.2 Réception des médias

Il s'agit ici des recherches dont la préoccupation est notamment de comprendre comment les messages sont reçus et comment les sujets sociaux en construisent le sens³¹. Autrement, comment l'expérience médiatique est vécue par le récepteur. Ces recherches émergent dans les années quatre-vingt et sont associées au « paradigme des effets limités » des masses médias.

Le rôle que joue le récepteur dans l'interprétation du message marquant ainsi la différence entre ce paradigme et celui des effets faibles³².

Avec le paradigme des effets limités, on reconnaît au récepteur humain un rôle actif d'interprétation des messages : compte tenu de son histoire personnelle, de ses attentes, motivations et désirs individuels, de son appartenance à une classe sociale spécifique ou à une communauté ethnoculturelle particulière, de son insertion spécifique dans des rapports sociaux de genre, le récepteur humain procédera à un décodage différencié du message médiatisé qui l'atteint plus ou moins directement. D'où la difficulté pour l'observateur qui cherche à saisir la nature profonde de l'échange dans la communication médiatique et, en particulier, à mesurer l'efficacité réelle des messages diffusés par les grands médias qui ont pour finalité, comme c'est souvent le cas pour la communication politique, de convaincre ou plus simplement d'informer³³.

De manière succincte, « les analyses de réception conçoivent les récepteurs comme des individus actifs, capables de soumettre les médias à diverses formes de consommation, de décodage et d'usages sociaux³⁴ ».

³¹ Marie-Pierre Fourquet-Courbet et Didier Courbet, *op. cit.*

³² Serge Proulx et Danielle Bélanger, « La réception des messages », dans Anne-Marie Gingras (dir.), *La communication politique. État des savoirs, enjeux et perspectives*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 2003, p. 215-255.

³³ *Ibid.*, p. 217.

³⁴ Klaus Bruhn Jensen & Karl Erik Rosengren, *op. cit.*, p. 290.

Du point de vue de la réception, les messages que véhiculent les médias ne sont pas interprétés de la même manière et sont fonction d'un groupe à un autre. En réalité, ce sont ces groupes qui donnent un sens aux messages médiatiques. On peut ainsi comprendre, malgré leur complexité, l'importance qu'on accorde aux recherches sur la réception des médias.

En effet, l'analyse des effets des médias a pour « objectif immédiat [...] d'appréhender le processus de réception lui-même, avant de voir en quoi il affecte les usages et les effets des contenus médiatiques³⁵ ».

Les études qualitatives des audiences dans l'optique sociologique recourent plus souvent aux analyses de réception³⁶. La littérature sur la réception des médias enseigne que le décodage des messages est fonction de divers éléments « sociaux et politiques³⁷ ». L'interprétation des messages est donc un processus polysémique pouvant varier d'un groupe à un autre.

Le processus de construction de sens par le récepteur est au centre des études culturelles (*cultural studies*), une des plus importantes théories de réception par son envergure.

Ayant vu le jour en 1964 à l'université de Birmingham, les *cultural studies*, à l'origine, ont pour objet d'étude « la culture (sens, formes symboliques, pratiques, discours) située dans le contexte des relations sociales et de l'organisation du pouvoir³⁸ ».

En effet, les *Cultural Studies* refusent le modèle victimisant de la théorie critique traditionnelle, en particulier l'idée du caractère aliénant de la culture de masse, dénoncée par les théoriciens de l'École de Francfort.

³⁵ *Ibid.*, p. 287.

³⁶ Klaus Bruhn Jensen, *Making Sense of the News. Towards a Theory and an Empirical Model of Reception for the Study of Mass Communication*, Aarhus, Aarhus University Press, 1986.

³⁷ Imen Ben Youssef, *op. cit.*

³⁸ San Juan Epifanio, « Politique des Cultural Studies contemporaines », *L'Homme & la Société*, vol.149, n°3, 2003, p.108. La citation se réfère au travail de Stuart Hall, Peter Osborne et Lynne Segal, « Culture and Power », *Radical Philosophy*, n° 86, 1998, p. 24-41.

Pour les chercheurs culturalistes, la culture de masse est analysée comme la manifestation des rapports entre les individus et les classes sociales, dans le contexte social et politique particulier des sociétés capitalistes. Les médias sont envisagés comme faisant partie intégrante d'un « système d'interaction symbolique », participant à la production d'un univers symbolique plutôt que comme des instruments au service d'une classe dominante. Dans cette perspective, les *Cultural Studies* rejoignent l'approche des usages et gratifications pour dire que « ce sont davantage les gens qui font quelque chose des médias et non l'inverse ».³⁹

En tant qu'élément participant dans un processus d'échange, les médias subissent l'influence externe car « il n'y a pas de média qui influence sans être influencé⁴⁰ ».

Dans l'optique de la réception des médias, les *cultural studies* peuvent servir par exemple à « comprendre comment les groupes d'auditoires utilisent concrètement, et de manière active, la télévision, en tant qu'élément intégré à leur culture, [...] et comment ils participent à la création sociale du sens des produits médiatiques par les lectures qu'ils en font⁴¹ ».

Même si l'apport des *cultural studies* est considérable dans les études de la réception et des publics, l'approche fait l'objet de plusieurs critiques, surtout dans sa version américaine. Citant Michael F. Bérubé, professeur à l'Université de Pennsylvanie et auteur du livre *The Left at War*, Jean-Christian Vinel écrit que parmi les reproches qu'on fait aux *cultural studies*

³⁹ Florence Millerand, « David Morley et la problématique de la réception », *Composite*, 1997 <http://www.composite.org/index.php/revue/article/viewFile/8/7>.

⁴⁰ Mélanie Girard et Simon Laflamme, « La Sociologie de la communication », dans Jean Lafontant et Simon Laflamme (dir.), *Initiation thématique à la sociologie*, deuxième édition revue et augmentée, Sudbury, Prise de parole, coll. « Cognito », 2008, p. 450.

⁴¹ Florence Millerand, *op. cit.*

figurent « leur incapacité à faire le lien entre le culturel et le politique et, d'autre part, [...] leur silence sur la croissance des inégalités économiques ⁴²».

De fait, en présentant la consommation ou des expressions artistiques comme le hip hop comme des espaces d'émancipation sociale, les *cultural studies*, dans leur version américaine, ont évacué le politique et donné l'impression que la critique du capitalisme et des inégalités sociales était moins importante qu'une insistance sur l'autonomie dérobée, par les acteurs, aux vents contraires des rapports de pouvoir. En privilégiant une perspective ethnographique, elles ont aussi, dans le même temps, laissé de côté des phénomènes politiques et macro-économiques qui structurent pourtant la vie et les choix qui s'offrent aux acteurs.⁴³

Josiane Millette et Serge Proulx notent que « les *cultural studies* [...] tendrait à négliger, par exemple, les relations de pouvoir s'exerçant à l'intérieur des groupes d'immigration ou encore l'impact des politiques nationales d'intégration mises en œuvre par les sociétés d'accueil⁴⁴».

Tristan Mattelart, dans son ouvrage *Médias, migrations et théories de la transnationalisation*, note que des études consacrées aux *cultural studies* ont suscité l'intérêt de plusieurs chercheurs dans les études sur le rapport entre les diasporas et les médias.

Aux côtés des *cultural studies* s'est développé l'approche « encodage/décodage » du sociologue Jamaïcain Stuart Hall, un des fondateurs des *cultural studies*. Cette théorie est considérée comme celle ayant posé les bases des *cultural studies*.

⁴² Jean-Christian Vinel, « Les cultural studies peuvent-elles sauver la gauche américaine ?. À propos de : M. F. Bérubé, *The Left at War*, NYU Press », la vie des idées, 25 octobre 2010. <<https://laviedesidees.fr/Les-cultural-studies-peuvent-elles>>.

⁴³ *Ibid.*

⁴⁴ Josiane Millette et Serge Proulx, « *Médias et transnationalité. Le rôle des médias et d'Internet dans la trajectoire identitaire de jeunes (18-25 ans) issus de l'immigration* », Québec, GRM et CEM, Université Laval, février 2013, p. 22, <https://www.cem.ulaval.ca/wp-content/uploads/2019/04/mediatransnationalite.pdf>.

Hall suggère de ne pas considérer le moment de production (l'encodage/codage) des messages médiatiques comme étant le même que celui de sa réception (le décodage/décodage)⁴⁵.

Pour Hall, si les pôles encodage/codage et décodage/décodage se confondent, la communication n'existerait pas⁴⁶.

Du point de vue de Hall, il existe trois positions d'encodage :

1 ° *Le mode hégémonique* : le décodage du récepteur est équivalent au codage de l'émetteur ;

2 ° *Le mode négocié* : les récepteurs acceptent la définition de la réalité véhiculée par le message, mais l'adapte localement, en restreint la portée, voire s'y opposent partiellement ;

3 ° *Le mode oppositionnel* : le récepteur oppose l'idéologie à laquelle il adhère à celle dont il critique les connotations.⁴⁷

Les études de David Morley, professeur britannique spécialiste de la sociologie de l'audience télévisuelle, ont permis de valider l'approche de Hall du point de vue empirique, mais aussi, comme le note Maigret, de faire ressortir une des faiblesses de cette théorie « qui confond les dimensions de reconnaissance, compréhension, interprétation et réponse aux messages⁴⁸ ».

Certains auteurs encouragent le recours aux approches qualitatives⁴⁹ (ethnographiques par exemple) dans l'analyse de la réception dont l'objet est d'étudier par

⁴⁵ Stuart Hall, Michèle Albaret et Marie-Christine Gamberini, « Codage/décodage », *Réseaux*, vol.12, n°68, 1994, p.36.

⁴⁶ Éric Maigret, *Sociologie de la communication et des médias*, Paris, Armand Colin, 2015, p. 147.

⁴⁷ *Ibid.*, p. 148.

⁴⁸ *Ibid.*

⁴⁹ Serge Proulx, « Notes pour une ethnographie des téléspectateurs », *MEI "médias et information"*, n° 1, 1993, p. 74.

exemple la dynamique entre les rapports au sein d'une famille et comment ses membres utilisent un média donné, le cas de la télévision.

Une telle démarche voudrait que le chercheur soit en immersion chez ses enquêtés plutôt que de se contenter des outils classiques de recherches quantitative.

Ces approches trouvent leur pertinence par le fait que chaque groupe, « chaque famille développe en son sein, des *patterns* de communication domestique spécifiques, qu'il s'agisse de l'usage du langage, des styles d'interactions interpersonnelles ou des usages des médias⁵⁰ ».

Contrairement aux approches ethnographiques et anthropologiques qui sont de méthodologie qualitative, Robert Kubey et Mihaly Csikszentmihalyi ont développé une approche quantitative dans une optique « psychosociologique » :

En effet, ils ont suivi à la trace un échantillon représentatif de 107 travailleurs et travailleuses de la région de Chicago qui avaient accepté de se déplacer pendant une semaine tous munis d'un *beeper* et qui répondaient cinq fois par jour (entre 8 heures et 22 heures) à un questionnaire fermé dès qu'ils étaient appelés. Cette stratégie a permis à ces chercheurs de recueillir de l'information quantitative sur les émotions ressenties par les individus de l'échantillon au moment même où ces émotions apparaissaient. En outre, le questionnaire n'étant pas centré uniquement sur l'usage de la télévision, il a été possible pour les chercheurs de situer ce phénomène spécifique parmi l'ensemble des activités conduites par les individus dans leurs vie quotidienne⁵¹.

Même s'il reconnaît l'originalité de cette approche, Proulx émet des réserves au niveau de sa méthodologie du fait de l'inexistence de « cueillette de matériaux qualitatifs⁵² ».

⁵⁰ *Ibid.*, p. 73.

⁵¹ *Ibid.*, p. 74.

⁵² *Ibid.*,

Malgré des débats qu'elles continuent de susciter, les études de réception des médias sont néanmoins une étape cruciale dans les recherches sur les rapports qu'entretiennent les publics avec les médias. Maigret écrit : « L'étude de la réception a bien sûr permis de combattre l'image de l'«idiot culturel», réduit à une cire molle, et a permis de doter les publics de compétences cognitives et sociales⁵³».

Terminons ce point en précisant que l'analyse de la réception des médias ne relève pas des études théoriques mais plutôt des études empiriques.

Les travaux de Lazarsfeld, les expériences de psychosociologie et enfin les études de réception ont pu démontrer que l'influence des médias dépend de l'insertion des individus dans des groupes sociaux, de leurs prédispositions psychologiques, de leurs attentes et satisfactions ainsi que des codes culturels à partir desquels ils interprètent les messages reçus⁵⁴.

Il se développe une nouvelle dynamique dans l'analyse de réception consistant à adjoindre l'analyse de contenu dans la même recherche. Janice Radway, présentée comme la première à avoir recouru à cette méthodologie, conclut après l'étude des romans de la collection Harlequin que les deux méthodes d'analyse renseignent sur « les positionnements sociaux des publics et sur les contenus eux-mêmes⁵⁵ ».

⁵³ Maigret Eric, « Cultural Studies » *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. Mis en ligne le 20 septembre 2015. Dernière modification le 20 janvier 2023. Accès : <https://publictionnaire.humanum.fr/notice/cultural-studies>.

⁵⁴ Imen Ben Youssef, *op. cit.*,

⁵⁵ Éric Maigret, *Sociologie de la communication et des médias, op. cit.*, p. 258.

1.1.3 Les études sur les usages et gratifications

Considérées parfois comme faisant partie de la sociologie de la réception, les recherches sur les usages des médias se préoccupent généralement des utilisations des médias par des individus, et non de « ce que font les médias à l'individu ». Dans le contexte actuel où les médias ont investi l'ensemble de nos espaces vitaux, les études des usages sont adoptées par plusieurs chercheurs préoccupés par le besoin de comprendre les pratiques de consommation d'un média donné. Les auteurs s'accordent sur le fait que ces études s'inscrivent dans la continuité des réflexions sur le modèle des effets limités des médias.

Katz, Jay G. Blumler et Michael Gurevitch résumant en sept propositions de sens ce qu'il faut entendre par un programme de recherche sur les usages et la gratification. Ces études « s'attachent 1° aux origines sociales et psychologiques ; 2° des besoins qui engendrent ; 3° des attentes ; 4° face aux mass média ou à d'autres sources qui entraînent ; 5° des modèles différenciés d'exposition aux mass média (ou l'engagement) dans d'autres activités ayant pour résultat ; 6° des satisfactions de besoins et 7° d'autres conséquences inattendues⁵⁶ ».

1.2 Que faut-il comprendre par une étude d'usage social de médias ?

En utilisant l'expression « usage social de médias », Gilles Pronovost met en exergue la dimension interactive et active de l'usage des médias, car comme il écrit : « ces derniers [des médias] ne sont pas seulement "reçus" mais aussi médiatisés, interprétés, redéployés dans le substrat des activités quotidiennes⁵⁷ ».

⁵⁶ Jean Lohisse, *op. cit.*, p. 53. La citation se réfère au travail de Elihu Katz, E., Jay G. Blumler et Michael Gurevitch, « Uses and Gratification Research », *Public Opinion Quarterly*, col. 37, n° 4, 1973, p. 509-523.

⁵⁷ Gilles Pronovost, « Les usages sociaux des médias : temps, espace et sociabilité », *Communication Information*, vol. 11, n°2, Automne 1990, p.11.

Étudier l'usage social des médias revient autrement à saisir les deux dimensions (interactive et active) dans l'usage des médias dans la société, et non pas uniquement comme prévient à son tour Josiane Jouët, « aux seules formes d'utilisation prescrites par la technique⁵⁸ ».

La principale faiblesse des études des usages et des gratifications a trait au fait que ces recherches s'intéressent à « l'examen de grandes structures sociales et médiatiques qui servent de contexte à l'usage individuel des médias⁵⁹ ».

1.3 Les approches théoriques sur les effets, la réception et les usages des médias à l'ère du web 2.0

La plupart des recherches que nous avons évoquées ont précédé internet qui a vu le jour dans les années 1960. Bien que cet outil n'ait pris corps que deux décennies plus tard⁶⁰, les recherches sur les médias numériques sont actuellement légions. Ce n'est d'ailleurs qu'en 1990 que le Britannique Tim Berners-Lee inventera le Web, une des composantes d'internet qui a facilité son usage par les internautes et l'a rendu plus interactif avec l'avènement du Web 2.0. Ces deux raisons auxquelles nous pouvons ajouter l'impact que le web a dans la société peuvent expliquer l'intérêt manifeste des études sur les médias sociaux numériques en général et sur ses rapports avec les publics en particulier.

Parmi ces études figurent celles qui se sont intéressées à l'influence qu'ont ces médias sur les journalistes, sur les publics ou sur d'autres acteurs sociaux, mais toujours dans le contexte soit de l'usage, soit de la production, soit de la réception des contenus médiatiques

⁵⁸ Josiane Jouët, « Retour critique sur la sociologie des usages », *Réseaux*, vol. 18, n° 100, 2000, p. 499.

⁵⁹ Klaus Bruhn Jensen *et al.*, *op. cit.*, p. 292.

⁶⁰ Dominique Cardon, *La démocratie Internet. Promesses et limites*, Paris, Seuil, coll. « La république des idées », 2010.

de manière générale. D'autres chercheurs se sont interrogés sur les effets du web 2.0 en se focalisant sur des thématiques particulières, comme la participation politique, la violence, la consommation de l'alcool, l'intégration des immigrants, la co-crédation de l'identitéd, et tant d'autres thèmes.

Les médias sociaux numériques ont le mériite d'offrir plus de possibilités « d'engagement » et « de participation » des publics ainsi que plus d'interaction avec l'outil numérique, possibilités dont on ne disposait pas avant le développement des médias sociaux, mais que prédisaient déjà les concepteurs d'internet.

Dès 1968, les deux célèbres précurseurs d'Internet, les chercheurs américains Licklider et Taylor (ce dernier étant responsable du département informatique de l'Arpa), affirmaient avec netteté que « dans quelques années les hommes communiqueront de façon plus efficace avec la machine qu'en face-à-face. C'est plutôt inquiétant à dire, mais c'est notre conclusion »⁶¹.

Aujourd'hui avec le web 2.0, les protagonistes dans un débat à la radio ou à la télévision ne sont plus les seuls à discuter sur tel ou tel autre enjeu sociétal, car le public a désormais la possibilité de participer directement ou indirectement au débat avec des outils comme Twitter ou Facebook par exemple. Ces applications du web ont contribué à réduire les espaces entre différents coins du monde.

Marshall McLuhan, un des théoriciens qui a jeté les bases des recherches contemporaines sur les médias, lui qui a laissé une empreinte avec son expression « village planétaire », a

⁶¹ Philippe Breton, « Internet. La communication contre la parole ? », *Étude*, vol. 394, n°6, 2001, <https://doi.org/10.3917/etu.946.0775>.

soutenu que « le monde va se transformer de plus en plus vite tout en rétrécissant virtuellement⁶²».

En d'autres termes, les médias et les nouvelles technologies de l'information et de la communication produisent des effets à l'échelle planétaire, une sorte de célébration à internet.

Cette notion de village planétaire émerge alors dans le courant de la société de l'information ou encore l'idéologie de réseaux qui soutient « la fin des hiérarchies sociales⁶³ ». Ce courant dont fait partie Manuel Castells considère internet comme un « supermédia », voire un « média homogène », ou un « média roi » et « libre », comme l'écrit Maigret :

En rendant possible le contact entre tous, avec ou sous anonymat; Internet viendrait signer la fin des hiérarchies sociales, accroître le développement d'une intelligence collective ou annoncer la libération d'une culture de masse symbolisée par la télévision, qui aurait jusque-là noyé les individus dans la passivité... Les discours sur internet baignent donc dans une idéologie naïve de progrès, plutôt anarchiste ou libérale [...]. Internet puisqu'il permet à la fois de trouver ce que l'on aime et de rendre publiques ses propres créations, serait le média roi et le média libre, affranchissant d'un côté de la dictature de la pensée analytique étroitement scolaire, de l'autre des tyrannies des médias de masse, de la passivité.⁶⁴

Selon Castells les changements économiques et sociaux sont grandement influencés par « la révolution technologique ». Cette révolution jouerait même un rôle principal dans le processus de ces transformations⁶⁵.

⁶² Julien Damon, « Marshall McLuhan. Les médias chauds et froids », dans Damon Julien (dir.), *100 penseurs de la société*, Paris, Presses universitaires de France, « Hors collection », 2016, p. 147-148.

⁶³ Éric Maigret, *Sociologie de la communication et des médias*, op. cit., p. 270.

⁶⁴ *Ibid.*, p. 270-271.

⁶⁵ Dominique Desbois, « Manuel Castells, La société en réseaux. L'ère de l'information. Tome 1 », *Revue française de sociologie*, vol. 40, n° 4, 1999, p. 774.

