

Médias sociaux et francophonie canadienne : perspectives d'action pour une ère nouvelle

présenté aux membres du Comité directeur du Fonds Jean-Robert-Gauthier
dans le cadre du Concours d'essais Jean-Robert Gauthier

par Pierre-André Doucet
Étudiant à la Maîtrise en musique – interprétation à l'Université de Montréal

1104 mots - 90 mots (citations et sous-titres) = 1014 mots

1-5012 rue Drolet
Montréal, QC
H2T 2G9
(514) 880-2244
p.andre.doucet@gmail.com

le mardi 31 janvier 2012

Comment les gouvernements et les composantes de la société civile (organismes, groupes communautaires, groupes d'intérêt, regroupements informels et initiatives spontanées) peuvent-ils utiliser les réseaux sociaux et les mettre au service des communautés francophones du pays?

Vieux de cinquante ans, les mots de Marshall McLuhan résonnent toujours : « le message, c'est le médium » (McLuhan 1964, p. 22). En effet, le contenu des médias sociaux, portant davantage vers l'éphémère, importe moins que son emballage, qui est souple, rapide, interactif et en constante évolution. « [Les médias sociaux] permettent de nouvelles notions de connectivité, de communication et d'interaction [...] » (Robichaud 2012), ainsi que de meilleurs échanges et du contenu autogéré: une réelle démocratisation de l'information, qui contribue à une réelle démocratisation du peuple, comme en témoignent les événements du printemps arabe (Cohen 2011).

Pour la francophonie canadienne, les changements sont énormes : ces sites, tels Facebook, Wikipédia et YouTube, pourraient créer un espace où la culture de la masse engloutira celle des minorités, ou bien de nouveaux lieux dans lesquels s'épanouir (Daoust 2011, Rouleau 2011). Cet essai explorera les possibilités d'utilisations de ces médias, et leurs bienfaits pour le développement des communautés francophones du Canada. D'une part, il sera question des actions concevables pour les gouvernements et organismes communautaires; d'une deuxième, des possibilités qu'offrent les médias sociaux aux regroupements citoyens, ainsi qu'aux individus.

De nouveaux défis pour les gouvernements et les organismes communautaires

Le gouvernement et les organismes communautaire ont de grandes responsabilités dans l'utilisation des médias sociaux : en effet, afin d'éviter que ces derniers ne

deviennent des agents assimilateurs, les acteurs susmentionnés doivent demeurer actifs dans le maintien du français comme langue publique.

Le Canada a déjà démontré l'importance de l'aménagement linguistique des communautés francophones dans Internet, par des initiatives favorisant la production de contenus en français (Clavet 2002; Commissariat aux langues officielles 2005). De même, il devrait également bonifier les subventions accordées au secteur culturel francophone, ce qui permettrait son développement continu et sa visibilité accrue dans les médias sociaux, présentement dominés par l'anglophonie.

Le gouvernement a aussi un rôle à jouer dans le maintien des conditions ayant permis l'évolution des médias sociaux, particulièrement la défense des principes de la neutralité du réseau et du libre-échange de l'information, menacés de part et d'autre par la facturation à l'utilisation ou encore l'Accord commercial anti-contrefaçon. D'autre part, il leur incombe aussi d'assurer que ces médias, devenus indispensables, soient disponibles en français : légiférer en ce sens serait peut-être exagéré, mais offrir des incitatifs aux réseaux sociaux afin qu'ils traduisent adéquatement leurs plateformes ne serait pas insensé.

Quant à eux, les organismes du Canada francophone peuvent se servir des médias sociaux d'innombrables façons, dans le but de mieux desservir leurs communautés. Tarlow (2012) reconnaît l'importance pour eux de s'en servir afin d'être plus accessibles. Des organismes tels la Fédération des francophones de Terre-Neuve et du Labrador (2012) agissent en ce sens, en offrant à leurs membres la possibilité d'interagir sur plusieurs plateformes. Voyant à quel point les communautés francophones dépendent de

l'immigration pour combler leur déséquilibre démographique, certains organismes communautaires offrent aussi des formations sur les médias sociaux aux nouveaux arrivants, dans le but d'améliorer leur intégration (Centre francophone de Toronto, s.d.).

Les organismes peuvent également promouvoir la « virulence » de contenus francophones sur Internet (on dit d'un contenu qu'il est « viral » lorsqu'il se propage rapidement d'un internaute à un autre), afin d'y accroître la présence de la langue. Cependant, ils doivent le faire prudemment : dernièrement, McDonald's incitait les gens à partager, sur Twitter, des histoires vécues dans leurs restaurants. Or, ils ont été surpris de constater que les utilisateurs publicisaient majoritairement des expériences négatives !

