

UNIVERSITÉ MICHEL DE MONTAIGNE - BORDEAUX 3

École Doctorale 480 : Montaigne Humanités
Médiation, Information, Communication, Art

MICA (EA 4426)

L'EXPRESSION NUMÉRIQUE DE SOI

Étude des productions médiatiques des jeunes des quartiers populaires

**Thèse de doctorat en
Sciences de l'Information et de la Communication**

Présentée par
Nayra VACAFLOR

Sous la direction de Madame le Professeur Valérie CARAYOL

Soutenue le 21 octobre 2010

Jury

M^{me} FRAU MEIGS Divina

Professeur, Université de la Sorbonne Nouvelle, Rapporteur

M. OLLIVIER Bruno

Professeur, Université des Antilles et de la Guyane, Rapporteur

M^{me} CARAYOL Valérie

Professeur, Université Michel Montaigne Bordeaux 3, Directrice de thèse

M. BOULDOIRES Alain

Maître de conférences, Université Michel Montaigne Bordeaux 3

REMERCIEMENTS.

Nous remercions toutes les personnes qui nous ont aidée à mener à bien ce travail : Madame le Professeur Valérie CARAYOL, pour son aide et ses conseils précieux qui ont été déterminants pour nous.

Nos remerciements vont aussi à tous les membres du MICA, notre équipe d'accueil, tout particulièrement à Monsieur Alain BOULDOIRES et Madame Seok-Kyong HONG-MERCIER, pour leur contribution, leur appui et leur patience tout au long de ce travail.

Nous exprimons aussi notre gratitude au Conseil Régional d'Aquitaine qui a financé cette thèse ainsi qu'à toute l'équipe de recherche « Identités et Médias » qui nous a accompagnée de manière intellectuelle et morale à chaque étape de cette recherche.

Nous tenons à remercier également l'équipe de tournage du film « Univers Cités » qui nous a donné une autre vision sur l'espace-temps dans la recherche.

Nous sommes très reconnaissante envers Jacqueline CHAMPOT, Jocelyne GUAZZONI, Chantal LAFON et Anne-Marie VAN-BORREN, pour leur soutien moral, leur implication pendant la rédaction de cette thèse et leur aide matérielle. Merci aussi à Laurence CANTO, Etienne DAMOME et Corine CHAUSSIER pour leur aide à la retranscription des entretiens.

L'aboutissement de cette thèse a aussi été encouragé par de nombreuses discussions avec des collègues : Marie-Julie CATOIR, complice et collègue de recherche, Mahdi AMRI, docteur conseiller grammatical, Namoin YAO, merci pour ta sagesse africaine.

D'autres personnes nous ont encouragée à finir ce travail par des gestes d'amitié et de solidarité. Nous leur en sommes reconnaissants. Nous ne citerons que : Verónica RONCAL, Alvaro ALZERRECA et Marielle CAUTHIN.

Enfin, nos remerciements vont aussi à tous les jeunes, à toutes les institutions, les animateurs et éducateurs des quartiers populaires d'Aquitaine, qui ont contribué largement à la construction de notre travail de terrain avec des moments qui resteront gravés dans notre mémoire pour le reste de notre vie.

DEDICACE.

Cette thèse est dédiée à tous les jeunes des quartiers populaires du monde entier qui continuent à rêver, lutter, créer et s'exprimer à travers tous types des médias.

*A toi, Ivan, je dédie ce travail fruit de
mes passions, mutations et croissances.
A mes parents et mes frères, mes
Vacaflors.*