Philippe Breton distingue trois positions sur internet. Le premier groupe, celui du « tout-Internet », est tenu par ceux qu'il qualifie des « prophètes du “tout-Internet” ».

Il s'agit de ceux qui véhiculent « la vision fondamentaliste d'internet. La conception d'internet comme supermédia est qualifiée d'utopie, car internet n'est pas « la révolution » en soi. Toutefois, pour Maigret, « l'apport (d'internet) ne doit pas être négligé et son impact social sous-estimé⁶⁶».

Pour se rendre compte de l'apport d'internet dans la société, plusieurs auteurs se sont penchés sur les usages sociaux de cet outil.

Quels sont les usages d'internet chez les femmes ou chez les hommes ? Quels usages font les élèves d'internet ? Quels sont les usages d'internet des francophones comparativement aux anglophones ? Quels sont les obstacles à l'usage d'internet chez telle catégorie sociale ? Ce sont là quelques exemples des préoccupations qui peuvent animer la recherche sur les usages d'internet.

Maigret fait observer que l'intérêt des femmes et des couches populaires pour les réseaux sociaux marque un tournant dans l'histoire des usages⁶⁷. Internet, c'est aussi cet outil de communication qui a donné un plus grand potentiel d'expression à certaines minorités autrefois absentes ou faiblement représentées dans les médias ; ces populations y ont trouvé un moyen pour communiquer leurs référents identitaires. Vincent Raynauld, Emmanuelle Richez et Stéphanie Wojcik écrivent à ce sujet : « Les outils de communication numérique

⁶⁶ Éric Maigret, *Sociologie de la communication et des médias*, op. cit., p. 272,

⁶⁷ *Ibid.*, p. 276.

offrent un forum permettant aux groupes minoritaires et/ou marginalisés de s'exprimer de manière relativement indépendante⁶⁸ ».

Pour appréhender le rôle que jouent des médias dans « le développement et le maintien des identités sociales et des attitudes associées », on peut recourir au *modèle des spirales se renforçant* de Michael D. Slater.

Selon Slater, dans un contexte où Internet et les multiples canaux de télévision et de radio offrent une diversité accrue de contenus, les processus de sélection et d'effets des médias se renforcent mutuellement, agissant comme une spirale d'influence constante [...]. Dans ce processus en spirale, la sélection d'un type particulier de média influence les croyances; ce changement dans les croyances induit ensuite une augmentation de la consommation de médias au contenu similaire, ce qui, en retour, renforce davantage les croyances et ainsi de suite. [...] L'une des propositions fondamentales du modèle de Slater est donc que l'utilisation des médias sert à la fois de variable dépendante et de variable indépendante dans plusieurs processus sociaux. [...] Par son modèle, Slater suggère également que ce processus de sélection des contenus et des effets de l'exposition aux contenus sélectionnés est dynamique et constant. La principale contribution de son modèle théorique résiderait donc dans le mariage entre les approches de l'exposition sélective et des usages et gratifications avec celle des effets des médias, cela dans l'objectif de mieux comprendre les dynamiques des usages et influences des médias à travers le temps.

[...]

Dans un contexte où ces groupes d'intérêts peuvent désormais diffuser leurs propres informations par le biais de différents canaux (réseaux sociaux numériques, sites webs, etc.), Slater propose de voir de quelle manière ils sont en mesure d'influencer le plus large environnement médiatique.⁶⁹

Il sied de noter que des théories des usages des technologies de communication sont nombreuses. Entre 1980 et 1995, Francis Jauréguiberry et Proulx ont identifié trois

⁶⁸ Vincent Raynauld, Emmanuelle Richez et Stéphanie Wojcik, « Les groupes minoritaires et/ou marginalisés à l'ère numérique. Introduction », *Terminal*, n° 127, 2020,

⁶⁹ Thierry Giasson (dir.), *op. cit.*, p. 28-29.

paradigmes de ces approches: le modèle de diffusion et adoption, le modèle de conception et utilisation ainsi que le modèle d'usages et appropriation.

1.3.1 La recherche sur les rapports publics-médias dans le champ d'études des diasporas

1.3.1.1 Problèmes que posent les recherches des audiences des diasporas

La notion de diaspora est vaste et polysémique. Mais la plupart des auteurs contemporains sont d'accord sur le fait qu'on ne peut concevoir la notion de diaspora ou encore de « communautés ethniques transnationales⁷⁰ » que dans la mesure où les liens ne sont pas brisés avec le pays d'origine. C'est la caractéristique principale des diasporas selon Gabriel Sheffer: « *In the modern context, diaspora is often regarded as a special group of people who are physically away from their places of origin but still maintaining sentimental, social and material connections with their homelands⁷¹* ».

Mattelart a identifié un certain nombre d'ambiguïtés dans les études d'audiences des diasporas. Il relève une contradiction dans l'usage du concept de diasporas du fait que certains chercheurs les considèrent comme des publics particuliers. « Les considérant comme tels, ces travaux explorent la spécificité de leurs pratiques. Ils tendent alors à mettre

⁷⁰ Pauline Peretz, « "Diasporas", un concept et une réalité devant inspirer le soupçon ? », *Hypothèses*, n° 8, 2005, p. 137-146.

⁷¹ Lu, Jiaji, Theorising the impacts of digitally mediated social interaction on diasporic identity formation: A case of Chinese diaspora in Australia. In Bourk, M, Paterno, D, & Matheson, D (Eds.) Refereed proceedings of the Australian and New Zealand Communication Association conference: Rethinking communication, space and identity. Australian and New Zealand Communication Association, New Zealand, 2015, p.1-12.

https://www.researchgate.net/publication/280217694_Theorising_the_impacts_of_digitally_mediated_social_interaction_on_diasporic_identity_formation_a_case_of_Chinese_diaspora_in_Australia.

La citation se réfère au travail de Gabriel Sheffer, « A New Field of Study: Modern Diasporas in International Politics », dans Gabriel Sheffer (dir.), *Modern diasporas in International Politics*, Londres, Croom Helm, 1986, p. 1-15. Notre traduction : Dans le contexte moderne, la diaspora est souvent considérée comme un groupe spécial de personnes qui sont physiquement éloignées de leur lieu d'origine tout en maintenant des liens sentimentaux, sociaux et matériels avec leur patrie.

l'accent – et le premier sens de la notion est ici palpable – sur les connexions que ces groupes maintiennent à distance avec leurs pays d'origine, grâce à une variété de rencontres médiatisées⁷² ».

L'auteur considère qu'au lieu de se préoccuper des « expériences médiatiques ordinaires » des diasporas, les recherches sur leurs audiences se concentrent plus plutôt sur les rapports « transnationaux avec le pays d'origine, au détriment d'autres formes d'interactions médiatisées se déployant à d'autres échelles⁷³ ».

Un autre problème que relève Mattelart, c'est la tendance pour la plupart des études d'audiences diasporiques à ne considérer qu'une des deux traditions les plus exploitées dans des études sur les rapports entre les médias et leurs publics, à savoir les usages et la réception des médias. Cependant, il est possible d'inclure ces deux traditions dans la même recherche.

Les études des audiences diasporiques mettent dans le même sac diverses populations qu'elles considèrent comme diasporas alors qu'elles diffèrent les unes des autres comme les font aussi leurs pratiques des médias.

[En] s'imposant progressivement comme une notion-clef pour comprendre le monde contemporain, le terme de diaspora a non seulement perdu beaucoup de sa « précision sémantique », mais aussi, et peut-être surtout, s'est vu doter de sens contradictoires qui rendent sa manipulation bien délicate : alors que dans certains écrits, « la diaspora continue d'être continuité », dans d'autres,

⁷² Tristant Mattelart, « Les pratiques médiatiques et communicationnelles au sein des foyers issus de l'immigration, entre le local et le transnational. Retour sur une enquête », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n° 17, 2019, <https://doi.org/10.4000/rfsic.6613>.

⁷³ *Ibid.*

elle est mobilisée, à l'inverse, pour « scander l'avènement [d'] identités fluides »⁷⁴.

Après ce bref aperçu terminologique du mot diaspora, passons en revue quelques études sociologiques sur les relations médias-publics appliquées au champ des études des diasporas. La littérature renseigne qu'une panoplie des études sur les effets des médias se sont intéressées aux médias comme instruments de socialisation ou d'intégration sociale des diasporas dans les pays d'accueil ou encore au sein des groupes d'immigrants auxquelles elles s'identifient. Ces recherches abondantes ont permis aussi d'étudier les rapports entre les offres médiatiques et les constructions identitaires⁷⁵.

Les questions que se posent Daniel Dayan dans son article « Médias et diasporas » résument bien, selon nous, les grandes questions que pose ce premier groupe d'études empiriques sur les rapports entre les publics diasporiques et les médias :

Quelles connaissances spécifiques sont mobilisées lors de la construction de l'identité d'un groupe ? De quelle manière les médias identitaires contribuent-ils à la construction, la médiation et l'acceptation de cette identité ?

Quels sont les problèmes soulevés par le développement des médias en mesure de relier les différents segments des diasporas les uns aux autres ? Il se peut que les médias identitaires proposent des versions rivales de l'identité d'un groupe. Dans quelles circonstances peuvent-ils cesser d'être seulement des faisceaux de média, pour ouvrir la voie à l'émergence de « micro-espaces » publics ?⁷⁶

⁷⁴ Christine Chivallon « Introduction. Diaspora : ferveur académique autour d'un mot », dans « Les diasporas à l'heure des technologies de l'information et de la communication : petit état des savoirs », *TIC et diasporas*, [En ligne], vol. 3, n° 1-2, 2009, <https://journals.openedition.org/ticetsociete/600?lang=en>

⁷⁵ Fathallah Daghami, « Constructions identitaires et récits médiatiques », *Études caribéennes*, n° 7, 2007, <https://doi.org/10.4000/etudescaribeennes.368>.

⁷⁶ Daniel Dayan, « Médias et diasporas », *Les cahiers de médiologie*, vol.3, n° 1, p. 91.

Paul Gilroy et Stuart Hall à travers les *cultural studies* ont donné une autre orientation à la compréhension du concept diaspora et à la manière de concevoir l'identité, la culture ou la nation, ce qui apportera aussi un autre vent dans les études sur les rapports des diasporas aux médias.

Hall estime par exemple que les questions des « identités et cultures contemporaines » ne devaient plus être comprises comme une notion « homogène » comme cela a été longtemps le cas en Grande-Bretagne. Mattelart écrit en se référant au travail de Hall : « Il est dorénavant nécessaire [...] de penser les identités culturelles comme “n'étant pas définies une fois pour toutes, [...] comme étant toujours en formation [...], en construction” [selon les mots de Hall], comme se redéfinissant en permanence sous la pression, en particulier, des apports extérieurs⁷⁷ ».

Dans une société multiculturelle comme le Canada, il est difficile de parler d'une identité unique ou nationale. Ce pays est une nation mosaïque dans laquelle co-existent plusieurs cultures et plusieurs identités. Ainsi, les approches culturalistes ont permis de tourner le dos aux cadres de référence nationaux pour prendre en compte la transnationalité dans la circulation des « produits culturels et des populations⁷⁸ ».

⁷⁷ Tristan Mattelart, « Les théories de la mondialisation culturelle : des théories de la diversité », *Hermès, La Revue*, vol.51, n°2, 2008, p. 19. La citation se réfère au travail de Stuart Hall, « Old and New Identities, Old and New Ethnicities », dans Anthony D. King (dir.), *Culture, Globalization, and the World-System. Contemporary Conditions for the Representation of Identity*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1997 [1991], p. 42-44 et 47.

⁷⁸ Tristan Mattelart, « Penser les enjeux culturels de l'internationalisation de la télévision : des années 1960 à aujourd'hui », Séminaire Culture et communication : la culture à la télévision, *Hypothèses*, 2021, <https://chmcc.hypotheses.org/11242>.

Avant de nous concentrer sur les études empiriques sur les rapports diasporas et médias sociaux numériques, nous allons passer en revue quelques travaux qui se sont intéressés aux médias traditionnels dans leurs rapports avec les diasporas.

Dans sa thèse intitulée « Médias et insertion des immigrants, le cas de récents immigrants latino-américains au Québec », Farrah Bérubé s'interroge sur la contribution des « médias hôtes à l'insertion des immigrants ». À partir du modèle de la communication en contexte d'insertion d'un immigrant de Young Yun Kim, Bérubé a analysé comment la télévision joue un rôle positif dans l'intégration des immigrants. Dans sa méthodologie, l'auteur a laissé ses enquêtés déterminer les chaînes de télévision et les programmes dont ils pensent qu'ils contribuent à leur intégration.

Bérubé s'est donné aussi pour mission de déterminer les pratiques des médias de masse en général et de la télévision des immigrants latino-américain établis au Québec.

La professeure de communication à l'Université du Québec à Trois-Rivières a conclu notamment que les médias n'influençaient que faiblement l'insertion politique des immigrés, mais qu'ils jouaient un rôle dans l'insertion « personnelle et communautaire » d'un nombre significatif d'immigrés.

Elle a mis en évidence la place des médias dans l'intégration économique et linguistique des immigrés ainsi que dans la socialisation d'un plus grand nombre d'immigrants.

Au lieu de prendre pour matériaux les médias des pays hôtes, d'autres chercheurs se sont intéressés aux médias des pays d'origine afin d'étudier les habitudes de fréquentation de ces médias par les diasporas. C'est dans cette lignée que s'inscrit l'étude de Josianne Millette,

Mélanie Millette et Serge Proulx sur des communautés haïtienne, italienne et maghrébine de la région de Montréal. Au terme de leur analyse qui a porté sur la télévision, la radio, les journaux et internet, les trois chercheurs constatent que consommer un média donné est fonction de facteurs tels que la langue d'usage d'immigrés.

Josiane Millette, Mélanie Millette et Serge Proulx suggèrent au terme de leur étude une recherche qui considérerait « par exemple, la possibilité que certaines personnes aient développé l'habitude de fréquenter certains médias de leur pays ou région d'origine seulement une fois qu'elles se sont trouvées en terre d'accueil⁷⁹ ».

1.3.1.2 État des lieux de la recherche sur les rapports diasporas-médias à l'ère du Web 2.0

Les médias sur internet ont élargi le champ de la sociologie des médias ainsi que celui des outils d'analyse qualitative et quantitative des rapports aux médias. Ce sont par exemple les traces numériques qui peuvent permettre aux chercheurs d'examiner des pratiques discursives et participatives des diasporas dans un forum.

Souley Hassane souligne l'impact de « la révolution de l'information et d'internet » sur les études traitant des diasporas et les rapports que ces diasporas ont avec les médias:

Le taux de connexion parmi les populations diasporiques et leur implication dans la « fabrication des médias » les transforment en actrices de l'information. D'objets de l'information, elles en deviennent le sujet. Ainsi, lorsqu'une information qui les concerne est diffusée, elles peuvent l'infirmier ou la confirmer. Elles peuvent aussi produire une contre-information sans recourir au traditionnel droit de réponse. Celui-ci est une réponse diffusée dans leur média. Internet, « média diasporique » par excellence, est devenu redoutable par son efficacité à diffuser l'information, à la faire circuler aux quatre coins de la planète. Avec internet les minorités sont devenues des

⁷⁹ Josiane Millette, Mélanie Millette et Serge Proulx. « Attachement des communautés culturelles aux médias. Le cas des communautés haïtienne, italienne et maghrébine de la région de Montréal », *Cahier-médias*, n°19, 2010, p. 60, <https://www.cem.ulaval.ca/wp-content/uploads/2019/04/aattachementcommunautes.pdf>.

acteurs visibles du cybersystème de l'information. La presse papier, la radio et la télévision créées pour ou par les minorités ethniques complètent la révolution de l'internet.⁸⁰

Les études des médias diasporiques tirent également profit de l'accès facile aux corpus de données qu'offre internet⁸¹. Si l'évolution rapide du web facilite d'une certaine façon la recherche, elle lui amène aussi un lot de défis, car cette recherche est appelée à s'adapter constamment aux nouveaux outils et usages d'internet. Ce dernier élément rend par la même occasion les études des rapports aux médias plus complexes, surtout dans le cas des corpus comme ceux des diasporas.

D'où la pertinence même des analyses de nouveaux outils qu'offre l'espace virtuel, surtout que leurs usages ont un impact au niveau à la fois des individus et de la société.

Notre recherche s'intéresse donc à la diaspora numérique, définie par Jiajie Ju comme « *the diaspora who engage in regular digitally mediated social interactions, through which they can develop their ubiquitous and transnational social networks*⁸² ».

Expliquant le sens qu'elle donne aux *digital migration studies*, Dana Diminescu note que cette branche de la sociologie « utilise comme matière première les données numériques des différents phénomènes sociaux [diasporiques]⁸³ ».

⁸⁰ Souley Hassane, « Conceptualiser les “médias communautaires” dans un contexte de globalisation de l'information », *Migrations Société*, n° 111-112, 2007, p. 223.

⁸¹ Guillaume Latzko-Toth et Serge Proulx, « Enjeux éthiques de la recherche sur le Web », dans Christine Barats (dir.), *Manuel d'analyse du Web en sciences humaines et sociales*, Paris, Armand Colin, 2013, p. 32-52.

⁸² Jiajie Lu, *op. cit.*, p. 15. Notre traduction : La diaspora qui s'engage dans des interactions sociales régulières à médiation numérique, à travers lesquelles elle peut développer ses réseaux sociaux omniprésents et transnationaux.

⁸³ Dana Diminescu, « Les risques et les opportunités de la migration “connectée”. Entretien [de Guido Nicolosi] avec Dana Diminescu », *Socio-anthropologie*, n° 40, 2019, <https://journals.openedition.org/socio-anthropologie/6330>.

Jean-Jacques Maomra Bogui, Myriam Montagut-Lobjoit et Olga Lodombé ont, dans une approche fonctionnaliste, analysé les usages du Web 2.0 des diasporas africaines et ce que ces communautés visent par le biais de ces usages. Ils se sont appuyés sur un corpus d'une centaine des communautés diasporiques africaines d'Aquitaine⁸⁴. L'étude révèle que plus de 60 % des enquêtés ont un rapport régulier avec les sites internet de leur pays d'origine et en majorité par besoin d'information. Moins de 5 % n'ont pas ce rapport. Cela conduit les auteurs de la recherche à conclure « qu'Internet est devenu un véritable “média de masse” pour ces populations. Indépendamment de l'atomisation des références, le réseau est devenu un lieu d'échanges ou, pour le moins, d'information communautaire⁸⁵ ». Ces diasporas se reconnaissent à travers les publications de ces sites, ce qui, selon les auteurs, explique entre autres l'intérêt pour les sites des pays d'origine.

Quant aux fonctions de ces sites, ils en ont relevé quatre : « de mise en relation, de continuité, de divertissement ainsi que de surveillance de l'environnement⁸⁶ ». Les chercheurs constatent aussi que « les liens intercommunautaires au sein d'une même diaspora sont enrichis par de nouveaux liens fortement identitaires (“familiaux et communautaires”), proposés par les sites portails des pays d'origine⁸⁷ ». Les médias (numériques) assurent ainsi la conservation et la transmission de ces liens⁸⁸.

⁸⁴ Les sujets interrogés étaient originaires des pays ci-après : Guinée, Gabon, République centrafricaine, Cameroun, Côte d'Ivoire, Niger, Sénégal, Rwanda, Burkina Faso, Bénin, Congo.

⁸⁵ Jean-Jacques Maomra Bogui, Myriam Montagut-Lobjoit et Olga Lodombé, « Web 2.0 et diasporas et diasporas africaine : L'interactivité, partie prenante de la construction du lien social », dans Christian Agbibli, Oumar Kane et Gaby Hsab (dir.), *Identités diasporiques et communication*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 2015, p. 63.

⁸⁶ *Ibid.*, p. 64.

⁸⁷ *Ibid.*, p. 65.

⁸⁸ Angeliki Koukoutsaki-Monnier, « Les sites Web de la diaspora grecque en tant que dispositifs de médiation de la diversité culturelle », dans Angeliki Koukoutsaki-Monnier et Sylvie Thiéblemont-Dollet (dir.), *Média, dispositifs, médiation*, Nancy, Presses de l'Université de Nancy, 2010, https://www.researchgate.net/publication/282976873_Les_sites_web_de_la_diaspora_grecque_en_tant_que_dispositifs_de_mediation_de_la_diversite_culturelle.

À l'opposé du modèle fonctionnaliste de Charles Wright Mills, Bogui, Lobjoit et Lodombe, après analyse des usages des sites internet, ne trouvent pas de mal à regrouper « des effets possibles de la communication de masse en termes de fonctions et dysfonctions⁸⁹ ». Cependant, l'étude permet de mettre en évidence l'approche fonctionnaliste de Paul Lazarsfeld et de Robert King Merton :

Les fonctions de la communication de masse ne sont pas nécessairement celles que les communicateurs veulent obtenir [...]