Enfin, le rôle principal des organismes devrait demeurer la sensibilisation. « Seul un étudiant francophone sur dix affirme avoir une identité strictement francophone sur les réseaux sociaux » (Radio-Canada 2011), ce qui indique que les activités de construction identitaire, souvent portées par des organismes communautaires, sont indispensables à la francisation du net. Par contre, les organismes devraient éviter de prôner l'usage du français uniquement, ce qui crée des « replis identitaires très forts, parfois haineux et archaïques » (Saragosse 2010). Ils devraient plutôt se lancer dans le développement d'un espace francophone sur les médias sociaux, en incitant les francophones à se servir de leur langue sur ces diverses plateformes.

De nouvelles possibilités pour les regroupements citoyens et individus

Les limites de la sphère d'action gouvernementale ou communautaire sont vite surpassées par les actions de l'individu : en effet, ces nouveaux outils facilitent énormément la canalisation des énergies citoyennes. Par exemple, en 2010, à l'initiative

de Martin LeBlanc Rioux, le Front commun pour l'affichage bilingue s'est servi de Facebook et Twitter afin d'organiser une grande marche en faveur de l'égalité linguistique, dans la région de Moncton. Ailleurs, des citoyens sont maintenant outillés pour fonder des réseaux activistes selon leurs intérêts, comme AllOut et Avaaz, qui militent pour les causes homosexuelles et environnementales, respectivement. De son côté, la communauté d'affaires peut se retrouver sur LinkedIn, et ensuite organiser des réunions rapidement avec Doodle. Des parents désirant se mobiliser autour d'une initiative pancanadienne pour l'alphabétisation peuvent échanger plus efficacement par le biais de Google Docs. Enfin, ceux qui œuvrent en tourisme peuvent attirer des voyageurs francophones par le biais de concours de photos et vidéos d'anciens visiteurs : les expériences vécues personnalisent et augmentent l'efficacité de ce genre de marketing (Tarlow 2012). Parallèlement, le voyageur francophone peut maintenant loger chez des gens qui partagent sa langue, et ce même en milieu minoritaire, grâce à des sites de réseautage tels Couchsurfing.

Étonnamment, les médias sociaux présentent certains des mêmes problèmes que les diffuseurs traditionnels, pour les francophones : notamment, ils ne présentent pas nécessairement des lieux communs d'importance, mais plutôt une série de lieux organisés par intérêt, allégeance politique, ou région géographique. Ainsi, tout comme Radio-Canada reflète mal la réalité des francophones Canadiens, en traitant majoritairement des actualités Québécoises, les blogues « repêcheurs », qui filtrent la blogosphère francophone pour du contenu viral, s'attardent plutôt au contenu Québécois (par exemple, Petitpetitgamin ou La clique du plateau). Lorsqu'ils s'attardent à la francophonie ailleurs, c'est pour se moquer d'une annonce écrite en chiac sur Kijiji, ou encore pour

domestiquer des artistes tels Radio-Radio. La blogosphère et les réseaux sociaux franco-canadiens seront plus riches dès que la communauté franco-canadienne se dotera de tels blogues repêcheurs. C'est ici un autre lieu propice aux initiatives d'individus.

De nouvelles perspectives, une nouvelle ère

Somme toute, les médias sociaux permettent une accessibilité et une vitesse accrue pour accomplir des tâches. Toutefois, celles-ci demeureront essentiellement les mêmes qu'avant : le rassemblement, la mobilisation, l'échange, voir l'appartenance. La révolution des médias sociaux n'a pas changé nos façons de faire – elle n'a fait que les faciliter. Quand même, ils sont dorénavant intégraux à la société, et les francophones doivent s'y tailler une place.

BIBLIOGRAPHIE

Association canadienne-française de l'Ontario – Conseil régional des Mille-Îles. (2011, 22 décembre). *L'ACFOMI prend le virage des médias sociaux*. Repéré au http://www.acfomi.org/acfo/index.php?option=com_content&view=article&id=214:lacfomi-prend-le-virage-des-medias-sociaux&catid=1:nouvelles&Itemid=123.

Association canadienne d'éducation de langue française. (2010, 4 août). Les médias sociaux comme outils de construction identitaire. [Article du blogue Communauté ACELF]. Repéré au <http://www.acef.ca/communaute/2010/08/04/les-medias-sociaux-comme-outils-de-construction-identitaire/>.

Bouffard, P. et Caignon, P. (2006). Localisation et variation linguistique. Vers une géolinguistique de l'espace virtuel francophone. *Meta : journal des traducteurs / Meta : Translators' Journal*, 514(4), 806-823.