TABLE DE MATIERES

REMERCIEMENTS.	1
DEDICACE.	3
TABLE DE MATIERES	5
- INTRODUCTION GENERALE -	9
Contexte de production de la thèse.....	11
Objectifs et mise en place du programme.....	12
L'équipe de recherche.....	13
Délimitations géographiques.....	14
Problématique de recherche.....	15
Question de recherche et hypothèses.....	16
PREMIERE PARTIE - CADRE THEORIQUE -	21
INTRODUCTION.....	23
CHAPITRE 1 : L'identité, un concept assiégé.	25
1.1 Les quartiers populaires et la construction identitaire juvénile.....	26
1.1.1 Dynamique et structure sociale de la culture urbaine dans ces quartiers populaires.....	27
1.1.2 Mouvements undergrounds dans les quartiers populaires.....	29
1.1.3 Volet urbain des quartiers populaires.....	32
1.1.4 Représentations médiatiques au sein des quartiers populaires.....	33
1.2 Identités et flux communicationnels à l'ère de la mondialisation.....	35
1.2.1 Pluralité identitaire.....	37
1.2.2 Identité culturelle.....	39
1.2.3 Identités hybrides.....	41
1.2.4 Stratégies identitaires.....	44
1.3 Identités, communication et médias.....	46
1.3.1 Identités, jeunes et médias.....	48
1.3.2 Mondialisation et déterritorialisation.....	51
1.3.3 Le jeune disséminé dans le mediascape.....	52
1.4 L'imagination conditionnée et l'imaginaire du jeune.....	55
1.4.1 La lutte pour la pensée.....	57
1.4.2 Les médias, enveloppe de soi ?.....	59
CHAPITRE 2 : L'identité : enveloppe des médiations, narrations et expressions	63
2.1 La médiation et l'identité.....	64
2.1.1 Identités contemporaines en palimpseste.....	65
2.1.2 Le modèle de multimédiation.....	68
2.1.3 La médiation individuelle et de référence.....	69
2.1.4 Socialité, ritualité et technicité.....	72
2.2 Les médiations et le triple référent de l'identité.....	73
2.2.1 La notion d'individu.....	76
2.2.2 La notion situationnelle.....	76
2.2.3 La notion narrative et symbolique.....	77
2.3 Construction de l'identité dans l'environnement médiatique.....	78

2.3.1	Identité formelle et existentielle.....	79
2.4	La construction identitaire et la narration de soi.....	80
2.4.1	L'action dans la construction de soi.....	82
2.4.2	Action médiatique et <i>Agency</i>	85
2.5	Production, expression médiatique des jeunes et identité.....	88
2.5.1	La production médiatique de soi.....	90
2.5.2	L'expressivisme numérique de soi.....	91
2.5.3	Création et expression performative de soi.....	95
CONCLUSIONS.....		97
DEUXIEME PARTIE - CADRE METHODOLOGIQUE ET TERRAIN -		101
CHAPITRE 1 : La triangulation des méthodes de recherche.....		103
1.1	La collecte d'informations.....	104
1.2	Observation participante.....	105
1.2.1	Contexte et histoire.....	105
1.2.2	Conceptualisation de l'observation participante.....	108
1.2.3	Le choix de la méthode.....	110
1.3	Comment comprendre l'observation participante ?.....	112
1.3.1	Limites de cette méthode.....	114
1.3.2	Le journal de bord.....	117
1.4	La méthode visuelle.....	119
1.4.1	Contexte et histoire.....	119
1.4.2	La photographie dans l'investigation exploratoire.....	121
1.5	Photo elicitation.....	123
1.5.1	L'auto-driving (l'auto-conduite).....	126
1.5.2	Reflexive-photography (photographie-réflexive).....	126
1.5.3	Photo-novella (photo-roman).....	127
1.6	Entretien Photo-Réflexif (EPR).....	128
1.6.1	Description de l'Entretien Photo Réflexif (EPR).....	131
1.7	Opérationnalisation des hypothèses : grille d'entretien et questionnaire photographique.....	131
1.7.1	Le paradigme de l'Entretien Photo Réflexif.....	135
1.7.2	Les démarches de l'atelier photo.....	137
1.7.3	Le suivi.....	139
CHAPITRE 2 : Notre terrain de recherche : évolution méthodologique et modèle analytique.....		141
2.1	L'organisation des terrains.....	142
2.2	Premier terrain : Talence (Thouars).....	142
2.2.1	Les participants.....	145
2.2.2	Les premières découvertes.....	146
2.2.3	Remise en cause des techniques, hypothèses et questionnements.....	147
2.3	Deuxième terrain : Bègles (Yves Farges, Maurice Thorez, Verduc).....	148
2.3.1	Les lieux de rencontres.....	149
2.3.2	La distribution des appareils, déroulement de l'atelier photo et participants.....	151
2.3.3	Implication, partage de vie.....	153
2.4	Troisième terrain : Pau (Saragosse, Ousse des Bois).....	155
2.4.1	L'implication des institutions.....	156