Le Web 2.0, au lieu de pérenniser la conception essentialiste qui consiste en un maintien du lien social « primaire » dans les diasporas africaines, contribue plutôt à une hybridation de ce lien. L'appropriation des nouvelles pratiques et de nouveaux usages chez les membres des diasporas africaines, s'inscrivant dans l'acculturation, illustre bien le fait qu'il existe chez ces personnes une formation d'une identité dite « hybride » qui découle de leur position même de migrant.⁹⁰

La docteure Liza Tsaliki voit dans les technologies de l'information et de la communication (de la diaspora grecque), un outil de construction d'« une communauté nationale électronique médiatisée par ordinateur⁹¹ ». Les technologies de l'information permettant ainsi de maintenir les liens identitaires entre les populations vivant encore au pays d'origine et la diaspora à travers le monde. C'est ce que Tsaliki démontre dans son étude sur les usages des TIC dans la diaspora grecque : « l'internationalisation des moyens de communication et l'apparition des nouveaux médias numériques, informatisés et en réseaux, offrirait de nouvelles possibilités pour l'expression et la consolidation de ces identités⁹² ».

⁸⁹ Jean-Jacques Maomra Bogui, Myriam Montagut-Lobjoit et Olga Lodombé, *op. cit.*, p. 67.

⁹⁰ *Ibid.*, p.67-68.

⁹¹ Liza Tsaliki, « Globalization and Hybridity. The Construction of Greekness on the Internet », dans Karim H. Karim (Ed.), *The Media of Diaspora. Mapping the Global*, p. 174. Cité par Tristan Mattelart, « Les diasporas à l'heure des technologies de l'information et de la communication : petit état des savoirs », *tic&société*, vol. 3, n^{os} 1-2, 2009, <https://journals.openedition.org/ticetsociete/600?gathStatIcon=true&lang=fr>.

⁹² Angeliki Koukoutsaki-Monnier, *op. cit.*, p. 65. La citation se réfère au travail de Liza Tsaliki, « Globalization and Hybridity. The Construction of Greekness on the Internet », *op. cit.*

Un autre auteur, Mohamed-Ali Alliou, abordant toujours la question de l'identité du web diasporique, a pris pour corpus les Kabyles (peuple d'Algérie) qui sont, selon lui, une « minorité berbère déterritorialisée ». Dans le but de comprendre les usages « socio-médiatiques et identitaires » qu'engendrent les interactions en ligne entre membres de cette communauté, Alliou conclut que les usages d'internet produisent diverses « références identitaires » et un changement « des représentations »⁹³. Comme d'autres auteurs, il conseille de ne pas se borner à la dimension technique.

[...] pour comprendre les phénomènes en ligne il est nécessaire de se détacher quelque peu des plateformes et des logiques des acteurs sociaux et les pratiques socio-médiatiques en œuvre sur internet. En reconnectant les pratiques aux différents contextes, techniques, mais également socio-anthropologiques, nous avons pu cerner leurs significations et formuler de nouvelles interrogations pertinentes. À travers l'exemple des Kabyles, nous avons montré à quel point les pratiques des internautes sont imprégnées par le rapport qu'entretient le groupe avec sa dynamique interne, sa construction mémorielle, mais également sa relation avec le pouvoir et le territoire. La déterritorialisation n'entraîne pas le groupe à perdre ses repères spatiotemporels, [...] La territorialité est d'abord une appropriation symbolique du territoire.⁹⁴

Alliou recommande aux chercheurs étudiant les phénomènes sur internet de se focaliser sur « les logiques des acteurs sociaux et les pratiques sociomédiatiques⁹⁵ », et non sur « les logiques techniques ».

S'intéressant aussi à la question de la création de l'identité diasporique à la suite des interactions sur le web, Jiajie Lu a mené une riche étude sur la diaspora chinoise de

⁹³ Mohamed-Ali Alliou, « Les pratiques et représentations identitaires sur internet : analyse qualitative des interactions de collectifs appartenant à un groupe déterritorialisé et anthropologiquement situé – les Kabyles », *CJMS/RCEM*, Automne 2015, p. 38.

⁹⁴ *Ibid.*, p. 58.

⁹⁵ *Ibid.*, p.58.

l'Australie, intitulée « *Theorising the Impacts of Digitally Mediated Social Interaction on Diasporic Identity Formation: A Case of Chinese Diaspora in Australia* ». L'autrice s'est posé la question de savoir comment la diaspora chinoise utilise les technologies des médias numériques pour mener des interactions sociales et forger son identité ethnique. Elle remarque qu'avec les *media technologies*, « *The physical space of social interactions for diaspora is dissolving, or at least being outperformed by various media technologies*⁹⁶ ».

*In the case of diasporic communities, digitally mediated social interaction may outweigh the physical social interaction because their diasporic cultural background and limited language proficiency may hinder their communications with local people and push them to maintain strong connections with friends and family in homeland through digital media technologies*⁹⁷.

Pour des membres de la diaspora qui ne peuvent s'exprimer dans la langue utilisée par la majorité des personnes dans le pays d'accueil, les nouvelles technologies de l'information et de la communication s'offrent comme une façon d'interagir avec des personnes du pays d'origine. Depuis Toronto, il est facile de communiquer par exemple via l'application WhatsApp avec un membre de sa famille se trouvant à Yaoundé, au Cameroun, ou à Kinshasa, en République démocratique du Congo, plutôt qu'avec son co-locataire Torontois qui parle une langue qu'on ne maîtrise pas.

Pouvions-nous penser quelques jours avant la pandémie de la COVID-19 que plusieurs activités sociales (cours de danse, exercice physique, cours de cuisine...) pourtant

⁹⁶ Jiajie Lu, *op. cit.*, p. 16. Notre traduction : L'espace physique des interactions sociales de la diaspora se dissout, ou du moins est dépassé par diverses technologies médiatiques.

⁹⁷ *Ibid.*, *op. cit.*, p. 19. Notre traduction : Dans le cas des communautés diasporiques, l'interaction sociale par le numérique peut l'emporter sur l'interaction sociale physique parce que leur origine culturelle diasporique et leur maîtrise limitée de la langue peuvent entraver leurs communications avec la population locale et les pousser à maintenir des liens solides avec leurs amis et leur famille dans leur pays grâce aux technologies des médias numériques.

organisées habituellement en face à face pouvaient l'être exclusivement sur des plateformes internet ?

Toujours dans l'approche de l'interaction sociale médiatisée par le numérique, Mena B. Lafkioui a axé sa réflexion sur les interactions digitales et la construction identitaires sur les sites Web berbères. L'étude s'est intéressée également au processus de (re)construction identitaire dans les relations « digitales » sur les sites Web berbères. Dans son analyse, Lafkioui observe que ce sont les histoires des personnes en interaction et des discours idéologiques particuliers qui influencent les interactions « digitales »⁹⁸.

Houssein Charmarkeh, lui, a étudié les pratiques médiatiques et les usages des médias sociaux dans le parcours de migration des Somaliens en France et au Canada. Sa recherche a permis de « vérifier et de tester sur le terrain les liens complexes entre [...] les pratiques médiatiques et usages des TIC des migrants somaliens et leurs descendants, la construction d'une identité culturelle diasporique et la question de la représentation des populations issues de l'immigration dans les médias grand public⁹⁹ ».

À côté des travaux sur les liens identitaires, on trouve ceux qui s'interrogent sur l'influence des médias numériques dans la vie politique et sociale, ou tout simplement dans la vie quotidienne. C'est même la préoccupation de Sarah Rakotoary dans son article sur les pratiques sociales de la diaspora numérique malgache de France sur le réseau socionumérique Facebook. À travers son texte, on comprend que les interactions humaines et sociales ont acquis un autre sens.

⁹⁸ Mena B. Lafkioui, « Interactions digitales et construction identitaire sur les sites Web berbères », *Études et documents berbères*, vol. 29-30, n°1, 2011, p. 233-235.

⁹⁹ Houssein Charmarkeh. « Pratiques médiatiques, usages des médias sociaux et trajectoires migratoires des Somaliens en France et au Canada. Sciences de l'information et de la communication. », [thèse *de doctorat*, Paris, Université de la Sorbonne nouvelle - Paris III], 2013, p. 295.

[Le] réseau socionumérique permet de redéfinir les relations sociales et les relations humaines. Nous avons donc d'une certaine manière acquis grâce aux réseaux sociaux des procédures de formalisation des relations amicales. Avoir été accepté comme ami sur le réseau socionumérique signifie plus encore avoir été accepté dans un réseau, avoir été invité à partager une partie de la vie d'un individu. Faire connaissance devient par la même occasion un choix et non une opportunité et permet de mettre des limites, auparavant floues, aux relations humaines. Les individus présents sur les groupes Facebook résultent d'un choix ambivalent : le choix de faire partie d'un groupe en ligne d'une part et le choix d'être accepté au sein de ce groupe d'autre part.

L'intérêt est ici de démontrer que le réseau socionumérique en lui-même ne saurait regrouper des individus et créer des communautés connectées ; il offre alors des possibilités de redéfinir les relations humaines, de nuancer les modalités de socialisation et/ou d'explorer des procédures de formalisation du lien social.¹⁰⁰

Rakotoary a constaté que la diaspora malgache utilise Facebook pour mobiliser des masses, pour servir de relais d'information et comme forum de discussion.

L'intérêt des diasporas pour les médias numériques a aussi pour effet de permettre aux publics des pays d'origine d'accéder aux informations plurielles et diversifiées de leur pays, surtout dans le contexte de restriction de la liberté de la presse¹⁰¹.

Le rôle joué par les médias diasporiques haïtiens des États-Unis après la chute du président Jean Bertrand Aristide en est un exemple, comme le décrit Nina Glick Schiller. Les systèmes de communication mis en place par les Haïtiens de l'étranger ont « permis à des informations sortant d'Haïti de revenir sur l'île après avoir transité par les familles émigrées¹⁰² ».

¹⁰⁰ Sarah Rakotoary, « Les pratiques sociales de la diaspora connectée malgache sur le réseau socionumérique Facebook », Les doctorales de la SFSIC, juin 2017, Lyon, France, p. 11-12, <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01696451/document>.

¹⁰¹ Manuella M. Heuchou Nana, « Les sites d'informations générales sur Internet : stratégies, conceptions et pratiques des diasporas camerounaises en France, Belgique, États-Unis », [thèse de doctorat, Université de Grenoble-Alpes], 2017.

¹⁰² Tristan Mattelart, « Les diasporas à l'heure des technologies de l'information et de la communication : petit état des savoirs », *op. cit.* La citation se réfère au travail de Nina Glick Schiller, « Transnational Social Fields and

Internet ne sert pas que de canal de diffusion des messages aux compatriotes restés au pays ou d'opportunité de réponse à l'exclusion des minorités diasporiques des médias traditionnels, il est aussi un moyen pour les diasporas de transmettre leurs idées aux différents acteurs majeurs (politiques, sociaux ou économiques) du pays d'origine. Mais le besoin pour les diasporas de « s'intéresser » à l'actualité du pays d'où l'on vient et de la « commenter » est avant tout une façon de reprendre une « parole confisquée¹⁰³ ».

C'est maintenant le moment de se demander si cette quête du droit à la parole à travers internet contribue à créer un espace démocratique ou à le renforcer au sein des diasporas. Georgiou Myria dont la préoccupation fait partie de sa recherche sur le web diasporique éthiopien, kurde et grec écrit qu'« il faut rester sensible tant aux risques d'exclusion et de ségrégation qu'aux possibilités de pérennisation et de démocratisation de la communication des diasporas¹⁰⁴ ».

Dans un autre registre, Ruth Mireille Manga Edimo se demande comment, à travers les usages des technologies de l'information et de la communication, les diasporas camerounaises participent à la construction d'un débat démocratique, ou, en d'autres termes, si ces diasporas par leurs pratiques des TIC sont devenues des « acteurs » politiques camerounais ?¹⁰⁵

Comme Bogui, Lobjoit et Lodombé, Manga Edimo met aussi en évidence la fonction d'information comme principale usage des TIC par les diasporas (camerounaises). Bien

Imperialism: Bringing a Theory of Power to Transnational Studies », *Anthropological Theory*, vol. 5, n° 4, 2005, p. 439-461.

¹⁰³ Asmaa Azizi, « Quand des immigrés prennent la parole. Appropriation des plateformes de blogging à des fins politiques par des immigrés marocains. », *Tic & société*, vol. 10, n°s 2-3, 2016, 2017; Olga Guedes-Bailey et Sabine Erbès-Seguin, « Les pratiques en ligne des diasporas. Représentations de soi et résistance ? », *Migrations Société*, vol. 132, n°6, 2010, p. 47-62.

¹⁰⁴ Myria Georgiou, « Les diasporas en ligne : une expérience concrète de transnationalisme », *Hommes & Migrations*, n° 1240, novembre-décembre 2002, p. 18.

¹⁰⁵ Ruth Mireille Manga Edino, « Les TIC, nouvelles formes d'action politique. Le cas des diasporas camerounaises », *Afrique contemporaine*, vol. 234, n°2, 2010, p. 127-140. <https://doi.org/10.3917/afco.234.0127>

que l'information politique soit le type de contenus le plus consommé par ces diasporas, internet est encore loin d'être considéré comme un cadre de « débats ou de discussions démocratiques », révèle son enquête. Cependant, l'outil est considéré comme un pont par lequel passe les véhicules social et politique afin de maintenir le lien entre le pays d'origine et le pays d'immigration, exerçant plus ou moins une certaine influence sur la politique camerounaise, mais de manière indirecte. Si internet ne faisait qu'étudier la politique du Cameroun en se fondant uniquement sur ce qui se passe à l'intérieur de pays, cela ne donnerait qu'une vue partielle de cette politique étant donné la présence des acteurs externes que sont les diasporas. Ceci explique que les diasporas camerounaises et d'autres diasporas soient « de plus en plus prises en compte dans les différents agendas politiques nationaux¹⁰⁶ ».

Est-ce que cette influence qu'internet a indirectement sur les politiques nationales fait de cet outil un déclencheur de révolution ? Les médias sociaux peuvent-ils être à la base de changements politiques ? On pourrait être tenté de répondre par l'affirmatif à ces questions, surtout si l'on considère le rôle qu'ont joué les réseaux sociaux dans la mobilisation des masses au Soudan lors de la chute du président Omar el Bechir (2019) ou encore lors du printemps arabe (dès 2010).

Dans son article dont le titre est « La révolution tunisienne : interactions entre militantisme de terrain et mobilisation des réseaux sociaux », Zeineb Touati rejette l'hypothèse « déterministe et techniciste » selon laquelle internet serait le point de départ de la révolution (tunisienne). Elle pense plutôt qu'il a servi à alimenter en information de grands médias tels que

¹⁰⁶ Ruth Mireille Manga Edimo, *op. cit.*, p. 130.

France 24 ou Al Jazeera.¹⁰⁷ David M. Faris pense qu'il ne faut pas non plus restreindre le rôle des réseaux sociaux dans les changements politiques :

Les médias sociaux sont aujourd'hui extrêmement présents, y compris dans les pays en développement, et il est désormais difficile d'imaginer qu'une mobilisation sociale puisse se faire sans eux. Autrement dit, la révolte se fera en réseau ou ne se fera pas. La révolte en réseau n'est pas un phénomène monocausal et il serait absurde de penser que les médias sociaux pourraient à eux seuls déclencher un soulèvement. Mais ils seront présents, d'une manière ou d'une autre. [...] Les médias sociaux peuvent à la fois donner de l'élan à des réformes politiques et sociales et fonctionner à plein en temps de crise comme instruments de mobilisation et banques d'information. Une révolte en réseau peut aussi bien aboutir à un renversement du régime en place qu'à une sanglante répression. Ces changements dépendent de nombreux facteurs, en particulier de ceux identifiés plus communément par les politologues comme la situation économique et sociale, les divisions à l'intérieur du régime ou encore le degré de répression.¹⁰⁸

Certains auteurs pensent même qu'internet a joué un rôle amplificateur dans des violences qui ont caractérisé certains mouvements sociaux. La question de l'effet des médias sur la violence qui a fait l'objet de plusieurs études sur la télévision constitue un autre enjeu des études actuelles sur les rapports des diasporas aux médias.

Comme pour des cas d'études des médias traditionnels, la violence en ligne, qu'il s'agisse des publics diasporiques ou non, n'est pas facile à cerner du fait que « la difficulté à quantifier l'agression et la violence de manière stricte rend presque impossible une réponse précise

¹⁰⁷ Zeineb Touati, « La révolution tunisienne : interactions entre militantisme de terrain et mobilisation des réseaux sociaux », *L'année du Maghreb*, n° 7, 2012, p. 121-141.

¹⁰⁸ David M. Faris, « La révolte en réseau : le “printemps arabe” et les médias sociaux », *Politique étrangère*, 2012, p. 108.

à la question suivante : “Est-ce que la violence dans les médias entraîne les gens à commettre des actes de violence ?”¹⁰⁹ »

Andrea Martinez identifie trois obstacles pour lesquels les chercheurs ne s’harmonisent pas au sujet de pareilles recherches¹¹⁰ : la difficulté de définir et de mesurer la violence dans les médias, le manque de consensus sur l’interprétation de données et les avis divergents entre les tenants du rapport entre « la violence dans les médias et l’agression ».

Martinez soutient que la majorité des études sur la violence dans les médias s’accordent sur « une relation positive, quoique faible, entre l’exposition à la violence à la télévision et les comportements agressifs¹¹¹ ».

Étudiant pour sa part la violence et l’humiliation en milieu scolaire à l’heure du numérique, Giorgia Macilotti constate que l’agression en ligne, bien que réelle, n’est pas courante¹¹² comparativement à celle qui a cours en « face à face ».

D’autres chercheurs, comme Ananda Mitra, ont appuyé l’hypothèse « déterministe et techniciste » dans l’animation des communautés des diasporas en ligne¹¹³, ce que William Ackah

¹⁰⁹Le Centre canadien d’éducation aux médias, « *Que savons-nous à propos de la violence dans les médias ?* », *HabiloMédias*, <https://habilomedias.ca/violence/que-savons-nous-propos-violence-m%C3%A9dias>.

¹¹⁰ Andrea Martinez cité dans Le Centre canadien d’éducation aux médias, « *Que savons-nous à propos de la violence dans les médias ?* », op. cit.

¹¹¹ En Harmonie avec Tom Van der Voot, Andrea Martinez conclut toutefois qu’il « serait illogique de conclure qu’un “phénomène n’existe pas simplement parce que, parfois, il ne se produit pas ou parce qu’il ne se produit que dans certaines circonstances” », « *Que savons-nous à propos de la violence dans les médias ?* », *Habilo Médias*, Le Centre canadien d’éducation aux médias, <https://habilomedias.ca/violence/que-savons-nous-propos-violence-m%C3%A9dias>.

¹¹² Giorgia Macilotti, « Violence et humiliation à l’ère numérique : une étude en milieu scolaire », *Déviance et Société*, vol. 43, n° 3, 2019, p. 299-328.

et James Newman rejettent puisqu'ils estiment qu'internet contribue à « renforcer “les communautés [de migrants] préexistantes”¹¹⁴ ».

En se fondant sur la collecte directe de données d'utilisation de Facebook sur internet, Godefroy Dang Nguyen et Virginie Lethiais arrivent à une conclusion similaire à celle de Ackah et Newman dans leur étude du réseau social Facebook dans le but d'en déterminer l'impact sur la sociabilité.

Nguyen et Lethiais concluent en effet que l'usage de Facebook ne se substitue pas à la sociabilité, surtout pas si cette dernière est bâtie sur des « liens forts ». Selon eux, l'influence de Facebook sur la sociabilité est « systématique » et est fonction de la dimension « générationnelle » et « sociale »¹¹⁵. Le réseau social influence toutefois la création des nouvelles relations pour certains types d'internautes. Nguyen et Lethiais reconnaissent toutefois que leurs données prises sur internet ne permettent pas de connaître les comportements de sociabilité des diasporas hors internet.

Même si l'utilisation de Facebook ou d'autres réseaux sociaux ne peut se substituer à la sociabilité, elle peut tout au moins avoir un impact négatif sur la qualité et l'intensité de la relation sociale (Mirela Moldoveanu¹¹⁶ ; Akouété Apedjinou, Candide Achille Ayayi Kouawo et Amévor Amouzou-Glikpa¹¹⁷). Répondant à la question de savoir si la généralisation de l'usage du

¹¹⁴ Tristan Mattelart, « Les diasporas à l'heure des technologies de l'information et de la communication : petit état des savoirs », *op. cit.* La citation se réfère au travail de William Ackah et James Newman, « Ghanaian Seventh Day Adventists on and offline. Problematising the Virtual Communities Discourse », dans Karim H. Karim (dir), *The Media of Diaspora. Mapping the Globe*, Londres, Routledge, 2003, p. 204-205 et 212.