Castonguay, Pascale. (2012, 26 janvier). Des organismes invisibles aux yeux des francophones. *Francopresse.ca*. Repéré au http://francopresse.ca/index.cfm?Id=64596&Sequence_No=&Repertoire_No=1151936421&Voir=journal.

Centre francophone de Toronto. (s.d.). *Accueil des nouveaux arrivants*. Repéré au <http://www.centrefranco.org/pages/arrivants.accueil>.

Chiasson, G., Quirion, J., Charron, M. et Lefebvre, J. (2007). Le Web comme outil pour le renforcement de la gouvernance des communautés francophones minoritaires. Moncton : Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques.

Clavet, A. (2002). *Le français sur Internet : au cœur de l'identité canadienne et de l'économie du savoir*. Ottawa, Ontario: Commissariat aux langues officielles.

Cohen, R. (2011, 24 janvier). Facebook and Arab Dignity. *The New York Times*. Repéré au <http://www.nytimes.com/2011/01/25/opinion/25iht-edcohen25.html>.

Commissariat aux langues officielles. (2005). *Comblent le fossé numérique des langues officielles sur Internet*. Ottawa, Ontario: Commissariat aux langues officielles.

Daoust, P. (2011, 7 décembre). Médias sociaux : menace ou opportunité? [Article du blogue des Rendez-vous de la Francophonie]. Repéré au <http://rvf.ca/blogue/2011/12/07/medias-sociaux-menace-ou-opportunitite/>.

Fédération culturelle canadienne-française. (2011). Poste à combler à la FCCF – Agent de projet. Repéré au http://www.fccf.ca/index.cfm?Id=4018&Voir=nouv&repertoire_no=-2062714230.

Fédération des communautés francophones et acadiennes du Canada. (2011). *Notre plan stratégique*. Repéré au http://www.fcfa.ca/fr/Plan_Strategique_2.

Fédération des francophones de Terre-Neuve et du Labrador. (2012, 31 janvier). La société évolue, nous aussi! [Article du blogue Portail des francophones de Terre-Neuve-et-Labrador]. Repéré au <http://www.francotnl.ca/info.php?noPage=411>.

Forgues, E. et Landry, R. (2006). Définitions de la francophonie en situation minoritaire : Analyse de différentes définitions statistiques et de leurs conséquences. Moncton : Institut canadien de recherche sur les minorités linguistiques.

Lacelle, N. et Lebrun, M. (2011). Enquête auprès de jeunes Montréalais sur leurs pratiques sociales et linguistiques dans les blogues de type réseaux sociaux. *Publif@rum*, 15 : *Francophonie et médias*. Repéré au http://www.publifarum.farum.it/ezone_articles.php?art_id=178.

McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York, NY: McGraw Hill.

Patrimoine canadien. (2004). *Le français dans Internet - Innover pour rayonner : rapport final du gouvernement du Canada en réponse à l'étude de la Commissaire aux langues officielles : Le français sur Internet : au cœur de l'identité canadienne et de l'économie du savoir*. Gatineau, Québec: Patrimoine canadien.

Radio-Canada (2011, 24 septembre). La technologie a un impact sur la vie des francophones en milieu minoritaire. *Radio-Canada.ca*. Repéré au <http://www.radio-canada.ca/regions/manitoba/2011/09/24/001-fce-impact-internet-reseaux-sociaux-identite-francophone.shtml>.

Robichaud, L. (2012). Une vision transculturelle du gouvernement ouvert [Article du blogue Government In The Lab]. Repéré au <http://govinthelab.com/une-vision-transculturelle-du-gouvernement-ouvert/>.

Rouleau, Yves. (2011, 25 octobre). Des impacts positifs des médias sociaux pour les communautés francophones. *Francopresse.ca*. Repéré au http://francopresse.ca/index.cfm?Sequence_No=60780&Id=60780&Repertoire_No=1151936421&Voir=document_view.

Saragosse, M.-C. (2010). *Comment développer un espace médiatique commun?* Intervention dans le cadre de la table ronde La Francophonie à 40 ans : quels projets pour les parlants-français?, Genève, Suisse. Repéré au http://www.planetagora.org/geneve/Transcription_Geneve.pdf.

Tarlow, P. (2012, 18 janvier). Tourisme et médias sociaux. [Article du blogue Développement économique communautaire de Colombie-Britannique]. Repéré au

<http://alouest.ca/index.php/component/content/article/45-nouvelles-dec-general/262-tourisme-et-medias-sociaux>.