2.4.2 Les participants	158
2.4.3 Le sommet de l'observation participante.....	159
2.5 Quatrième terrain : Agen (Tapie, Rodrigues, Montanou, Passelaygues, Paganel & Barleté).....	163
2.5.1 Les institutions et la participation des jeunes	164
2.5.2 Remise en question en tant que chercheuse	167
2.5.3 Les satisfactions d'un travail d'observation participante	168
2.6 Cinquième terrain : Floirac (Bas-Floirac – Libération, Haut-Floirac – Dravemont). ..	169
2.6.1 Institutions et lieux de recherche	170
2.6.2 Les participants.....	171
2.6.3 Les dispositifs dans leur meilleur fonctionnement	173
CHAPITRE 3 : La méthode d'analyse.....	175
3.1 La démarche avec le logiciel SEMATO.	177
3.1.1 Le fonctionnement.	177
3.1.2 La démarche initiale.....	178
3.1.3 L'indexation de textes.....	179
3.1.4 Le graphe express.....	181
3.2 Les types de requêtes	183
3.2.1 Les thèmes.	188
3.2.2 L'Assistant Scripteur de Thèmes.....	189
CONCLUSIONS.	193
TROISIEME PARTIE - ANALYSE ET INTERPRETATION DES RESULTATS - ..	195
INTRODUCTION.....	196
CHAPITRE 1: Les productions médiatiques : expressions numériques de soi.....	199
1.1 Fonctions et processus de la production médiatique.	200
1.1.1 Processus évolutif de la production numérique individuelle.....	202
1.1.2 Processus évolutif de la production numérique collective.	204
1.1.3 Les règles dans la production médiatique.	206
1.2 Des règles aux compétences dans le fait créatif.....	210
1.2.1 Processus créatif et cadre spatio-temporel.	215
1.2.2 Mobilité médiatique.	219
1.2.3 Dimensions de la mobilité médiatique.	222
1.2.4 Circulation et diffusion des produits médiatiques.	225
1.3 Des productions et des reconnaissances.....	228
1.3.1 Les produits numériques, moyens de communication participatifs.....	232
1.3.2 L'équation du pouvoir dans les productions médiatiques.	234
1.3.3 La position épistémologique.....	235
1.3.4 Aspects et organisation de la communication participative.	236
CHAPITRE 2 : Les productions numériques de soi : entre affirmation identitaire et expressivisme.	239
2.1 Les blogs : production réflexive de soi ?	241
2.1.1 Verbes-actions de l'Internet.....	245
2.1.2 Temporalités dans la production d'un blog.....	246

2.1.3 Les médiations sur le blog et l'Internet.....	251
2.2 Le processus de médiation dans la production médiatique de soi.....	251
2.2.1 La médiation familiale dans la production numérique.....	253
2.2.2 La médiation scolaire au sein des productions numériques de soi.....	260
2.2.3 Différences sexuées entre producteurs.....	263
2.3 Le désir de création chez les filles.....	265
2.3.1 Espace public, privé et médiatique dans le quartier.....	268
2.3.2 Journal intime et la création de soi.....	270
2.3.3 La création et la construction des blogs féminins.....	271
2.3.4 La représentation du blog pour les « filles des quartiers ».....	272
2.3.5 Les pratiques « sexuées » autour du blog.....	273
2.4 La valeur ajoutée de MySpace.....	274
2.5 Le film comme vecteur d'identité.....	280
2.5.1 Auto spect-acteurs.....	285
2.5.2 Temporalités dans la production des films.....	287
2.5.3 Le mimétisme filmique comme expression numérique des jeunes.....	289
2.5.4 L'expression filmique « équitable ».....	291
2.5.5 Subjectivisme dans la création filmique.....	294
2.6 Le téléphone mobile, outil numérique d'expression identitaire.....	296
2.6.1 Images de soi, images de l'autre, sur le mobile.....	298
2.6.2 Expression identitaire « mobile ».....	304
2.6.3 Le mobile des jeunes : objet Mc Gyver.....	306
 CONCLUSIONS.....	 311
 CONCLUSIONS GENERALES.....	 313
 BIBLIOGRAPHIE.....	 323
BIBLIOGRAPHIE GENERALE.....	325
BIBLIOGRAPHIE THEMATIQUE.....	353
INDEX FIGURES.....	383
INDEX GRAPHES.....	385
INDEX TABLEAUX.....	387
TABLE DE MATIERES.....	389

- INTRODUCTION GENERALE -

« Que les individus aient besoin d'une telle validation intersubjective de leur identité s'explique sans doute par le fait que l'identité contemporaine est une identité réflexive. Dans la mesure où la recherche du moi est désormais inséparable de l'invention de soi, l'expression du moi est une opération risquée »

Louis QUERE¹.

¹ QUERE Louis. *D'un modèle épistémologique de la Communication à un modèle praxéologique*. Réseaux, 1995, n° 44 – 47, p. 85.