¹¹⁵ Dang Nguyen et Virginie Lethiais, « Impact des réseaux sociaux sur la sociabilité. Le cas de Facebook », *Réseaux*, Vol. 195, n°1, 2016, p. 165-195. <https://doi.org/10.3917/res.195.0165>

¹¹⁶ Mirela Moldoveanu, « De la diversité ethnoculturelle au vivre ensemble : représentations de futurs enseignants de l'approche multiculturelle en éducation », *McGill Journal of Education*, vol. 45, n° 1, 2010, p. 27-43.

¹¹⁷ Akouété Apedjinou, Candide Achille Ayayi Kouawo et Amévor Amouzou-Glikpa, « Le numérique et la cohésion sociale : étude exploratoire sur les inégalités et les pratiques engendrées par l'internet chez les étudiants en

numérique menace la cohésion sociale des jeunes togolais en général et des étudiants en particulier, la recherche menée par les trois derniers auteurs auprès des étudiants de l'Université de Lomé a conduit à la même conclusion que celle de Moldoveau.

Apedjinou, Kouawo et Amouzou-Glikpa décrivent l'environnement numérique actuel comme un espace de propagation des discours haineux.

Ces soutiens dans la possession des outils numériques et les usages que les étudiants en font sur les réseaux sociaux, notamment Facebook et WhatsApp, fragilisent la construction des liens pacifiques et de bonnes ententes qu'entretiennent des personnes qui ont en partage un bien commun. Elles sont aussi source de malaises, de tensions dans les rapports interpersonnels et ouvrent des brèches qui érodent la cohésion sociale.¹¹⁸

Ces résultats démontrent comment le web peut avoir une influence sur les rapports sociaux. Mais internet n'influence pas que des rapports entre individus, car son développement et ses usages affectent nos organisations (tant macros que micro). Ces deux niveaux d'influence figurent aussi parmi les sept sphères de « changement » que Serge Proulx associe à internet : « [Internet a un impact] en matière de sociabilité : élargissement des possibilités de contact¹¹⁹ ».

Le français Philippe Breton qui a mené des recherches sur les comportements homicides et les crimes considère qu'avec *le culte de l'Internet*, « la socialité, au sens de la mutualité, disparaît au profit de l'interactivité. L'expérience de la relation avec l'autre, et avec le

parcours licence de l'université de Lomé », dans Anate Kouméalo, Essoham Assima-Kpatcha et Kuwèdaten Napala, *Les enjeux socio-communicationnelles du vivre-ensemble*, 2020, Lomé, Séproh, p.435-466.

¹¹⁸ *Ibid.*, p. 459.

¹¹⁹ Shapiro cité par Proulx dans Patrick Lenormand, « Penser les usages des technologies de l'information et de la communication : enjeux, modèles, tendances – Serge Proulx », *Hypothèses*, 17 juillet 2019, <https://eformation.hypotheses.org/810>.

monde en général, est remplacée par la virtualité de relations très réactionnelles, rapides, peu engageantes¹²⁰ ».

Ce risque de désocialisation des individus serait, selon Breton, la résultante des idées de ceux que nous pouvons qualifier « des adeptes » du « tout-Internet » que lui qualifie de « fondamentalistes de l'Internet ». Même si l'auteur ne répond pas directement à la question de savoir si, oui ou non, le culte d'internet est une menace pour le lien social, son argumentaire penche plus dans le sens de la production des effets négatifs, voire pervers, d'Internet lesquels effets présentant un danger pour le lien social. Internet n'est pas sans risque, Girard et Laflamme l'ont écrit : « Internet comporte des dangers pour les sociétés, mais il favorise des développements souhaitables. Internet, comme tout autre média, doit être compris comme un instrument qui participe d'une société beaucoup plus que comme la cause de son devenir¹²¹ ». Breton écrit d'ailleurs que pour les adeptes du tout-internet comme Bill Gates : « Tout se passe comme si Internet avait le pouvoir de “réduire les tensions”, de construire un lien social “plus harmonieux”, moins conflictuel. Le monde imaginaire que nous promet ce discours est calme, lumineux et pacifié¹²²».

Les médias « produits par et/ou pour les minorités » ne sont pas à l'abri des effets « négatifs » que pourraient représenter le web car ils sont susceptibles de créer des divisions « culturelles et sociales¹²³ ».

¹²⁰ Philippe Breton, « À propos du “monde solaire” d'Asimov. Les technologies de l'information dans le contexte du nouvel individualisme », *Sociologies et sociétés*, vol. 32, n° 2, 2000, p. 132.

¹²¹ Mélanie Girard et Simon Laflamme, *op. cit.*, p. 451.

¹²² Philippe Breton, *Le culte de l'Internet*, Paris, La Découverte, 2000, p. 5.

¹²³ Tristan Mattelart, « Les diasporas à l'heure des technologies de l'information et de la communication : petit état des savoirs », *op. cit.* Le propos se réfère à Annabelle Sreberny, « “Not only, but also”: Mixedness and Media », *Journal of Ethnic and Migration Studies*, vol. 31, n° 3, 2005, p. 457-458.

Avant de terminer cette partie de notre travail, soulignons que la dynamique des études du rapport au public (particulièrement celles sur les effets) a connu « la permanence des oppositions théoriques¹²⁴ » et « démentis au paradigme des effets massifs et directs¹²⁵ », quoi de plus normal étant donné que leur objet de recherche ne peut être séparé de l'élément technique, ni de l'évolution sociale, politique, économique, voire religieuse, dans le monde. Le modèle des *usages et gratifications* illustre bien des évolutions des théories des rapports des publics aux médias. Un des acquis de ce courant qui va nous guider dans notre recherche est l'idée selon laquelle « l'influence des médias ne peut être estimée sans tenir compte des attentes qu'ont les individus vis-à-vis des textes médiatiques, et des satisfactions qu'ils en retirent¹²⁶ ».

Mais cette évidence ne ferme pas pour autant la porte à d'autres questionnements sur les effets des médias, surtout pas dans l'univers communicationnel virtuel actuel où les médias plus que hier sont devenus des terrains de lutte hégémonique.

L'influence des médias n'est donc pas une utopie. Girard et Laflamme écrivent :

Certes, les médias s'influencent sur les structures sociales de même que sur les actions des individus et des groupes, mais ils subissent eux-mêmes l'influence des structures et des actions sociales ; le rôle d'un média dans une société donnée n'est pas indépendant de la manière dont les biens y sont produits, dont la richesse est distribuée, dont l'autorité politique est perçue et exercée, dont les personnes y sont instruites et interviennent socialement en vertu de cette instruction, dont l'ensemble des institutions y agissent les unes par rapport aux autres¹²⁷.

¹²⁴ Dominique Wolton. « Les quatre courants de recherche dans les sciences de la communication », *Hermès*, n° 71, 2015, p. 23.

¹²⁵ Gégory Derville, Le pouvoir des médias...selon les classiques de la « com », dans *Les cahiers de médiologie*, n° 6, 1998, p. 3.

¹²⁶ Grégory Derville, *ibid.*, p. 131.

¹²⁷ Mélanie Girard et Simon Laflamme, *op. cit.*, p. 433.

Les recherches sur les diasporas et les médias numériques connaissent aussi une succession de remise en question. Mattelart, un des auteurs abondamment lus dans ce champ de recherche déplore que « ces médias (diasporiques numériques) tendaient à trop mettre l'accent sur les liens transnationaux avec le pays d'origine, au détriment d'autres formes d'interactions médiatisées se déployant à d'autres échelles¹²⁸ ».

C'est notamment le cas des habitudes de consommation de ces médias dans les pays d'accueil. Les recherches ont aussi tendance à ne pas prendre en considération « l'importance des interactions entre les communautés¹²⁹ ».

1.4 Cohésion sociale et médias sociaux

La cohésion sociale fait référence au degré de solidarité, de confiance et de coopération entre les membres d'une communauté ou d'une société.

Le concept utilisé premièrement par Durkheim a vu son sens évoluer et son intérêt s'accroître depuis son appropriation par l'Union Européenne¹³⁰. Que ce soit au niveau national ou au niveau des groupes communautaires, la cohésion sociale est devenue une notion essentielle à l'établissement des relations harmonieuses entre individus au bien-être de toute la communauté.

¹²⁸ Tristan Mattelart, « Les pratiques médiatiques et communicationnelles au sein des foyers issus de l'immigration, entre le local et le transnational. Retour sur une enquête », *op. cit.*

¹²⁹ Tristan Mattelart, « Les diasporas à l'heure des technologies de l'information et de la communication : petit état des savoirs », *op. cit.*. La citation se réfère au travail de Andreas Wimmer et Nina Glick Schiller, « "Methodological Nationalism" and beyond : Nation-State Building, Migration and the Social Sciences », *Global Networks*, vol. 2, n° 4, 2002, p. 324.

¹³⁰ Caroline Guibet Lafayette, « Modèles de la cohésion sociale », *European Journal of Sociology*, vol. 50, n°3, 2009, p. 389-427.

Pour Robert D. Putnam, le concept de cohésion sociale est crucial pour comprendre les relations et les interactions au sein des groupes et des communautés¹³¹. Il ne considère pas Internet comme un lieu propice à la socialisation et à la création de communautés dynamiques et efficaces. C'est une thèse discutable si l'on considère l'évolution d'internet depuis que l'auteur anglais a diffusé sa théorie fondée sur le capital social (lien social).

En s'interrogeant sur l'incidence des inégalités et les pratiques qu'engendrent Internet sur la cohésion sociale chez les étudiants au Togo, Apedjinou, Kouawo et Amouzou-Glikpa ont posé le jalon qui a contribué à orienter la construction de ma question de recherche.

En harmonie avec la sociologie des usages de Jouët, ils ont analysé les pratiques numériques du groupe d'étude, plutôt que les simples usages de réseaux.

Prenant ainsi en compte les quatre dimensions proposées par Jouët¹³² dans l'étude des pratiques des technologies, Apedjinou, Kouawo et Amouzou-Glikpa ont pu faire une analyse moins limitative de la manière dont les étudiants de l'Université du Togo s'approprient Facebook et WhatsApp.

Ces sont des étudiants inscrits au niveau de licence de cette université pour l'année académique 2019-2020 qui ont constitué le corpus de la recherche descriptive pilote de Apedjinou, Kouawo et Amouzou-Glikpa. Relevons tout de même une faible représentativité des étudiants de

¹³¹ Robert D. Putnam, *The Collapse and Revival of American Community*, New York, Simon and Schuster, 2000, p. 554.

¹³² « Jouët fait une distinction entre les notions d'usage et de pratique : ‘ l'usage est [...] plus restrictif et renvoie à la simple utilisation tandis que la pratique est une notion plus élaborée qui recouvre non seulement l'emploi des techniques (l'usage) mais les comportements, les attitudes et les représentations des individus qui se rapportent directement ou indirectement à l'outil’ », écrivait Fadwa Benabid dans son article « Une plateforme Moodle dans une formation hybride diplômante : étude de l'évolution des usages » dans la *Revue internationale des technologies en pédagogie universitaire*, vol. 14, n° 2, 2017, p.29.

sexe féminin car elles ne constituaient que 12 % des 50 étudiants ayant répondu à un questionnaire auto-administré.

L'étude décrit la disponibilité des outils numériques; les connaissances et compétences liées à leurs usages; sociabilité en ligne; utilité et importance des réseaux sociaux et les usages qui y sont faits ainsi que la définition et fréquentation des réseaux sociaux.

De ces catégories, les auteurs ont conclu à l'existence des inégalités dans les usages et l'accès à des outils numériques parmi les étudiants; affaiblissant notamment la construction des rapports paisibles entre individus. En matière de sociabilité numérique ou de relation numérique leurs résultats ne sont pas discordants à ceux obtenus par Nguyen et Lethiais, c'est-à-dire que la sociabilité numérique crée de nouveaux liens en même temps qu'elle accroît ceux qui ne sont pas forts.

En effet, une large majorité de personnes ayant répondu à l'enquête de Apedjinou, Kouawo et Amouzou-Glikpa ont affirmé que l'usage des réseaux sociaux leur ont permis de tisser de nouveaux liens. En même temps une grande proportion de ces enquêtés ont déclaré n'avoir pas des rencontres physiques sinon que virtuelles avec les personnes qu'elles n'ont connues que par le canal des réseaux sociaux Facebook et WhattsApp.

Les résultats de l'étude togolaise corroborent avec les conclusions de Tsaliki, Alliou et Jiajie Lu dans le sens que les pratiques des technologies de l'information et de la communication par les diasporas permettent de jouer un rôle dans le maintien ou le renforcement des liens sociaux identitaires.

Apedjinou, Kouawo et Amouzou-Glikpa ont observé cependant, une disparité dans l'accès et l'usage des outils numériques pouvant « fragiliser » ces liens et provoquer des tensions

susceptibles d'altérer la cohésion sociale quand bien même qu'ils n'ont pas identifié de graves déviations dans les pratiques des étudiants.

Parmi les sources d'altération de la cohésion sociale, les chercheurs togolais ont identifié entre autres la non prise en compte par certains étudiants du « vivre ensemble » dans leurs usages des réseaux, les rapports qu'entretiennent en ligne certains étudiants avec des correspondants dont l'objectif manifeste est de causer du tort. Ces groupes de personnes mal intentionnés diffusent par exemple des messages diffamatoires ou violents.

Notre société secouée par la pandémie de la COVID-19 a vu d'ailleurs un foisonnement des groupes numériques dont nombreux sont actifs dans la désinformation. Mais bien souvent quelques minutes de recherche sur google suffisent pour se rendre compte du caractère erroné de l'information véhiculée par ces derniers, ce à quoi peu de gens s'y prêtent souvent.

Notre revue de la littérature révèle que l'influence des médias numériques (particulièrement YouTube) sur la cohésion sociale au sein des communautés diasporiques francophones d'origine africaine (établies au Canada) demeure encore un sol à défricher. Pourtant, pour ce qui est du Canada par exemple, les possibilités qu'offre YouTube font de ce réseau social un médium particulier. Les chercheurs Irene S. Berkowitz, Charles F. Davis et Hanako Smith soutiennent « qu'il n'y a "rien comme YouTube dans l'écosystème médiatique canadien" étant donné les caractéristiques uniques de la plateforme : elle est gratuite, elle est toujours accessible et elle propose un éventail de sujets apparemment illimité¹³³ ».

¹³³Jessica Yang, « YouTube au Canada en temps de Covid-19 : Entre succès renouvelé et défis à relever », *cmf-fmc*, 22 octobre 2020, <https://cmf-fmc.ca/fr/futur-et-medias/articles/youtube-au-canada-en-temps-de-covid-19-entre-succes-renouvele-et-defis-a-relever/>.

Hormis l'influence de YouTube chez les diasporas d'origine africaine vivant au Canada et se revendiquant francophones, nous avons constaté aussi un vide pour ce qui est des recherches sur les usages de la plateforme YouTube par des membres des diasporas camerounaises et congolaises du Canada en général et de l'Ontario en particulier. Par la présente étude, nous pensons combler cette lacune en nous focalisant sur les usages de cette plateforme par les diasporas de ces deux communautés établies à Toronto.

Dans la ville reine, les Congolais (3 920) et les Camerounais (2 445) représentaient en 2016 la plus grande proportion des francophones¹³⁴ parmi les populations d'origines africaines qui y vivent. Ne devrait-t-on pas encourager la cohésion sociale parmi ces diasporas, sources non négligeables de la main-d'œuvre francophone et même bilingue en Ontario (y compris à Toronto) où la démographie des personnes ayant le français comme langue maternelle est en chute. ? Au cours des dix dernières années, le nombre de francophones a chuté de 0,5 % (Statistiques Canada).

« [Les chiffres en Ontario] continueront de chuter de manière exponentielle dans les années à venir¹³⁵ ». Une cohésion sociale brisée parmi les diasporas congolaises et camerounaises de Toronto ne serait pas bénéfique à plusieurs niveaux.

Le Cameroun et la République démocratique du Congo sont secoués à des degrés différents par des conflits identitaires et des revendications politiques exacerbés le plus souvent par la diffusion des fausses informations et des discours à caractère haineux susceptibles de mettre en péril la cohésion sociale dans ces pays.

¹³⁴ Statistique Canada, *Profil du recensement, Recensement de 2016*, produit n° 98-316-X2016001, diffusé le 29 novembre 2017, Ottawa, Ontario.

¹³⁵ Cédric Lizotte, « Francophonie en Ontario. "La situation projetée est alarmante" », Radio-Canada, 18 juillet 2018, <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1113447/population-francophone-ontario-situation-projetee-alarmante>.

Dans la première section de cette étude, nous mentionnions le fait que ce phénomène tend à se répandre également dans certaines diasporas africaines du Canada. Dans un article publié récemment par Radio-Canada, Destiny Tchehouali, professeur au département de communication à l'Université du Québec à Montréal (UQAM), alertait sur cette situation. « On assiste à une prolifération des messages qui incitent de plus en plus à la haine tribale ou à la xénophobie notamment au niveau des communautés ethnoculturelles africaines, par exemple [...] La haine en ligne peut se transformer en haine hors ligne et avoir des effets dévastateurs sur des communautés et des familles¹³⁶ ». La haine en ligne n'est qu'un exemple parmi tant d'autres attitudes qui peuvent représenter un danger pour la cohésion social.

1.5 YouTube, plateforme de contenus ou un réseau social ?

Contrairement à Apedjinou, Kouawo et Amouzou-Glikpa qui ont pris les réseaux sociaux Facebook et WhatsApp comme plateformes d'analyse, nous allons explorer la plateforme YouTube considérée par certains comme plateforme de diffusion de vidéo uniquement et par d'autre, un réseau social à part entière.

YouTube est la plus grande plateforme de partage de vidéos en ligne. Lancée en 2005, elle a connu une croissance exponentielle et est devenue un outil de communication important pour les créateurs de contenu, les chercheurs et les utilisateurs. La plateforme américaine héberge le contenu des institutions tant publiques que privées. Des médias traditionnels mainstream aux plus petits médias de proximité, tous ou presque y diffusent leur contenu gagnant nouveaux publics et rémunération.

¹³⁶ Destiny Tchehouali, dans Freddy Mata, « La haine en ligne présente au sein de communautés culturelles », Radio-Canada, <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1808623/haine-en-ligne-communautes-immigrants>.

Mirjam Wattenhofer, Roger Wattenhofer et Zack Zhu¹³⁷ notent que le succès de YouTube peut en grande partie être attribué à son aspect social, qui permet aux utilisateurs d'interagir entre eux, différenciant ainsi la plateforme des diffuseurs de contenu traditionnels tel que Netflix par exemple.

Cet aspect social de YouTube fait-il de la plateforme un réseau social numérique au même titre que d'autres réseaux sociaux à l'instar de Facebook, Twitter ou de WhatsApp ?

Précisons d'abord que toutes ces plateformes sont comprises dans le Web social qui se caractérise par la participation, la conversation, la production et l'échange de contenus entre pairs¹³⁸.

De manière prédominante, YouTube est perçu comme étant un réseau social plutôt qu'un simple site de partage de vidéos¹³⁹, quand bien même ne possédant pas tous les atouts qui le mettrait au même pied d'égalité que Facebook par exemple.

Parmi ce qui distingue la plateforme YouTube d'autres réseaux sociaux traditionnelle, Wattenhofer et al. citent trois autres caractéristiques qu'on ne retrouve pas dans YouTube : l'homophilie, les liens réciproques et l'assortativité.

Ils estiment que YouTube peut être considéré à la fois comme une plateforme de diffusion de contenu et un réseau social distinctif et remarquablement similaire à Twitter.

¹³⁷ Mirjam Wattenhofer, Roger Wattenhofer et Zack Zhu. (2021). The YouTube Social Network. Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media, 6(1), 354-361. <https://doi.org/10.1609/icwsm.v6i1.14243>

¹³⁸ Florence Millerand, Serge Proulx et Julien Rueff, *Web social: mutation de la communication*, Presse de l'Université du Québec, 2010. 376p.

¹³⁹ Jean Burgess et Joshua Green, *YouTube: Online Video and Participatory Culture (2eme edition)*, Polity Press: Cambridge, 2018, p191. <https://doi.org/10.1177/0267323120935>

Nous pensons que la distinction que l'on établit entre les réseaux sociaux numériques 'relationnelles' et les plateformes de diffusion de contenu va s'amenuiser avec les innovations qu'apporte chaque plateforme dans la construction des communautés et la connexion des personnes partageant les mêmes intérêts sur des plateformes sociales telles que YouTube.

Les utilisateurs de YouTube par exemple ne se contentent pas de créer des vidéos, mais ils cherchent également à interagir avec d'autres personnes qui ont les mêmes intérêts et les mêmes passions. Ils cherchent à établir des relations et à construire des communautés autour de leurs centres d'intérêt. A partir des critères établis par Kaplan et Haenlein, Sana El Mouldi classe YouTube dans le type des médias sociaux dits « communautés de contenus »¹⁴⁰.

L'organisation de l'interaction sociale sur la plateforme paraît suivre un schéma semblable à celui des autres plateformes¹⁴¹.

D'après Wattenhofer et al., « si l'on compare avec les caractéristiques signalées d'un autre réseau social en ligne axé sur le contenu, Twitter, YouTube est remarquablement similaire¹⁴² » et ses utilisateurs créent des liens directs.

Nous savons qu'on ne peut pas parler de cohésion sociale sans l'existence des liens amicaux, de liens de citoyenneté, des liens d'association ou autres. Nous comprenons aussi qu'un réseau social comme Facebook permet de se créer une communauté ; et donc nous nous attendons

¹⁴⁰ Sana El Mouldi, Communautés virtuelles sur YouTube : quand les marques s'associent aux youtubeurs. 2020, Université de Bordeaux; Institut supérieur de gestion, Tunis, thèse de doctorat. <https://theses.hal.science/tel-02955515>.

¹⁴¹ John C. Paolillo, "Structure and Network in the YouTube Core," *Proceedings of the 41st Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS 2008)*, Waikoloa, HI, USA, 2008, p. 156-156, doi: 10.1109/HICSS.2008.415.

¹⁴² Mirjam Wattenhofer, Roger Wattenhofer et Zack Zhu, op cit., p.354.

à ce qu'il joue un plus grand rôle dans la création, le maintien, le renforcement ou l'altération des liens ; ce qui de prime à bord n'est pas l'objectif premier de YouTube.

Cependant, hormis les stratégies mises en place par des chaînes YouTube ou leurs publics pour se constituer une communauté solide, la plateforme hébergée par le site Google crée également depuis un certain temps des outils qui la rendent plus interactive et sociable. Claire Balleys écrit :

« Sur YouTube s'observe la création d'une multitude de communautés d'appartenance, autour de thématiques et de préoccupations très variées, mais qui toutes expriment le besoin de se reconnaître les unes dans les autres et de partager un sentiment identitaire commun. [...] YouTube est aujourd'hui [...] un espace d'expression, et, souvent, du soutien¹⁴³. »

Certains services des réseaux sociaux brisent quelques frontières entre réseaux. C'est notamment le cas du service de captation vidéo. « Appelé Live streaming ou captation vidéo, ce service permet de diffuser en temps réel un contenu vidéo, en donnant la possibilité aux utilisateurs de réagir instantanément. Cette fonctionnalité, star des réseaux sociaux et des plateformes vidéo, est présente sur Facebook, YouTube, Twitter, Instagram ou encore Tik-Tok¹⁴⁴. » Avec ce service, il est possible de se connecter au même moment par exemple sur LinkedIn, Facebook et YouTube, ce qui multiplie les possibilités d'interactions et de mise en relation entre les utilisateurs des trois sites web.

Apedjinou, Kouawo et Amouzou-Glikpa mettent en lumière dans leur étude l'influence que peuvent avoir certaines pratiques numériques comme la non-prise en compte du « vivre

¹⁴³ Claire Balleys, « Comment les adolescents construisent leur identité avec YouTube et les médias sociaux », *Nectart*, vol. 6, n° 1, 2017, p. 129 et 131. Balleys, Claire Lucrezia.

¹⁴⁴ Film Corporate, « Facebook Live & Youtube Live. Quel réseau choisir entre les deux géants? », 09 juillet 2020, <https://filmcorporate.fr/facebook-live-youtube-live-duel/>.

ensemble » et la diffusion intentionnelle des images nuisibles, « indécentes ou provocantes juste pour faire le buzz »¹⁴⁵ sur la cohésion sociale.

Étant donné que dans le réseau social YouTube, des pratiques évoquées ci-haut y sont présentes et sont de plus en plus décriées conduisant même des états et le site web lui-même à prendre des mesures pour réduire des dérapages observés, on pourrait être tenté de penser que des pratiques dans la plateforme YouTube « fragilisent la construction des liens pacifiques et de bonnes ententes qu'entretiennent des personnes qui ont en partage un bien commun¹⁴⁶ ». Ne faut-il pas plonger dans l'expérience des utilisateurs dans la plateforme pour déterminer si le réseau social favorise ou non la cohésion sociale ?

Ainsi nous nous demandons partant du vécu des diasporas congolaises et camerounaises de Toronto : dans quelle mesure YouTube en général et particulièrement les émissions politiques diffusées par des chaînes (diasporiques) affectent-elles la cohésion sociale au sein de ces communautés ?

Autrement, dans quelle mesure un réseau social dont l'usage *a priori* n'est pas de mettre les gens en liaison peut-il avoir une influence sur la cohésion sociale (au sein des diasporas camerounaise et congolaise) ?

¹⁴⁵ Akouété Apedjinou, Candide Achille Ayayi Kouawo et Amévor Amouzou-Glikpa, *op. cit.*, p. 452.

¹⁴⁶ *Ibid.*, p. 459.

Chapitre 2

2.1 Cadre d'analyse

Dans notre recherche nous allons tenter de repérer les mouvements convergents et divergents dans la construction des liens sur la plateforme YouTube, c'est-à-dire tenter de déterminer la construction des liens pacifiques ou non et comprendre l'impact de YouTube sur la cohésion sociale des communautés camerounaises et congolaises de Toronto.

L'étude se penchera sur les communautés virtuelles formées par les diasporas congolaise et camerounaise autour des chaînes YouTube d'information politique. Notre but est de répondre à deux questions.

a) Dans quelle mesure l'utilisation de YouTube affecte la cohésion sociale des communautés camerounaises et congolaises de Toronto ?

L'objectif ici est d'explorer la perception des gens sur l'influence de l'utilisation de YouTube sur la cohésion sociale de ces communautés ; il est de déterminer si l'utilisation de cette plateforme vidéo peut avoir un effet positif ou négatif sur la manière dont les membres de ces communautés interagissent, partagent des informations et des valeurs culturelles, et maintiennent leur cohésion en tant que groupe social. La réponse à cette question aidera à mieux comprendre comment les plateformes de médias sociaux, en particulier YouTube, peuvent influencer les relations interpersonnelles et la cohésion sociale dans les communautés immigrantes.

b) Comment l'âge, la scolarité et la durée de résidence au Canada influencent l'utilisation de YouTube et influent sur la cohésion sociale dans les communautés camerounaises et congolaises de Toronto ?

Cette question permet d'explorer les relations complexes entre l'utilisation de YouTube, les facteurs démographiques et l'impact sur la cohésion sociale dans les communautés camerounaises et congolaises de Toronto en nous focalisant sur la fréquence à laquelle les personnes regardent des vidéos sur YouTube.

La prise en compte des variables autres que l'origine ethnique des enquêtés est d'une grande importance dans le cas de notre étude étant donné que lorsque l'on examine l'utilisation des médias par des groupes issus de l'immigration, il est important d'être prudent et de ne pas généraliser les choix individuels uniquement en fonction de l'origine ethnoculturelle des participants.¹⁴⁷

Nous avons fait le choix de considérer et de nous limiter à trois variables sociodémographiques : âge, scolarité et durée de résidence au Canada. Ces variables, comme d'autres qui ne feront pas l'objet de notre analyse, peuvent influencer à la fois l'utilisation de YouTube et la cohésion sociale. Ainsi nous déterminerons si les personnes plus jeunes pourraient être plus enclines à utiliser YouTube que les personnes plus âgées et si elles s'intéressent aux émissions politiques diffusées sur la plateforme plus que les personnes plus âgées.

¹⁴⁷ Josiane Milette et Mélanie Milette, « Consommation médiatique et hybridation identitaire : le cas de trois groupes montréalais issus de l'immigration », dans D. Cogo, M. ElHadji et A. Huertas, dir., *Diasporas, migrations, technologies de la communication et identités transnationales*, Institut de la communication, Université Autonome de Barcelone, Barcelone, 2012, p. 333-350.

2.2 Hypothèses

Étant donné que nos deux communautés d'étude ont des caractéristiques culturelles, sociales et politiques à la fois divergentes et convergentes, nous pensons qu'il existe des différences dans l'utilisation de YouTube et que cela aura une incidence sur la cohésion sociale.

Concernant la seconde question, nous formulons l'hypothèse selon laquelle l'âge, la scolarité et la durée de résidence au Canada n'ont pas d'effet significatif sur la perception de l'effet des contenus politiques de YouTube sur la cohésion sociale au sein des communautés congolaises et camerounaises de Toronto.

En d'autres termes, nous supposons qu'il n'y a pas de lien significatif entre l'âge, le niveau de scolarité et la durée de résidence au Canada des membres des communautés camerounaises et congolaises de Toronto et leur perception de l'effet des contenus politiques de YouTube sur la cohésion sociale de leur communauté.

Cette hypothèse repose sur l'idée que ces facteurs individuels pourraient ne pas exercer une influence directe ou prédominante sur la manière dont les individus perçoivent l'impact des contenus politiques sur la cohésion sociale.

Nous supposons que les opinions concernant les contenus politiques de YouTube et leur effet sur la cohésion sociale soient davantage influencées par d'autres variables, tels que l'engagement politique, le degré d'attachement au pays d'origine, les expériences personnelles ou les interactions sociales au sein de la communauté.

2.3 Groupes d'étude et échantillonnage

Notre groupe d'étude est la diaspora africaine de Toronto, en particulier les communautés camerounaises et congolaises de cette ville.

La population d'étude de notre recherche est constituée des membres des diasporas camerounaise et congolaise vivant dans la ville de Toronto, au Canada. Nous avons choisi ces deux communautés en raison de leur importance numérique parmi les francophones vivant dans la ville de Toronto, ainsi que de leur visibilité dans la ville.

Les diasporas africaines sont composées de personnes d'origine africaine ayant émigré au Canada ou étant nées de parents ayant immigré au Canada. Nous avons recouru, entre autres, aux réseaux sociaux et aux organisations communautaires locales pour recruter des participants à notre enquête.

Afin de nous assurer que notre population d'étude respecte les critères d'inclusion, nous avons pris les dispositions suivantes : les participants doivent être âgés de 18 ans ou plus, avoir des origines camerounaises ou congolaises et être des utilisateurs actifs des réseaux sociaux en général et de YouTube en particulier.

Nous avons prévu de recruter un échantillon de 200 personnes, soit une centaine pour chacune des diasporas, afin de nous assurer que les deux communautés soient représentées de manière équitable tout en étant capable de gérer l'analyse des données.

La collecte des données s'est déroulée du 26 mai au 25 novembre 2022 par le biais de la plateforme de sondage Lyme Survey pour la version électronique du formulaire d'enquête¹⁴⁸,

¹⁴⁸ <https://survey.laurentian.ca/index.php/399377?lang=fr>

et par format papier à travers des canaux communautaires locaux. La version électronique de l'enquête a été envoyée entre autres par courrier électronique, par WhatsApp et par SMS aux membres des communautés camerounaises et congolaises de Toronto. Le questionnaire comporte quatre sections. La première est destinée à obtenir des informations sur l'origine nationale, l'instruction et l'âge ; la seconde interroge sur l'usage des réseaux sociaux ; la troisième s'intéresse à l'usage de YouTube ; la quatrième invite le participant à se prononcer sur l'effet de YouTube sur sa communauté (voir le questionnaire en annexe).

Il convient de rappeler que cette recherche a débuté en 2022 en pleine pandémie de la COVID-19, ce qui a entraîné des conséquences sur nos démarches méthodologiques. Nous avions initialement prévu de mener une observation participante, mais la pandémie l'a rendu impossible en raison des restrictions imposées à l'époque par les autorités. C'est une tâche à rapporter plus tard.

Au terme de la collecte de données, notre échantillon comportait 103 individus d'origine congolaise, dont 93 étaient nés au Congo, 6, au Canada et 4, ni au Congo ni au Canada. Il était aussi composé de 92 Camerounais, dont 82 avaient vu le jour au Cameroun, 5, au Canada et 5, ni au Cameroun ni au Canada.

Chapitre 3

3.0. Résultats

3.1 Analyses descriptives

3.1.1 Première question

La première question porte sur le rapport entre l'utilisation de YouTube et la cohésion sociale selon que la communauté est camerounaise ou congolaise.

Pour découvrir l'usage de YouTube, nous avons demandé aux participants de choisir une valeur entre « 1 », qui signifie « jamais », et « 5 », qui signifie « tous les jours », les valeurs intermédiaires étant « 2 », pour « quelques fois par année », « 3 », pour « quelques fois par mois », et « 4 », pour « quelques fois par semaine ». En considérant cette échelle de Likert comme cardinale on peut comparer les deux échantillons avec un test t. Ce test détecte alors une différence inférable selon qu'on est Congolais ou Camerounais¹⁴⁹, mais cette différence est faible : la moyenne pour les Congolais est de 4,44 (s = 0,77) et, pour les Camerounais, de 4,09 (s = 0,83). Les premiers s'exposent un peu plus que les seconds à YouTube, mais les membres des deux échantillons tendent régulièrement à se rendre sur la plateforme ; dans les deux cas, la moyenne est supérieure à 4 qui correspond à « quelques fois par semaine ».

¹⁴⁹ $t_{(189)} = 3,03 ; p < 0,01$.

Nous avons veillé à interroger les participants sur la variété des usages de YouTube.

Nous avons proposé divers énoncés, tous associés à des échelles de Likert. L'échelle cette fois comporte 6 valeurs, plutôt que 5 : aux 5 positions de l'échelle précédente entre « 1 », qui signifie « jamais », et « 5 », qui signifie « tous les jours », nous avons ajouté un sixième niveau : « très souvent ». Encore une fois, il est possible d'obtenir des tests t (voir le tableau 1). Ces tests révèlent qu'il y a des différences de moyennes en fonction de deux usages : ceux qui ont trait au divertissement et à l'information. Dans les deux cas, la moyenne est quelque peu supérieure chez les Congolais : 3,54 pour eux et 3,16 pour les Camerounais en ce qui a trait au divertissement et 4,31 pour les premiers et 3,84 pour les seconds dans le cas de l'information. Outre cela les moyennes montrent que YouTube sert quelque peu aux participants à maintenir les liens, sert davantage à se divertir et davantage encore à s'informer ; elles montrent par ailleurs que la plateforme ne sert à peu près pas les enquêtés à diffuser des messages ou à produire des contenus. Les moyennes montent et s'abaissent corrélativement pour les deux groupes.

| J'utilise YouTube pour... | Congolais | | Camerounais | | T | ddl | p<0,05 |
|---------------------------|-----------|------|-------------|------|-------|--------|--------|
| | \bar{X} | S | \bar{X} | S | | | |
| ... maintenir des liens | 2,77 | 1,61 | 2,85 | 1,52 | -0,35 | 165 | Non |
| ... diffuser des messages | 1,22 | 0,82 | 1,17 | 0,64 | 0,47 | 180 | Non |
| ... me divertir | 3,54 | 1,13 | 3,16 | 0,98 | 2,46 | 185,74 | Oui |
| ... m'informer | 4,31 | 0,91 | 3,84 | 0,98 | 3,42 | 187 | Oui |
| ... produire des contenus | 1,07 | 0,34 | 1,13 | 0,55 | -0,93 | 174 | Non |

La question qui se pose maintenant est celle de la relation entre l'usage de la plateforme et l'opinion sur la cohésion sociale.

Le questionnaire propose quatre énoncés aux participants qui les invitent à se prononcer diversement sur le thème de cette cohésion. Les énoncés ont tous une prémisse politique : « Les émissions politiques diffusées sur YouTube depuis la diaspora ou depuis mon pays d'origine... ». Dans leur continuité, on lit quatre formulations :

- « ... renforcent la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto »,
- « ... affaiblissent la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto »,
- « ... n'ont aucun effet sur la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto »,
- « ... menacent la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto ».

À côté de chacune d'elles se présente une échelle de Likert à six niveaux dont les pôles sont « 1 », « pas du tout d'accord », et « 6 », « tout à fait d'accord ». On peut donc calculer la corrélation entre les échelles relatives aux usages et celle qui se rapportent à l'impression de l'effet des contenus politiques de YouTube sur la cohésion au sein d'une communauté, et l'on peut obtenir ces chiffres pour chacun des deux échantillons.

Les corrélations qui sont issues de l'échantillon congolais sont, pour la plupart, non inférables (voir le tableau 2). Il y en a quatre qui le sont. Deux d'entre elles impliquent la fréquence d'utilisation, l'une avec l'impression d'un renforcement, l'autre, avec l'impression d'un affaiblissement. Ces deux valeurs sont positives, on a donc affaire à un paradoxe. Une troisième croise l'usage en fonction du maintien des liens et l'estimation d'une absence d'effet sur la cohésion. À nouveau, la corrélation est positive. La quatrième joint l'usage à des fins de divertissement et l'observation d'un affaiblissement de la cohésion. Les tests inférentiels invitent à ne pas attribuer au hasard ces corrélations, mais aucune d'entre elles n'atteint la valeur de 0,40 ; trois d'entre elles n'atteignent pas le seuil de 0,30.

Tableau 2
Corrélation de Pearson
entre l'usage de YouTube et l'opinion à propos l'effet sur la cohésion
au sein de la communauté des contenus politiques diffusés sur YouTube
Échantillon congolais

| | Les émissions politiques diffusées sur YouTube depuis la diaspora ou depuis mon pays d'origine... (1 : pas du tout d'accord et 6 : tout à fait d'accord) | | | |
|---|---|---|--|--|
| | ... renforcent la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto | ... affaiblissent la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto | ... n' ont aucun effet sur la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto | ... menacent la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto |
| Fréquence d'utilisation de YouTube (1 : jamais et 5 : tous les jours) | 0,26* | 0,27* | -0,18 | 0,14 |
| J'utilise YouTube pour maintenir des liens (1 : jamais et 6 : très souvent) | 0,18 | 0,09 | -0,28* | -0,06 |
| J'utilise YouTube pour diffuser des messages (1 : jamais et 6 : très souvent) | 0,25 | 0,04 | -0,07 | 0,01 |
| J'utilise YouTube pour me divertir (1 : jamais et 6 : très souvent) | 0,12 | 0,37** | -0,09 | 0,23 |
| J'utilise YouTube pour m'informer (1 : jamais et 6 : très souvent) | 0,08 | 0,03 | 0,03 | -0,13 |
| J'utilise YouTube pour produire des contenus (1 : jamais et 6 : très souvent) | -0,08 | 0,20 | -0,05 | 0,13 |
| * La corrélation est significative à 0,05 ** La corrélation est significative à 0,01 | | | | |

Si l'on calcule les corrélations avec les mêmes variables, on ne détecte aucune corrélation significative dans l'échantillon camerounais (voir le tableau 3). Cela montre qu'on ne peut établir de lien entre, d'une part, l'usage que chacun fait de YouTube et, d'autre part, le jugement qui est porté sur l'effet sur la communauté camerounaise des émissions politiques diffusées sur la plateforme.

Cette faiblesse des corrélations est largement attribuable à la distribution des réponses sur le thème de la cohésion. Si le jugement a trait au renforcement, la moyenne n'est que de 1,56 (s = 1,59) et le mode est de 1 ; s'il se rapporte à l'affaiblissement, la moyenne est de 2,11 (s = 2,09) et le mode demeure à 1 ; si le jugement porte sur la menace, la moyenne est de 2,54 (s = 2,36) et l'on retrouve un mode de 1. Ces chiffres mettent en évidence que les enquêtés, de manière générale, ne considèrent pas que les émissions politiques émises sur YouTube aient une influence sur la cohésion de leur communauté. Si, toutefois, la proposition veut explicitement que ces émissions n'aient « aucun effet sur la cohésion sociale », le désaccord est moins marqué : la moyenne est alors de 3,82 (s = 2,46).

Tableau 3
Corrélation de Pearson
entre l'usage de YouTube et l'opinion à propos l'effet sur la cohésion
au sein de la communauté des contenus politiques diffusés sur YouTube
Échantillon camerounais

| | Les émissions politiques diffusées sur YouTube depuis la diaspora ou depuis mon pays d'origine... (1 : pas du tout d'accord et 6 : tout à fait d'accord) | | | |
|---|---|---|--|--|
| | ... renforcent la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto | ... affaiblissent la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto | ... n' ont aucun effet sur la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto | ... menacent la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto |
| Fréquence d'utilisation de YouTube (1 : jamais et 5 : tous les jours) | 0,16 | 0,08 | -0,13 | -0,14 |
| J'utilise YouTube pour maintenir des liens (1 : jamais et 6 : très souvent) | 0,05 | -0,23 | -0,09 | -0,07 |
| J'utilise YouTube pour diffuser des messages (1 : jamais et 6 : très souvent) | -0,08 | 0,21 | -0,13 | 0,25 |
| J'utilise YouTube pour me divertir (1 : jamais et 6 : très souvent) | 0,16 | 0,06 | -0,20 | 0,04 |
| J'utilise YouTube pour m'informer (1 : jamais et 6 : très souvent) | 0,20 | -0,04 | 0,08 | -0,17 |
| J'utilise YouTube pour produire des contenus (1 : jamais et 6 : très souvent) | 0,06 | -0,1 | 0,20 | -0,14 |
| * La corrélation est significative à 0,05 ** La corrélation est significative à 0,01 | | | | |

3.1.2 Seconde question

La seconde question a trait à l'incidence de l'âge, de la scolarité et de la durée de résidence au Canada sur la façon dont est perçu le rapport entre les émissions politiques sur YouTube et la cohésion sociale au sein des deux communautés.