« Trois jeunes, assis dans une cage d'escalier. Un téléphone mobile d'où sort le nouveau « flow »² de l'un d'entre eux. Les deux autres, le sourire aux lèvres, écoutent attentivement en bougeant la tête. Soudain, ils se lèvent, sans rien dire, en vitesse. Ils marchent en direction du centre informatique du quartier, situé juste en face de la cage d'escalier où nous étions : il vient d'ouvrir. Sofien s'assoit devant l'un des postes. Il sort de sa poche de pantalon un câble USB³, le branche et relie son téléphone portable à l'ordinateur pour télécharger le nouveau « flow » dans son blog. Les autres regardent et partagent ce moment avec Sofien. Le son est bien téléchargé, ils testent sur un autre ordinateur pour voir si ça marche et écoutent la musique tout en parlant. Sofien me regarde et me dit : « tu vois ça c'est moi ! ». Des épisodes comme celui-ci peuvent se produire dans n'importe quelle zone du monde. Les années 1990 ont connu l'explosion des nouveaux moyens de communication qui continue de se répandre. Dans cette scène, vécue au sein d'un quartier populaire, nous observons non seulement l'interaction technologique, mais aussi un questionnement émergent à partir de ces utilisations : la construction identitaire d'un soi. Sofien nous dit « ça c'est moi », mais notre questionnement veut aller au-delà de cette affirmation. Que signifie ce « soi » à l'égard des médias ? Comment l'interpréter ? Comment l'individu trouve-t-il sa place dans l'environnement médiatique ?

Les interactions entre les utilisations numériques et la construction identitaire appellent à l'élaboration des savoirs et méthodologies pour comprendre ces questionnements. La notion d'identité a entraîné plusieurs débats et conceptualisations au sein de différentes disciplines. Chacun de ces champs (sociologique, philosophique, anthropologique, ethnologique...) a construit ses propres fondements, catégories et points d'ancrage, sur l'identité et sa construction. La question identitaire en Sciences de l'Information et de la Communication (SIC) a été peu étudiée, mais commence à intéresser de plus en plus de chercheurs. Avec la croissance des nouvelles technologies, notamment Internet et la téléphonie mobile, la question de l'individu se renouvelle profondément.

² Selon le lexique des cités « flow » est le débit d'un rappeur ; la musique et les paroles de rap créées entièrement par l'auteur.

³ USB, qui signifie *Universal Serial Bus*, est une norme relative à un bus informatique de transmission, qui sert à connecter des périphériques informatiques à un ordinateur entre autres.

Certains auteurs, qualifient les nouveaux médias numériques comme des lieux participatifs qui montrent en quoi « les dynamiques de production culturelles propres à la sphère publique trouvent et se traduisent en médiacultures »⁴. Cela voudrait dire que ces médias ouvrent des possibilités infinies d'expérimentations et de création de nouveaux objets culturels en devenant partie fondamentale du paysage médiatique. Leur usage massif a changé les pratiques communicationnelles des sociétés et la question identitaire de l'individu s'est reformulée dans ce nouvel environnement médiatique. Ces médias semblent proposer de nouvelles formes d'expression qui s'insèrent dans les environnements traditionnels tels que l'école, la famille, les religions, les amis. Nous sommes face à un phénomène nouveau des identités qui se structurent stratégiquement dans un contexte social précis. Ceci a évidemment des conséquences dans la manière de se situer sur un territoire mais aussi dans la façon de vivre sa temporalité.

La construction identitaire et les pratiques médiatiques qui sont au centre de cette recherche sont des notions complexes, et difficiles à définir, notamment quand nous enquêtons au sein des quartiers populaires. Nous allons expliquer ci-après la naissance et le contexte dans lesquels cette thèse s'est construite et préciser ainsi le cheminement suivi.

Contexte de production de la thèse.

Cette thèse s'inscrit dans le cadre du programme de recherche régional intitulé :

« Construction des identités et pratiques médiatiques : étude d'une crise de la transmission ».

Ce programme est la poursuite de travaux de recherches, lancés dès l'année 2002 autour de la laïcité par le CEMIC (Centre d'Etude des Médias, de l'Information et de la Communication), renommé MICA (Médias, Information, Communication, Arts) en 2009 à l'Université Michel de Montaigne Bordeaux 3.