L'âge se révèle dans une variable ordinale. Le questionnaire comportait 12 cases associées à des tranches d'âge. La première de ces tranches ne groupait que deux années : « 18 et 19 » ans ; les 10 suivantes, soit de 2 à 11, en réunissaient 5 (comme dans « 20 à 24 ans », « 25 à 29 ans », « 30 à 34 ans »...); la douzième rassemblait les plus vieux : « 70 ans et plus ».

La scolarité renvoie à une échelle à 8 niveaux :

1. Sans scolarité
2. Quelques années de l'école primaire
3. Cours primaire terminé
4. Quelques années de l'école secondaire
5. Diplôme d'études secondaires
6. Diplôme d'études collégiales
7. Diplôme d'études universitaires de 1^{er} cycle (B. A., B. Sc., B. Éd...)
8. Diplôme d'études universitaires

Il s'agit donc, ici encore, d'une variable ordinale.

Le questionnaire demandait aux participants d'inscrire l'année lors de laquelle ils sont arrivés au Canada. Pour les personnes, peu nombreuses, qui sont nées au Canada, nous avons l'année de la naissance. Nous avons soustrait cette année à 2022, ce qui donne le nombre d'années au Canada. La variable est cardinale.

Comme nous avons deux variables indépendantes ordinales, nous avons opté pour une mesure de corrélation sur les rangs et nous avons retenu le tau-b, le nombre de valeurs des variables

étant limité. Pour la variable cardinale du temps, à des fins de comparaison, nous avons aussi recouru au tau-b – mais non sans confirmer ce chiffre avec le r de Pearson avec lequel il n’y a jamais eu de contradiction.

Dans l’échantillon congolais, aucune corrélation n’est significative entre les variables sociodémographiques et l’opinion sur l’effet des contenus politiques de YouTube (voir le tableau 4). Aucune corrélation ne dépasse la valeur de 0,23 ; 6 d’entre elles sont inférieures à $\pm 0,10$ en. Aucune de ces statistiques ne réussit un test inférentiel.

Tableau 4
Corrélation Tau-b de Kendall
des variables sociodémographiques et l’opinion à propos l’effet sur la cohésion
au sein de la communauté des contenus politiques diffusés sur YouTube
Échantillon congolais

| | Les émissions politiques diffusées sur YouTube depuis la diaspora ou depuis mon pays d’origine... (1 : pas du tout d’accord et 6 : tout à fait d’accord) | | | |
|--|---|---|--|--|
| | ... renforcent la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto | ... affaiblissent la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto | ... n’ ont aucun effet sur la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto | ... menacent la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto |
| Tranche d’âge | 0,01 | 0,21 | < 0,01 | < 0,01 |
| Niveau de scolarité | -0,10 | -0,11 | 0,23 | -0,23 |
| Nombre d’années au Canada | 0,12 | 0,08 | -0,02 | -0,06 |
| * La corrélation est significative à 0,05 | | | | |
| ** La corrélation est significative à 0,01 | | | | |

Les chiffres pour l'échantillon camerounais sont du même ordre : aucune corrélation significative, aucune valeur supérieure à 0,24, 5 valeurs qui sont plus petites que $\pm 0,10$, aucun test inférentiel qui soit significatif.

3.2 Interprétation

Maintenant que nous avons obtenu nos résultats, il est temps de les examiner sous un angle différent pour leur donner une interprétation.

Après notre analyse, devons-nous soutenir que les émissions politiques diffusées sur YouTube ont une influence sur la cohésion sociale au sein des diasporas congolaises et camerounaises de Toronto ? Les émissions politiques diffusées sur la plateforme renforcent-elles la cohésion sociale ? Les menacent-elles ?

Ce sont toutes ces interrogations qui nous intéressent.

3.2.1 Rapport entre l'utilisation YouTube et la cohésion sociale

La première préoccupation de notre analyse consiste à établir le rapport entre l'utilisation de YouTube et la cohésion sociale.

YouTube s'avère davantage un espace d'information et de divertissement que de maintien des liens.

Les individus ont recours aux médias pour satisfaire différents types de besoins, tels que les besoins cognitifs, éducatifs, affectifs, ludiques et informatifs. Cette idée a été développée par Katz *et al.*¹⁵⁰.

¹⁵⁰ Katz, Elihu, Hadassah Haas et Michael Gurevitch. « On the use of the mass media for important things », *American Sociological Review*, vol. 38, n° 2, 1973, p.164-181. <https://doi.org/10.2307/2094393>.

Pour quels besoins nos enquêtés utilisent-ils principalement YouTube ?

Nos résultats indiquent que l'utilisation de YouTube semble répandue au sein des communautés camerounaises et congolaises, bien que les Congolais aient tendance à s'y exposer un peu plus que les Camerounais.

S'informer apparaît comme le premier motif pour lequel les communautés congolaises et camerounaises de Toronto utilisent la plateforme, soit une moyenne de 4,31 pour le premier groupe et 3,84 pour le deuxième groupe. YouTube semble donc comme une source importante d'informations (notamment politiques) de nos échantillons, mais pour des informations des pays de leur origines nationales respectifs. C'est donc principalement pour s'informer que nos deux échantillons entretiennent un rapport régulier avec YouTube, ce qui rejoint la conclusion de Maomra Bogui *et al.* La plateforme est donc un espace « d'information communautaire ».

On pourrait déduire que pour les communautés diasporiques, la plateforme YouTube a trois fonctions : informer, divertir et servir de prolongement de la vie culturelle et sociale du pays d'origine.

Si YouTube ne sert presque pas aux individus à diffuser des messages, la plateforme sert cependant quelque peu aux utilisateurs à maintenir les liens, soit une moyenne de 2,77 pour la communauté congolaise et 2,85 pour les Camerounais. On pourrait donc soutenir que la plateforme sert dans une certaine mesure à connecter des individus (partageant les mêmes intérêts), bien que cela ne soit pas sa finalité première.

D'ailleurs, lorsque les vidéos sont recommandées par une personne de confiance ou par une autre ayant les mêmes centres d'intérêts, ces vidéos ont plus de chance d'être regardées¹⁵¹.

Notre analyse révèle aussi qu'une grande proportion des enquêtés suivent des programmes de politique canadienne, mais utilisent des médiums autres que YouTube à cette fin. Ce constat rejoint celui fait par Josianne Millette *et al.* : « un attachement aux médias ethniques ou aux médias du pays ou de la région d'origine [ne se fait pas] nécessairement au détriment d'un attachement aux médias canadiens grand public anglophones et francophones¹⁵² ».

YouTube ne sert cependant presque pas à diffuser des messages parmi les membres des diasporas camerounaises et congolaises de Toronto, et très peu y produisent des contenus.

3.2.2 YouTube transforme-t-il des rapports entre individus ?

Il nous semble que la présente étude a le mérite d'inclure pour la première fois la relation entre l'utilisation de YouTube et la cohésion sociale, en fonction de la communauté camerounaise ou congolaise.

L'analyse descriptive de nos échantillons montre que les participants ont des opinions diverses sur l'impact des émissions politiques diffusées sur YouTube sur la cohésion sociale. Cela suggère que les émissions politiques diffusées sur la plateforme peuvent être perçues différemment par les membres des communautés camerounaises et congolaises en termes de leur impact sur la cohésion sociale.

¹⁵¹ a) Jameson L. Hayes, Yan Shan et Karen Whitehill King, « The interconnected role of strength of brand and interpersonal relationships and user comment valence on brand video sharing behaviour », *International Journal of Advertising*, vol.37, n°1, 2018, p.142-164.

b) Khurramov Ortikjon Kayumovich et Fayzieva Sayyora Annamuradovna «The main convenience of internet marketing from traditional marketing », *Academy*, vol. 52, n° 1, 2020, p.30-32.
doi: 10.24411/2412-8236-2020-10101.

¹⁵² Josianne Millette *et al.*, *op. cit.*, p. 57.

N'ayant pas été possible d'établir de corrélation entre l'utilisation personnelle de YouTube et l'opinion générale sur l'impact des émissions politiques diffusées sur cette plateforme sur la communauté camerounaise et congolaise, il nous semble difficile d'affirmer ou d'infirmer si les émissions politiques diffusées sur YouTube peuvent renforcer ou affaiblir la cohésion sociale. Mais on sait que, du point de vue des personnes qui ont participé à l'étude, la cohésion sociale est peu associable aux émissions politiques qu'on trouve sur YouTube.

Il se pourrait que l'utilisation de YouTube n'ait pas d'effet significatif sur la cohésion sociale, ou peut-être que d'autres facteurs aient une influence sur l'opinion des participants à ce sujet.

Est-ce que dans d'autres contextes ou avec d'autres échantillons (types et tailles) nous aurions eu le même résultat ? D'autres études pourront s'intéresser à la question.

Il est cependant possible que les médias sociaux ne soient pas directement responsables des menaces à la cohésion sociale et qu'ils puissent les révéler et, dans certains cas, les amplifier¹⁵³. Il se peut que YouTube exerce une influence sur cette cohésion mais que cette relation ne soit pas perceptible par les usagers.

¹⁵³ a) Björn Ross et Stefan Stieglitz, «The Impact of Social Media on Social Cohesion: A Double-Edged », *Sword, Media and Communication*, vol.10, n°2, 2022, p. 104-107.<https://doi.org/10.17645/mac.v10i2.5792>

b) Claire Balleys, « Comment les adolescents construisent leur identité avec YouTube et les médias sociaux », *Nectart*, vol. 6, n° 1, 2018, p. 124-133. DOI : 10.3917/nect.006.0124. URL: <https://www.cairn.info/revue-nectart-2018-1-page-124.htm>.

3.2.3 L'âge, la scolarité et la durée de résidence influencent-ils la perception du rapport entre des contenus politiques et la cohésion sociale au sein des communautés diasporiques ?

Nous avons pu faire ressortir quatre points essentiels à partir de l'analyse de notre échantillon fondée sur les variables âge, scolarité et durée de résidence :

1° L'absence de corrélation significative

2° Les faibles corrélations observées

3° Un contraste entre les variables sociodémographiques

4° Les limites des tests inférentiels

3.2.4 L'absence de corrélation significative

Nos données n'ont pas montré de relation statistiquement significative entre les variables âge, scolarité et durée de résidence, d'une part, et les contenus politiques et la cohésion sociale, d'autre part.

Selon notre étude, l'âge, la scolarité et la durée de résidence au Canada n'ont pas d'effet significatif sur la perception de l'impact des contenus politiques de YouTube sur la cohésion sociale au sein des communautés diasporiques.

Cependant, il convient de noter que cette conclusion s'applique spécifiquement à nos échantillons congolais et camerounais dans un contexte précis.

3.2.5 Des faibles corrélations observées

Nous avons pu tout de même dégager certaines associations en dépit du fait que les corrélations entre les variables âge, scolarité et durée de résidence et l'opinion sur les contenus politiques de YouTube soient faibles. C'est le cas de l'échantillon congolais dans lequel on observe une corrélation positive de 0,12 entre le nombre d'années au Canada et la perception selon laquelle les émissions politiques sur YouTube renforcent la cohésion sociale. On peut imaginer qu'en augmentant la taille de l'échantillon il se pourrait qu'une plus longue durée de résidence au Canada influence légèrement la perception positive que l'individu a de l'effet des contenus politiques sur la cohésion sociale. Pour ces personnes, donc, les émissions politiques diffusées sur YouTube renforceraient la cohésion sociale au sein de leur communauté.

3.2.6 Un contraste entre les variables sociodémographiques

Il est à noter que les corrélations observées entre l'âge, la scolarité et la durée de résidence, d'une part, et l'opinion que les individus ont sur les émissions politiques de la plateforme YouTube, d'autre part, varient. En considérant par exemple l'échantillon congolais, on constate que le niveau de scolarité a une corrélation négative de -0,11 avec la perception selon laquelle les contenus politiques de la plateforme affaiblissent la cohésion sociale. Ceci pourrait indiquer, si cette valeur persistait dans un calcul sur un plus grand échantillon, que les individus ayant un niveau de scolarité plus élevé ont une légère tendance à relever un affaiblissement de la cohésion sociale causé par les contenus politiques diffusés sur YouTube.

3.2.7 Limites des tests inférentiels

Rappelons que nos tests inférentiels utilisés n'ont pas pu mettre en évidence des corrélations significatives entre les variables. Il est donc probable que les relations annoncées par les hypothèses ne soient pas justifiées. Il est toutefois envisageable que la taille trop petite de l'échantillon ait nui à la sensibilité des tests ; il est aussi concevable que d'autres facteurs entrent en ligne de compte. Il est donc capital de considérer les limites de notre recherche telles que nous le signalerons plus bas.

Chapitre 4

4.0 Conclusion

4.1 YouTube et cohésion sociale au sein des diasporas : enseignements

Notre étude a cherché à répondre à la question fondamentale de l'influence des réseaux sociaux dans la cohésion sociale parmi les diasporas, en se concentrant sur la plateforme YouTube et les diasporas camerounaises et congolaises de la ville de Toronto. De manière spécifique, la recherche a tenté de répondre à deux questions : dans quelle mesure l'utilisation de YouTube affecte la cohésion sociale des communautés camerounaises et congolaises de Toronto ? Et comment l'âge, la scolarité et la durée de résidence au Canada influencent l'utilisation de YouTube et ont un effet sur la cohésion sociale dans les communautés camerounaises et congolaises de Toronto ?

Ces questions devaient nous permettre de vérifier si l'utilisation de cette plateforme vidéo peut influencer positivement ou négativement les interactions, le partage d'informations et de valeurs culturelles, ainsi que la cohésion des communautés, d'une part, et d'examiner si les jeunes sont plus susceptibles d'utiliser YouTube que les personnes âgées et s'ils manifestent un intérêt plus prononcé pour les émissions politiques diffusées sur cette plateforme par rapport aux personnes âgées, d'autre part.

Afin de répondre à ces questions, nous avons articulé notre recherche en quatre chapitres.

Dans le premier chapitre, nous avons accordé une attention particulière à la recension des écrits. À la suite de cette analyse documentaire nous avons noté que les réseaux

sociaux ont un impact sur la sociabilité mais un impact qui est fonction des facteurs démographiques et sociaux.

Il en est aussi ressorti que l'usage des médias sociaux peut engendrer des effets néfastes sur la qualité et l'intensité des liens sociaux, d'autant plus que l'espace numérique est devenu un environnement de diffusion des discours haineux susceptibles d'affecter la création et le maintien de relations pacifiques¹⁵⁴.

La revue exhaustive et critique de la littérature existante nous a appris que pour de nombreux chercheurs, la sociabilité numérique, c'est-à-dire les interactions sociales en ligne, a deux effets simultanés. D'une part, elle crée de nouvelles connexions, ce qui signifie que les individus peuvent établir des liens avec de nouvelles personnes grâce aux plateformes numériques. D'autre part, la sociabilité numérique renforce les liens existants qui peuvent être moins solides. Cela peut se produire en permettant aux individus de maintenir des relations à distance, de rester en contact avec des amis ou des membres de leur famille, même s'ils sont éloignés géographiquement. Les plateformes numériques offrent des moyens de communication instantanée, de partage de contenu et de participation à des activités en ligne, ce qui peut contribuer à renforcer les liens existants. Internet affecte également les relations tant entre individus qu'entre organisations.

Le deuxième chapitre de notre étude a consisté à examiner l'influence de l'utilisation de YouTube sur la cohésion sociale au sein de nos deux communautés d'étude à travers 175 individus.

¹⁵⁴ Akouété Apedjinou, Candide Achille Ayayi Kouawo et Amévor Amouzou-Glikpa, op. cit. ; Dang Nguyen et Virginie Lethiais, op. cit.; et Girard et Laflamme, op. cit.

Afin de donner une bonne orientation à notre recherche, nous avons aménagé nos questions de recherche en hypothèses, supposant l'existence de différences dans l'utilisation de YouTube, ce qui devait avoir une incidence sur la cohésion sociale.

Rappelant les variables sociodémographiques, nous avons émis l'hypothèse qu'il n'existe pas de lien significatif entre l'âge, le niveau de scolarité et la durée de résidence au Canada des membres des communautés camerounaises et congolaises de Toronto, et la manière dont ils perçoivent l'influence des contenus politiques diffusés sur YouTube sur la cohésion sociale de leur communauté.

Le chapitre suivant de l'étude a consisté à vérifier ces hypothèses.

Dans le but d'atteindre les objectifs de cette thèse, nous avons recouru à l'approche des usages des médias sociaux et à l'approche de la « cohésion sociale ».

Les résultats des analyses descriptives montrent que l'utilisation de YouTube varie légèrement en fonction de la communauté d'origine. Les Congolais ont tendance à utiliser YouTube un peu plus souvent que les Camerounais ; mais, dans les deux cas, la plateforme est fréquemment consultée. En ce qui concerne les différents usages de YouTube, les Congolais ont des moyennes légèrement supérieures à celles des Camerounais en ce qui concerne le divertissement et l'information. Les deux groupes utilisent YouTube pour maintenir des liens sociaux, pour se divertir et pour s'informer, mais ils ne l'utilisent pas beaucoup pour diffuser des messages ou produire du contenu.

Concernant la relation entre l'utilisation de YouTube et l'opinion sur la cohésion sociale, les corrélations calculées dans l'échantillon congolais révèlent des résultats intéressants. Certaines corrélations sont significatives, montrant une relation entre la fréquence d'utilisation de YouTube

et l'opinion sur le renforcement ou l'affaiblissement de la cohésion sociale. Cependant, ces corrélations restent faibles et ne dépassent pas le seuil de 0,40. Dans l'échantillon camerounais, aucune corrélation significative n'a été trouvée, ce qui suggère l'absence de lien entre l'utilisation de YouTube et l'opinion sur la cohésion sociale au sein de la communauté camerounaise.

L'analyse de l'incidence de l'âge, de la scolarité et de la durée de résidence au Canada sur la perception du lien entre les émissions politiques sur YouTube et la cohésion sociale révèle que ces variables ne sont pas corrélées de façon significative avec l'opinion exprimée. On peut donc supposer que ces trois facteurs ne sont pas des éléments déterminants de la façon dont les individus perçoivent l'impact des contenus politiques sur YouTube sur la cohésion sociale.

Les résultats de cette étude indiquent que l'utilisation de YouTube varie légèrement selon la communauté d'origine, mais que, dans les deux cas, la plateforme est régulièrement utilisée. Les liens entre l'utilisation de YouTube et l'opinion sur la cohésion sociale présentent une faible corrélation, ce qui indique une relation limitée entre ces variables. De plus, l'âge, la scolarité et la durée de résidence au Canada ne semblent pas influencer de manière significative la perception de l'influence des émissions politiques sur YouTube sur la cohésion sociale. Ces résultats contredisent ainsi nos deux hypothèses et mettent en évidence l'importance de considérer d'autres facteurs et d'autres dynamiques sociales pour comprendre pleinement l'influence des plateformes de médias sociaux sur la cohésion sociale au sein des communautés.

Avant de clore ce troisième chapitre, il est important de mettre en évidence quelques enseignements utiles qui se dégagent de notre analyse, enseignements qui pourraient guider les études futures sur l'influence de YouTube sur la cohésion sociale parmi les diasporas :

1. Prendre en compte la diversité des pratiques

Nous avons constaté que l'utilisation de YouTube varie légèrement selon la communauté d'origine. Il paraît nécessaire de prendre en compte les particularités culturelles de chaque communauté lorsqu'on analyse l'influence des réseaux sociaux.

2. Rôle restreint de YouTube dans la diffusion de messages et la production des contenus (d'opinions)

Il est apparu après analyse que nos deux échantillons se servent de YouTube principalement pour se divertir et s'informer, mais ils l'utilisent très peu pour diffuser des messages ou produire du contenu. On pourrait croire que la plateforme n'est pas perçue comme un outil efficace pour la diffusion d'informations ou d'opinions au sein de ces communautés ou que l'inclination à produire des contenus est marginale. A contrario, YouTube apparaît plutôt comme un espace virtuel de consommation des opinions des personnes sélectionnées par les propriétaires des chaînes ou les présentateurs des émissions. Dans la plupart des émissions politiques camerounaises ou congolaises que nous avons suivies, c'est l'opinion de l'animateur ou de son camp politique qui est mise en avant. En d'autres termes, les utilisateurs de YouTube n'y diffusent que très rarement des messages ou leurs opinions. Ce qui revient à dire que la plateforme n'est pas un lieu propice pour recueillir les opinions des utilisateurs. Cependant, il convient de souligner que pour certaines émissions à grande audience, telles que les émissions congolaises « Télé libre Antenne » (TLA) et « Allo CPL », l'utilisation de lignes téléphoniques ouvertes permet aux présentateurs de recueillir un nombre considérable de réactions de la part des spectateurs. Néanmoins, il est important de noter que le nombre de personnes qui réagissent reste nettement inférieur à la taille de leur auditoire.

3. Faible corrélation entre l'utilisation de YouTube et l'opinion sur la cohésion sociale

Bien que des corrélations significatives aient été observées dans l'échantillon congolais, elles restent faibles. Il semble que l'utilisation de YouTube ait une influence limitée sur l'opinion des individus concernant le renforcement ou l'affaiblissement de la cohésion sociale. Il y a lieu de s'intéresser à d'autres facteurs et dynamiques sociales qui peuvent jouer un rôle important dans la formation de l'opinion et la construction de la cohésion sociale.

4. Influence limitée de l'âge, de la scolarité et de la durée de résidence

Il n'a été observé aucune corrélation significative entre des variables telles que l'âge, la scolarité et la durée de résidence au Canada, et l'opinion sur l'influence des émissions politiques sur YouTube sur la cohésion sociale. Cela signale que l'usage des sous-médias d'internet auxquels nous nous sommes intéressés ne dépend pas ou ne dépend plus de ces variables : on peut de moins en moins affirmer, sans doute, que l'usage d'internet, de manière générale, dépend de l'âge ou de la scolarité, ce qui ne signifie pas que ces variables ne puissent déterminer le recours à certains contenus.

Les quatre points relevés ci-haut mettent en évidence la complexité de la relation entre les émissions politiques sur YouTube et la perception de la cohésion sociale.

En abordant cette problématique, notre étude contribue à mieux comprendre comment YouTube peut influencer les relations sociales et la dynamique communautaire et permet de mettre en évidence les variations potentielles d'utilisation de la plateforme entre les communautés congolaise et camerounaise de Toronto.

Nous avons considéré YouTube comme un réseau social, car la plateforme permet aux utilisateurs de mettre en ligne et de diffuser une variété de contenus.

Ces contenus peuvent inclure des éléments tels que des images, des réflexions personnelles, des vidéos ou des indications sur leur localisation géographique actuelle¹⁵⁵.

Les résultats de notre étude offrent des perspectives précieuses pour orienter le développement de politiques et d'interventions ciblées visant à promouvoir une utilisation responsable et constructive des médias sociaux, en mettant l'accent sur la plateforme de vidéos YouTube, au sein de diasporas africaines de Toronto. Notre recherche met en évidence le potentiel de cette plateforme comme un outil efficace pour les intervenants communautaires souhaitant diffuser des messages auprès des diasporas congolaise et camerounaise de Toronto.

4.2 Limite de la recherche

Nous reconnaissons que notre étude n'est pas parfaite et qu'elle a des limites.

Le fait de nous focaliser exclusivement sur les communautés camerounaises et congolaises restreint la portée des résultats obtenus et ne permet pas de les extrapoler au comportement d'autres communautés africaines de Toronto sur YouTube.

Il serait bénéfique de mener aussi l'étude sur une diversité des communautés afin de vérifier si les tendances constatées dans nos deux échantillons réapparaîtront parmi les Torontois natifs et les membres d'autres communautés notoires dans la ville.

Notre recherche s'est limitée à l'analyse descriptive des usages de la plateforme YouTube et à la perception de nos échantillons quant à l'influence des contenus politiques diffusés sur YouTube sur la cohésion sociale. Cependant, se limiter uniquement à cette analyse nous semble incomplet, car cela ne permet pas d'évaluer adéquatement d'autres aspects susceptibles d'influer

¹⁵⁵ *Social Media Influence*, <https://loveorganization.ca/>

sur la cohésion sociale, tels que le degré et l'impact du discours haineux présents dans les contenus politiques.

Des études futures sur l'influence des émissions politiques diffusées dans YouTube sur la cohésion sociale parmi les diasporas pourraient emprunter cette démarche.

Par ailleurs, nous aurions pu observer le rapport entre le recours à la plateforme YouTube et la cohésion sociale autrement qu'en passant par la perception de usagers. Il est concevable qu'une étude de cette relation qui ne transiterait pas par l'opinion des usagers découvrit effectivement une corrélation.

Bibliographie

- Ackah , William et James Newman. « Ghanaian Seventh Day Adventists on and offline. Problematising the Virtual Communities Discourse », p.204-205 et 2012 dans Karim H. Karim (Ed.) *The Media of Diaspora. Mapping the Globe*. New York: Routledge, 2003, p224.
- Allioui, Mohamed-Ali. « Les pratiques et représentations identitaires sur internet : analyse qualitative des interactions de collectifs appartenant à un groupe déterritorialisé et anthropologiquement situé – les Kabyles », *RCÉM automne 2015*, p. 38-64.
- Altourah, Albaraa. *Hiérarchisation de l'information et "agenda setting" sur Twitter : étude comparée entre la France et le Koweït*. 2018, Université de Lille, thèse de doctorat. [https://tel.ar\(Benford, Snow et Plouchard\)chives-ouvertes.fr/tel-01958593](https://tel.ar(Benford, Snow et Plouchard)chives-ouvertes.fr/tel-01958593).
- Azizi, Asmaa. « Quand des immigrés prennent la parole. Appropriation des plateformes de blogging à des fins politiques par des immigrés marocains », *Tic & société*, vol. 10, n°2-3, 2016, 2017.
- Balleys, Claire Lucrezia. « Comment les adolescents construisent leur identité avec YouTube et les médias sociaux », *Nectart*, vol.6, n°1, 2017, p.124-131.
- Barats (dir.), Christine. *Manuel d'analyse du Web en sciences humaines et sociales*. Paris: Armand Colin, 2013, p.272.
- Benabid, Fadwa. « Une plateforme Moodle dans une formation hybride diplômante : étude de l'évolution des usages » *Revue internationale des technologies en pédagogie universitaire*, vol.14, n°2, 2017, p. 24-38.
- Benford, Robert D., David A. Snow et Nathalie Miriam Plouchard. « Processus de cadrage et mouvements sociaux : présentation et bilan », *Politix*, 2012, p.217-255.
- Breton, Philippe. « À propos du « monde solaire » d'Asimov : les technologies de l'information dans le contexte du nouvel individualisme », *Sociologies et sociétés* 2000, p.123–134.
- . « Internet. La communication contre la parole ? », *Étude. Revue de culture contemporaine*, Vol.394, n°6, 2001, 775-784.
- . *Le culte de l'Internet. Une menace pour le lien social ? La Découverte*. Paris, La Découverte, 2000, p.128.
- Burgess, Jean et Joshua Green. *YouTube: Online Video and Participatory Culture, 2nd Edition*. 2nd Edition. Cambridge, Polity Press, 2009.
- Candide Achille, Ayayi Kouawo, Amévor Amouzou-Glikpa et Akouété Apedjinou. « Le numérique et la cohésion sociale étude exploratoire sur les inégalités et les pratiques engendrées par l'internet chez les étudiants en parcours licence de l'université de Lomé », dans Anate Kouméalo, Assima-Kpatcha Esoham & Napala Kuwèdaten. *Les enjeux socio-communicationnelles du vivre-ensemble*. Séproh,. Lomé, 2020, Lomé, Séproh, 2021, p. 435-466.
- Cardon, Dominique. *La démocratie Internet. Promesses et limites*. Éd. La République des idées. Paris: Seuil, coll., 2010.

- Charmarkeh, Houssein. *Pratiques médiatiques, usages des médias sociaux et trajectoires migratoires des Somaliens en France et au Canada. Sciences de l'information et de la communication*. 2013, Université de la Sorbonne nouvelle - Paris II, *thèse de doctorat*.
- Chen, Yali et Jiang Chang. « Médias sociaux et diaspora digitale », *French Journal For Media Research*, 2020. <<https://frenchjournalformediaresearch.com:443/lodel-1.0/main/index.php?id=2015>>.
- Cohen, Évelyne, Tristan Mattelart et Bernard Faivre d'Arcier, « Penser les enjeux culturels de l'internationalisation de la télévision : des années 1960 à aujourd'hui », *Hypothèses*. 16 janvier 2020. <<https://chmcc.hypotheses.org/11242>>.
- Daghmi, Fathallah. « Constructions identitaires et récits médiatiques », *Études caribéennes* 2007. <<https://doi.org/10.4000/etudescaribeennes.368>>.
- . « Diasporas dans les imaginaires et les pratiques des médias des pays », dans Agboli, Christian, Oumar Kane et Gaby Hsab. *Identités diasporiques et communication*. Québec, Les presses de l'Université du Québec, 2013, p. 91-103.
- Damome, Etienne, Étienne Sossou et Joël Todo-Alipui. « Les médias numériques des diasporas africaines en France. Mapping des pratiques informationnelles et communicationnelles », *Études de la Chaire Diasporas Africaines*, 2021, p.1-54.
- Damon (dir.), Julien. *100 penseurs de la société*. Hors collection. Paris, Presses universitaires de France, 2016.
- Dayan, Daniel. « Médias et diasporas », *Les cahiers de médiologie*, vol.3, n°1, 1997, p 91-97.
- Derville, Gégory. « Le pouvoir des médias...Selon les classiques de la « com », *Les cahiers de médiologie*, vol.2, n°6, 1998, p.130-135. <https://doi.org/10.3917/cdm.006.0130>
- . *Le pouvoir des médias*. 4e éd., Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, 2017.
- Diminescu, Dana et Guido Nicolosi. « Les risques et les opportunités de la migration « connectée » », *Socio-anthropologie*, vol.40, n°1, 2019, p. 203-213.
- Dortier, Jean-François. « Paul Lazarsfeld (1901-1976): L'influence des médias », *Sciences humaines*, n°20, Juin-juillet 2015, p 76.
- Edino, RuthMireille Manga. « Les TIC, nouvelles formes d'action politique. Le cas des diasporas camerounaises », *Afrique contemporaine*, vol.234, n°2, 2010, p.127-140.
- Elihu, Katz. « La recherche en communication depuis Lazarsfeld », *Hermès, La Revue*, vol.4, n°1, 1989, p77-90.
- . «La recherche en communication depuis Lazarsfeld.» *Hermès* 1989: 7-90.
- Epifanio, San Juan. « Politique des Cultural Studies contemporaines » *L'Homme & la Société*, vol.149, n°3, 2003, p.105-124.
- Faris, David M. « La révolte en réseau : le “printemps arabe” et les médias sociaux », *Politique étrangère*, n°1, 2012, p99-109.
- Film Corporate. *FacebookLive & Youtube Live. Quel réseau choisir entre les deux géants?* . 09 juillet 2020. <<https://filmcorporate.fr/facebook-live-youtube-live-duel/>>.

- Fourquet-Courbet , Marie-Pierre et Didier Courbet. « Analyse de la réception des messages médiatiques. Récits rétrospectifs et verbalisations concomitantes », *Communication & langages*, vol.161, n°3, 2009, p.117-135.
- Geneviève, Jacquinet. « Les relations des jeunes avec les médias. Qu'en savons-nous ? », dans Jacquinet Geneviève (dir.). *Les jeunes et les médias. Perspectives de la recherche dans le monde*. Paris, L'Harmattan, 2002. p.13-39.
- Georgiou, Myria. « Les diasporas en ligne : une expérience concrète de transnationalisme », *Hommes & Migrations*, n°1240, novembre-décembre 2002, p.10-18.
- Gingras, Anne-Marie. « Les théories en communication politique », dans Gingra (dir.), Anne-Marie, *La communication politique : état des savoirs, enjeux et perspectives*, Québec, Presses de l'Université du Québec, 2003.
- Glasson, Thierry, et al. « Les effets des médias à l'ère du 2.0. Recension des écrits sur l'influence de la médiatisation dans la formation des opinions politiques à l'heure des médias sociaux », *Groupe de recherche en communication politique*, 2015.
- Guedes-Bailey, Olga. « Les pratiques en ligne des diasporas. Représentations de soi et résistance ? », *Migrations Société*, vol.132, n°6, 2010, p.47-62.
- Hall, Stuart , Michèle Albaret et Marie-Christine Gamberini. « Codage/décodage », *Réseaux*, vol.12, n°68, 1994, p.36.
- Hall, Stuart, Peter Osborne et Lynne Segal. « Culture and Power », *Radical Philosophy*, n°86, 1998, p. 24-41.
- Hassane, Souley. « Conceptualiser les “médias communautaires” dans un contexte deglobalisation de l'information », *Migrations Société*, vol.11-112, n°3-4, 2007, p. 215-240.
- . « L'Internet des diasporas noires aux États-Unis, en Grande-Bretagne et en France. Les médias des minorités ethniques », 2010, p.119-139.
- Hayes, Jameson L., Yan Shan et Karen Whitehill King. « The interconnected role of strength of brand and interpersonal relationships and user comment valence on brand video sharing behaviour », *International Journal of Advertising*, vol.37, n°1, p.142-164.
- Jauréguiberry, Francis et Serge Proulx. « Usages et enjeux des technologies de communication », *Érès*, 2011, p. 32-36.
- Jensen, Klaus Bruhn et Karl Erik Rosengren. « Cinq traditions à la recherche du public », *Hermès*, 1993, p.281-310.
- Jouët, Josiane. « Retour critique sur la sociologie des usages », *Réseaux*, vol.18, n°100, 2000, p.499-521.
- Katz, Elihu , Hadassah Haas et Michael Gurevitch. « On the Use of the Mass Media for Important Things », *American Sociological Review*, vol.38, n°2, 1973, p.164-181.
- Katz, Elihu, Jay G. Blumler et Michael Gurevitch. «Uses and Gratifications Research.» *Public Opinion Quarterly* 1973: 509-523 .
<<https://www.jstor.org/stable/2747854>>.

- King, Anthony D. *Culture, Globalization, and the World-System: Contemporary Conditions for the Representation of Identity*. Éd. University of Minnesota Press. Minneapolis: NED-New edition, 1997.
<<http://www.jstor.org/stable/10.5749/j.cttsqb3>>.
- Klaus Bruhn Jensen. *Making Sense of the News: Towards a Theory and an Empirical Model of Reception for the Study of Mass Communication*. Aarhus: Aarhus University Press, 1986.
- Koukoutsaki-Monnier, Angeliki. « Les sites Web de la diaspora grecque en tant que dispositifs de médiation de la diversité culturelle », Koukoutsaki-Monnier, Angeliki et Sylvie Thiéblemont-Dollet (dir.). *Média, dispositifs, médiation*. Nancy: Presses de l'Université de Nancy, 2010.
- Lafayette, Caroline Guibet. « Modèles de la cohésion sociale », *European Journal of Sociology*, vol.50, n°3, 2009, p.389-427.
- Lafkioui, Mena B. « Interactions digitales et construction identitaire sur les sites Web berbères », *Études et documents berbères*, vol.29-30, n°1, 2011, p.233-235.
- Lafontant, Jean et Simon Laflamme (dir.). *Initiation thématique à la sociologie*, deuxième édition revue et augmentée, Sudbury, Prise de parole, coll. « Cognitio », 2008, p. 450.
- Lemarié-Saulnier, Catherine. « Cadrer les définitions du cadrage: une recension multidisciplinaire des approches du cadrage médiatique », *Canadian Journal of Communication*, vol.41, n°1, 2016, p.68-69.
- Lenormand, Patrick. « Penser les usages des technologies de l'information et de la communication : enjeux, modèles, tendances – Serge Proulx », *Hypothèses*, 17 Juillet 2019.
- Levin, Irwin P. , et al., « A New Look at Framing Effects: Distribution of Effect Sizes, Individual Differences, and Independence of Types of Effects », vol.88, n°1, 2022, p.411-429.
- Lizotte, Cédric. « Francophonie en Ontario. « La situation projetée est alarmante » », *Radio-Canada*, 18 juillet 2018. <<https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1113447/population-francophone-ontario-situation-projetee-alarmante>>.
- Lohisse, Jean. *La communication. De la transmission à la relation*. Bruxelles, De Boeck-Université, 2009.
- Lu, Jiaji, Theorising the impacts of digitally mediated social interaction on diasporic identity formation: A case of Chinese diaspora in Australia. In Bourk, M, Paterno, D, & Matheson, D (Eds.) Refereed proceedings of the Australian and New Zealand Communication Association conference: Rethinking communication, space and identity. Australian and New Zealand Communication Association, New Zealand, 2015, p.1-12.
- Macilotti, Giorgia. « Violence et humiliation à l'ère numérique : une étude en milieu scolaire », *Déviance et Société*, vol.43, n°3, 2019, p. 299-328.

- Maigret, Eric, « Cultural Studies » *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*, 20 septembre 2015.
- Maigret, Éric. *Sociologie de la communication et des médias*. Paris, Armand Colin, 2015.
- Maomra Bogui, Jean-Jacques, Myriam Montagut-Lobjoit et Olga Lodombé. « Web 2.0 et diasporas et diasporas africaine : L'interactivité, partie prenante de la construction du lien social », dans Agbibli, Christian, Oumar Kane et Gaby Hsab (dir.). *Identités diasporiques et communication*. Québec, Presses de l'Université du Québec, 2015. p.55-68.
- Marcheva, Marta. « Les stratégies identitaires de la diaspora bulgare sur Facebook: Internet, média par excellence des minorités ethniques », *Migrations Société*, vol. 132, n°6, 2010, 109-123.
- Mata, Freddy. « La haine en ligne présente au sein de communautés culturelles », *Radio-Canada*, 18 juillet 2021. <<https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1808623/haine-en-ligne-communautés-immigrants>>.
- Mattelart, Tristan. « Les diasporas à l'heure des technologies de l'information et de la communication : petit état des savoirs », *TIC et diasporas*, vol.3, n°1-2, 2009.
- . « Les théories de la mondialisation culturelle : des théories de la diversité », *Hermès, La Revue*, vol.51, n°2, 2008, p.17-22.
- . « Les pratiques médiatiques et communicationnelles au sein des foyers issus de l'immigration, entre le local et le transnational. Retour sur une enquête », *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, n°17, 2019.
- McCombs, Maxwell E. et Donald L. Shaw. « The Agenda-Setting Function of Mass Media », *Public Opinion Quarterly*, 1972, p.176-187.
- Médias, Habilo. « Que savons-nous à propos de la violence dans les médias ? », *HabiloMédias*. <<https://habilomedias.ca/violence/que-savons-nous-propos-violence-m%C3%A9dias>>.
- Mélanie, Girard et Simon Laflamme, « La Sociologie de la communication », dans Jean Lafontant et Simon Laflamme (dir.), *Initiation thématique à la sociologie*, deuxième édition revue et augmentée, Sudbury, Prise de parole, coll. « Cognition », 2008, p. 450.
- Millerand, Florence. « David Morley et la problématique de la réception », *Composite* 1997. <<http://www.composite.org/index.php/revue/article/viewFile/8/7>>.
- Millerand, Florence, Serge Proulx et Julien Rueff. *Web social: mutation de la communication*, Presses de l'Université du Québec, 2010.
- Millette, Josianne et Serge Proulx, « Médias et transnationalité. Le rôle des médias et d'Internet dans la trajectoire identitaire de jeunes (18-25 ans) issus de l'immigration », Québec, GRM et CEM, Université Laval, février 2013, p. 1-177, <https://www.cem.ulaval.ca/wp-content/uploads/2019/04/mediastransnationalite.pdf>.
- Millette, Josiane, Mélanie Millette et Serge Proulx. « Attachement des communautés culturelles aux médias. Le cas des communautés haïtienne, italienne et maghrébine de la région de Montréal », *Cahier-médias*, n°19, 2010, p.1-88.
- Mitra, Ananda. *Alien Technology: Coping with Modern Mysteries*, New Delhi, Sage, 2011.

- Moldoveanu, Mirela. « De la diversité ethnoculturelle au vivre ensemble : représentations de futurs enseignants de l'approche multiculturelle en éducation », *McGill Journal of Education*, vol. 45, n°1, 2010, p. 27-43.
- Mouldi, Sana El. *Communautés virtuelles sur youtube : quand les marques s'associent aux youtubeurs. Gestion et management*. 2020, Université de Bordeaux; Institut supérieur de gestion, Tunis, thèse de doctorat.
- Nana, Manuella M. Heuchou. « Les sites d'informations générales sur Internet : stratégies, conceptions et pratiques des diasporas camerounaises en France, Belgique, États-Unis », [Thèse. Université de Grenoble-Alpes]. Grenoble, 2017.
- Nguyen, Dang et Virginie Lethiais. « Impact des réseaux sociaux sur la sociabilité. Le cas de Facebook », *Réseaux*, vol.195, n°1, 2016, p.165-195.
- Ortikjon Kayumovich, Khurramov et Sayyora Annamuradovna, Fayzieva, « The main convenience of Internet marketing from traditional marketing », *Academy*, vol. 52, n°1, 2020, p. 30-32. doi:10.24411/2412-8236-2020-10101 2020: 30-32.
- Paolillo, Jhon. C. « Structure and Network in the YouTube Core », *Proceedings of the 41st Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, Waikoloa, HICSS , 2008, p.156-156.
- Peretz, Pauline. « «Diasporas », un concept et une réalité devant inspirer le soupçon ? » *Hypothèses*, vol. 8, no.1, 2005, p.137-146.
- Pipa Norris. « A Virtuous Circle? The Impact of Political Communications in Post-Industrial Democracies », *Challenges to Democracy*, 2001, p.100-117.
- Pronovost, Gilles. « Les usages sociaux des médias : temps, espace et sociabilité », *Communication Information*, vol.11, n°2, Automne, 1990, p.10-34.
- Proulx, Serge. « Notes pour une ethnographie des téléspectateurs », *MEI médiation et information*, 1993, 74.
- Pulvar, Olivier. « Communications et identités diasporiques des Antillais en France », dans gbobli, Christian, Oumar Kane et Gaby Hsab. *Identités diasporiques et communication*, Presses de l'Université du Québec. Québec, Presses de l'Université du Québec, 2013. p.71-86.
- Putnam, Robert D. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, New York, Simon and Schuster, 2001.
- Rakotoary, Sarah. *Les pratiques sociales de la diaspora connectée malgache sur le réseau socionumérique Facebook*. Les doctorales de la SFSIC. Lyon , juin 2017. <<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01696451/document>>.
- Raynauld, Vincent , Emmanuelle Richez et Stéphanie Wojcik. « Les groupes minoritaires et/ou marginalisés à l'ère numérique. Introduction », *Terminal* 2020. <<https://journals.openedition.org/terminal/5656>>.
- Robinson, Michael J. « Public Affairs Television and the Growth of Political Malaise: The Case of "The Selling of the Pentagon" », *American Political Science Review*, vol.70, n°2, 1976, p.409-432.

- Ross, Björn et Stefan Stieglitz. « The Impact of Social Media on Social Cohesion: A Double-Edged Sword », *Media and Communication*, vol.10, n°2, 2022, <https://doi.org/10.17645/mac.v10i2.5792>.
- Schiller, Nina Glick. «Transnational Social Fields and Imperialism: Bringing a Theory of Power to Transnational Studies », *Anthropological Theory*, vol.5, n°4, 2005, p.439-461.
- Souissi, Seima. *La contribution de la télévision québécoise à la resocialisation des immigrants d'origine tunisienne nouvellement établis au Québec*. 2016, Université de Montréal, thèse de doctorat.
- Sreberny, Annabelle. «“Not only, but also”: Mixedness and Media », *Journal of Ethnic and Migration Studies*, vol. 31, n°3, 2005, p.457-458.
- Statistique Canada. *Recensement de 2016*. Profil du recensement. Statistique Canada. Ottawa, 2017.
- Touati, Zeineb. « La révolution tunisienne : interactions entre militantisme de terrain et mobilisation des réseaux sociaux », *L'année du Maghreb*, 2012, p.121-141.
- Tremblay, Gaëtan. « De Marshall McLuhan à Harold Innis ou du village global à l'empire mondial », *Tic&société*, vol.1, n°1, 2007, p.105-129.
- Tsaliki, Liza. « Globalization and Hybridity. The Construction of Greekness on the Internet », dans Karim (dir), Karim H. . *The Media of Diaspora. Mapping the Global*. London, Routledge, 2003,174.
- Gingra (dir.), Anne-Marie, *La communication politique : état des savoirs, enjeux et perspectives*, Québec, Presses de l'Université du Québec.
- Vinel, Jean-Christian. « Les cultural studies peuvent-elles sauver la gauche américaine ?. À propos de : M. F. Bérubé, *The Left at War*, NYU Press », *la vie des idées*, 25 octobre 2010. <<https://laviedesidees.fr/Les-cultural-studies-peuvent-elles>>.
- Wattenhofer, Mirjam, Roger Wattenhofer et Zack Zhu. «The YouTube Social Network », *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 2021,p. 354-361.
- Wimmer, Andreas et Nina Glick Schiller. « “Methodological Nationalism” and beyond : Nation-State Building, Migration and the Social Sciences », *Global Networks*, vol.2, n°4, 2002, p.324.
- Withey, Stephen B. et Ronald P Abeles. *Television and Social Behavior: Beyond Violence and Children. A Report of the Committee on Television and Social Behavior*, Committee on Television and Social Behavior, New York, Routledge, 2013.
- Wolton, Dominique. « Les quatre courants de recherche dans les sciences de la communication », *Hermès, La Revue*, vol.71, n°1, 2015, p.23-26.
- Yang, Jessica. *YouTube au Canada en temps de Covid-19 : Entre succès renouvelé et défis à relever*, 22 octobre 2020. <<https://cmf-fmc.ca/fr/futur-et-medias/articles/youtube-au-canada-en-temps-de-covid-19-entre-succes-renouvele-et-defis-a-relever/>>.

Youssef, Imen Ben. « Grégory Derville (2017), Le pouvoir des médias », *Communication*, vol.35, n°1, 2018.

ANNEXE 1

FORMULAIRE DE CONSENTEMENT

Lettre d'information destinée aux participants

Sudbury, le

Objet : Enquête sur l'usage de YouTube pour but politique dans diaspora africaine de Toronto

Madame, Monsieur,

Nous sollicitons votre participation à une étude sur l'usage de YouTube et son influence sur la cohésion sociale. L'étude a pour but de mettre au clair la manière dont les membres de la diaspora africaine de Toronto utilisent la plateforme pour but politique

Tâche à accomplir :

Si vous acceptez de participer à cette étude, nous vous demanderons de remplir un questionnaire. Cela vous prendra approximativement 10 minutes. Répondre au questionnaire ne comporte aucun risque prévisible. Il vous sera tout simplement demandé de répondre aux questions avec sincérité et selon vos connaissances. Les réponses que vous fournirez seraient saisies dans le logiciel d'analyse statistique. Aucun nom de participant ne sera saisi dans la matrice de données. Les copies papier du questionnaire seront détruites dès que les données auront été saisies et vérifiées. Lors de la publication, les résultats ne seront révélés que de manière agrégée, ce qui rendra impossible de repérer des individus, soit au plus tard deux années après que le questionnaire aura été rempli.

L'enquête portera sur des données anonymisées. Nous ne retiendrons le nom des participants que dans les cas où ils voudraient être informés des résultats de l'étude. Nous assurons la confidentialité des données; il n'y a que les membres de l'équipe de recherche, soit Freddy Matundu Mata et Simon Laflamme, qui auront accès aux données brutes. Ces données seront entreposées sur Google Drive de l'Université Laurentienne et dans notre compte de l'outil Lime Survey pendant la durée de la recherche (12 mois) et seront détruites. Seules les données saisies et transcrites seront conservées.

Il est entendu que votre participation à cette étude est volontaire et que vous pouvez y mettre fin à tout moment, sans avoir à justifier votre décision.

Dans le cas où la confidentialité serait compromise en dépit de toutes nos précautions, si l'incident est constaté ou rapporté, la situation sera d'abord évaluée avec l'équipe de la recherche et, ensuite, le cas échéant, avec le comité éthique de l'Université Laurentienne.

N'hésitez pas à communiquer avec Simon Laflamme par courriel (slaflamme@laurentienne.ca) ou par téléphone (1-800-461-4030, poste 4217) si vous désirez obtenir des renseignements supplémentaires. Vous pouvez aussi communiquer avec un agent d'éthique de la recherche de l'Université Laurentienne,

non lié à l'équipe de recherche, pour faire entendre une plainte ou pour signaler des problèmes sur l'étude en composant le 705-675-1151 (postes 3681 ou 2436) ou, sans frais, le 1-800-461-4030 ou encore en écrivant à l'adresse électronique suivante : ethique@laurentienne.ca.

Nous vous remercions de nous permettre de contribuer à l'avancement des connaissances sur l'usage de YouTube dans la diaspora africaine de Toronto.

| | |
|---|--|
| Freddy Matunda Mata Étudiant fmata@laurentienne.ca | Simon Laflamme Professeur titulaire slaflamme@laurentienne.ca |
|---|--|

Consentement

Je comprends, lis et consent volontairement à remplir le questionnaire de cette étude.

.....

.....

Signature du (de la) participant (e)

Date

- Je souhaite préserver l'anonymat.
- Je ne veux pas recevoir de résumé des résultats de l'étude lorsque la recherche sera complétée.
- Je veux recevoir un résumé des résultats de l'étude lorsque la recherche sera complétée à l'adresse Suivante :
- Je comprends, lis et consent volontairement à remplir le questionnaire de cette étude.

ANNEXE 2

YOUTUBE ET LA DIASPORA AFRICAINE DE TORONTO

Questionnaire

Enquête menée par Freddy Matundu Mata

Section I : informations démographiques

1. Quelle est votre origine nationale ?
[Encercle le chiffre qui correspond à la bonne réponse et, inscrivez l'année.]

- | I | <u>D'origine nationale congolaise</u> | <u>Année lors de laquelle vous êtes arrivé au</u>
<u>Canada</u> |
|----|---|--|
| | 1. né(e) au Congo | |
| | 2. né(e) au Canada | |
| | 3. né(e) ni au Congo ni au Canada | |
| II | <u>D'origine nationale camerounaise</u> | |
| | 1. né(e) au Cameroun | |
| | 2. né(e) au Canada | |
| | 3. né(e) ni au Cameroun ni au Canada | |

2. Indiquez le niveau de scolarité le plus élevé que vous ayez atteint.
[Encerclez le chiffre approprié.]

- | | |
|--|--------------------------|
| Sans scolarité | <input type="checkbox"/> |
| | |
| Quelques années de l'école primaire | <input type="checkbox"/> |
| | |
| Cours primaire terminé | <input type="checkbox"/> |
| | |
| Quelques années de l'école secondaire | <input type="checkbox"/> |
| | |
| Diplôme d'études secondaires | <input type="checkbox"/> |
| | |
| Diplôme d'études collégiales | <input type="checkbox"/> |
| | |
| Diplôme d'études universitaires de 1 ^{er} cycle (B. A., B. Sc., B. Éd...) | <input type="checkbox"/> |
| | |
| Diplôme d'études universitaires de | <input type="checkbox"/> |

niveau supérieur (maîtrise,
doctorat)

.....

3. Quel est votre année de naissance ? _____ Année

Section II : usage des réseaux sociaux

4. Indiquez, pour chacun des réseaux sociaux mentionnés ci-après, à quelle fréquence vous les utilisez. Encerclez le chiffre qui correspond le mieux à votre situation.

| | <i>Facebook</i> | <i>WhatsApp</i> | <i>Instagram</i> | <i>Telegram</i> | <i>YouTube</i> | Autre (précisez) |
|-------------------------|-----------------|-----------------|------------------|-----------------|----------------|---------------------------|
| Jamais | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Quelques fois par année | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Quelques fois par mois | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Quelques fois/semaine | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Tous les jours | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

Si vous n'utilisez jamais YouTube, rendez-vous à la question 18

Section III : usage de *YouTube*

5. Indiquez, pour chacun des énoncés suivants, la réponse qui correspond le mieux à votre situation.

[Le chiffre « 1 » signifie que vous n'utilisez « **jamais** » la plateforme à cette fin ; le chiffre « 6 » signifie que vous l'utilisez « **Très souvent** » à cette fin.]

| J'utilise <i>YouTube</i> pour: | maintenir des liens | diffuser des messages | me divertir | m'informer | produire des contenus | d'autres fins (précisez) |
|---|---------------------|-----------------------|-------------|------------|-----------------------|-----------------------------------|
| Jamais | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Quelques fois par année | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Quelques fois par mois | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Quelques fois/semaine | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Tous les jours | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Très souvent | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 |

6. Suivez-vous des émissions politiques sur *YouTube* ?
[Encerle le chiffre qui correspond à la bonne réponse.]

Oui 1
Non 2 Passez à la **question 19**

7. Énumérez par ordre de préférence les émissions politiques que vous suivez sur *YouTube*.

8. Suivez-vous des émissions politiques camerounaises ou congolaises diffusées sur YouTube et produites depuis votre pays d'origine nationale ?

Oui 1
Non 2 Passez à la **question 14**

9. Énumérez par ordre de préférence ces émissions politiques que vous suivez qui sont produites dans votre pays d'origine nationale ?

10. Suivez-vous des émissions politiques camerounaises ou congolaises diffusées sur *YouTube* et produites dans la diaspora ?

Oui 1
Non 2 Passez à la **question 14**

11. Énumérez par ordre de préférence ces émissions politiques que vous suivez et qui sont produites dans la diaspora.

12. Y a-t-il certaines de ces émissions politiques que vous partagez sur vos réseaux sociaux ?

Oui 1
 Non 2 Passez à la **question 17**

13. Énumérez ces émissions que vous partagez sur vos réseaux sociaux.

14. Par quels réseaux sociaux relayez-vous ces émissions ?

[Pour chacun des réseaux sociaux énumérés ci-après, encerclez le chiffre « 1 » s'il vous sert à partager des émissions ou le chiffre « 2 » s'il ne vous sert pas à les partager.]

| | Oui | Non |
|-----------------------------|-----|-----|
| <i>Facebook</i> | 1 | 2 |
| <i>WhatsApp</i> | 1 | 2 |
| <i>Instagram</i> | 1 | 2 |
| <i>Telegram</i> | 1 | 2 |
| <i>YouTube</i> | 1 | 2 |
| Autre (précisez :) | 1 | 2 |

15. Y a-t-il des émissions politiques diffusées sur *YouTube* produites dans votre pays d'origine ou par la diaspora que vous refusez de suivre ?

Oui 1
 Non 2 Passez à la **question 17**

16. Énumérez ces émissions politiques que vous refusez de suivre.

17. Indiquez en quelques mots pourquoi vous choisissez de ne pas suivre ces émissions.

Section IV : cohésion sociale

18. Indiquez votre opinion à l'égard de chacun des énoncés suivants.
 [Encerclez, pour chacun des énoncés, le chiffre qui correspond le mieux à votre situation. Si, par exemple, vous n'êtes « Pas du tout d'accord » avec l'énoncé, vous encerclez le chiffre « 1 », si vous êtes « Tout à fait d'accord », vous encerclez le chiffre « 6 » ; les chiffres de « 2 » à « 5 » correspondent à des positions intermédiaires ; si vous n'avez pas d'opinion, vous encerclez le chiffre « 7 » pour « Ne sais pas ».]

| | Pas du tout d'accord | | | Tout à fait d'accord | | | Ne sais pas |
|--|----------------------|---|---|----------------------|---|---|-------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |
| Les émissions politiques diffusées sur YouTube depuis la diaspora ou depuis mon pays d'origine... | | | | | | | |
| ... renforcent la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| ... affaiblissent la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| ... n'ont aucun effet sur la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| ... menacent la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

19. Suivez-vous des émissions politiques canadiennes ?

Oui 1 (répondez à la question 20)
 Non 2

20. Énumérez ces émissions de politique canadienne que vous suivez.

MERCI DE VOTRE COLLABORATION

ANNEXES 3

Tableaux d'analyse

| Tableau 1 | | | | | | | |
|--|-----------|------|-------------|------|-------|--------|--------|
| Différence de moyennes pour divers usages de YouTube selon que l'opinion est celle d'un Congolais ou d'un Camerounais (1 = jamais et 6 = très souvent) | | | | | | | |
| J'utilise YouTube pour... | Congolais | | Camerounais | | T | Ddl | p<0,05 |
| | \bar{X} | S | \bar{X} | S | | | |
| ... maintenir des liens | 2,77 | 1,61 | 2,85 | 1,52 | -0,35 | 165 | Non |
| ... diffuser des messages | 1,22 | 0,82 | 1,17 | 0,64 | 0,47 | 180 | Non |
| ... me divertir | 3,54 | 1,13 | 3,16 | 0,98 | 2,46 | 185,74 | Oui |
| ... m'informer | 4,31 | 0,91 | 3,84 | 0,98 | 3,42 | 187 | Oui |
| ... produire des contenus | 1,07 | 0,34 | 1,13 | 0,55 | -0,93 | 174 | Non |

Tableau 2
Corrélation de Pearson
entre l'usage de YouTube et l'opinion à propos l'effet sur la cohésion
au sein de la communauté des contenus politiques diffusés sur YouTube
Échantillon congolais

| | Les émissions politiques diffusées sur YouTube depuis la diaspora ou depuis mon pays d'origine... (1 : pas du tout d'accord et 6 : tout à fait d'accord) | | | |
|--|--|---|---|--|
| | ... renforcent la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto | ... affaiblissent la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto | ... n' ont aucun effet sur la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto | ... menacent la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto |
| Fréquence d'utilisation de YouTube (1 : jamais et 5 : tous les jours) | 0,26* | 0,27* | -0,18 | 0,14 |
| J'utilise YouTube pour maintenir des liens (1 : jamais et 6 : très souvent) | 0,18 | 0,09 | -0,28* | -0,06 |
| J'utilise YouTube pour diffuser des messages (1 : jamais et 6 : très souvent) | 0,25 | 0,04 | -0,07 | 0,01 |
| J'utilise YouTube pour me divertir (1 : jamais et 6 : très souvent) | 0,12 | 0,37** | -0,09 | 0,23 |
| J'utilise YouTube pour m'informer (1 : jamais et 6 : très souvent) | 0,08 | 0,03 | 0,03 | -0,13 |
| J'utilise YouTube pour produire des contenus (1 : jamais et 6 : très souvent) | -0,08 | 0,20 | -0,05 | 0,13 |
| * La corrélation est significative à 0,05 | | | | |
| ** La corrélation est significative à 0,01 | | | | |

Tableau 3
 Corrélation de Pearson
 entre l'usage de YouTube et l'opinion à propos l'effet sur la cohésion
 au sein de la communauté des contenus politiques diffusés sur YouTube
 Échantillon camerounais

| | Les émissions politiques diffusées sur YouTube depuis la diaspora ou depuis mon pays d'origine... (1 : pas du tout d'accord et 6 : tout à fait d'accord) | | | |
|--|---|---|--|--|
| | ... renforcent la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto | ... affaiblissent la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto | ... n' ont aucun effet sur la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto | ... menacent la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto |
| Fréquence d'utilisation de YouTube (1 : jamais et 5 : tous les jours) | 0,16 | 0,08 | -0,13 | -0,14 |
| J'utilise YouTube pour maintenir des liens (1 : jamais et 6 : très souvent) | 0,05 | -0,23 | -0,09 | -0,07 |
| J'utilise YouTube pour diffuser des messages (1 : jamais et 6 : très souvent) | -0,08 | 0,21 | -0,13 | 0,25 |
| J'utilise YouTube pour me divertir (1 : jamais et 6 : très souvent) | 0,16 | 0,06 | -0,20 | 0,04 |
| J'utilise YouTube pour m'informer (1 : jamais et 6 : très souvent) | 0,20 | -0,04 | 0,08 | -0,17 |
| J'utilise YouTube pour produire des contenus (1 : jamais et 6 : très souvent) | 0,06 | -0,1 | 0,20 | -0,14 |
| * La corrélation est significative à 0,05 | | | | |
| ** La corrélation est significative à 0,01 | | | | |

Suite des tableaux à la page suivante

Tableau 4
 Corrélation Tau-b de Kendall
 des variables sociodémographiques et l'opinion à propos l'effet sur la cohésion
 au sein de la communauté des contenus politiques diffusés sur YouTube
 Échantillon congolais

| | Les émissions politiques diffusées sur YouTube depuis la diaspora ou depuis mon pays d'origine... (1 : pas du tout d'accord et 6 : tout à fait d'accord) | | | |
|--|---|---|--|--|
| | ... renforcent la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto | ... affaiblissent la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto | ... n' ont aucun effet sur la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto | ... menacent la cohésion sociale au sein de notre communauté à Toronto |
| Tranche d'âge | 0,01 | 0,21 | < 0,01 | < 0,01 |
| Niveau de scolarité | -0,10 | -0,11 | 0,23 | -0,23 |
| Nombre d'années au Canada | 0,12 | 0,08 | -0,02 | -0,06 |
| * La corrélation est significative à 0,05 | | | | |
| ** La corrélation est significative à 0,01 | | | | |