Cela fait déjà plusieurs décennies qu'il est question de « crise des identités », de « recomposition des identités » ou d' « identités plurielles ». Plusieurs recherches ont été

⁴ MACE Eric. Mouvements et contre-mouvements dans la sphère public et les médiacultures. In : MACE Eric, MAIGRET Eric. *Penser les médiacultures : nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*. Paris : Armand Colin/INA, 2005, p. 43-44.

consacrées à ce thème. La construction des identités est traditionnellement étudiée selon trois dimensions : l'individu, le groupe, la société. Ce programme a voulu en ajouter une quatrième : les médias, et veut étudier les interactions entre médias et identités, c'est-à-dire situer la construction identitaire dans l'environnement médiatique contemporain.

Pour l'équipe de recherche, « les crises que les banlieues subissent sont les symptômes d'une déconstruction sociale, première source de crispations identitaires »⁵. Le programme traite ainsi, d'une part des médias et de la démocratie, qui relèvent de la sphère publique et, d'autre part, du processus de structuration des identités au niveau de l'individu et de son groupe d'appartenance.

Suivant l'analyse de Régis DEBRAY, ce programme veut mettre en lumière « une disjonction entre l'espace et le temps, entre « l'explosion des mobilités (sous l'effet des médias en particulier) et l'implosion des continuités (recul des processus de transmission des valeurs : familiales, culturelles, religieuses...) »⁶. L'hypothèse principale est que les médias jouent un rôle capital dans ces évolutions qui touchent la construction de l'individu.

Objectifs et mise en place du programme.

Nous allons décrire, en quelques lignes, la spécificité des deux premiers volets du programme et développer les deux derniers, qui s'inscrivent dans la thèse présentée.

Le premier volet : « **Médias locaux et patrimoine identitaire** », veut répondre à la question : quelle est la place que les médias locaux peuvent avoir dans la construction identitaire ?

Le deuxième volet : « **Espace démocratique et identités religieuses** », étudiera les rapports entre identités religieuses et démocratie. Il veut répondre aux questions : que peut apporter le pacte laïc ? Comment articuler démarche identitaire et recherche de compromis ? Il s'agit d'analyser les rapports ambigus entre la religion, le spirituel et le patrimoine dans la construction identitaire.

⁵ BOULDOIRES Alain. *Construction des identités et pratiques médiatiques : étude d'une crise de la transmission*. Programme de recherche régional - CEMIC : 2006, p.5.

Disponible sur : <http://www.msha.fr/cemic/grem/axe4.htm#construction> (Consulté le 6 septembre 2006).

⁶ DEBRAY Régis. *Introduction à la médiologie*. Paris : PUF, 2000, p. 42-52.

Le troisième volet : « **Identités et pratiques médiatiques** », s'inscrit dans le cadre de cette thèse. Il se concentre sur le rôle que jouent les pratiques médiatiques dans la construction de l'identité des jeunes des quartiers populaires.

Le dernier volet : « **Atelier d'écriture de soi** », comporte un atelier photographique. Il a pour objectif de proposer à la population jeune des quartiers, d'entreprendre « l'écriture visuelle de son roman personnel »⁷.

Ces deux derniers volets seront décrits en détail et approfondis dans les pages suivantes.

L'équipe de recherche.

Le programme accueille plusieurs chercheurs en Sciences de l'Information et de la Communication de l'Université Michel de Montaigne - Bordeaux 3. Les participants font partie de différents groupes de recherches au sein du laboratoire CEMIC (Centre d'Etudes de Médias de l'Information et de la Communication) et IMAGINES (Images, Histoire et Sociétés).

Ce programme est dirigé par Alain BOULDOIRES et accueille cinq enseignants-chercheurs et trois doctorants. Avec des réunions fréquentes, l'équipe a travaillé pendant la première année en trois étapes :

- la première année, a été consacrée à la construction théorique en mettant en place, chaque semaine des séminaires d'échanges et de réflexions autour de thématiques du programme, notamment l'identité et les médias ; des séminaires mensuels informatifs sur la construction et l'organisation du programme.

⁷ BOULDOIRES Alain. *Construction des identités et pratiques médiatiques : étude d'une crise de la transmission*. Programme de recherche régional - CEMIC : 2006, p.9.
Disponible sur : <http://www.msha.fr/cemic/grem/axe4.htm#construction> (Consulté le 6 septembre 2006).

- Pendant la deuxième année, l'équipe a réalisé des séances de débriefing pour améliorer, changer, agir sur les propositions ou actions méthodologiques, que nous prenions sur les différents terrains d'immersion.
- La dernière année a été consacrée à la restitution des portraits des jeunes avec une exposition photos et un film documentaire réalisé par Ana-Milena PABON⁸ intitulé : « Univers Cités », qui témoigne de la mise en place du dispositif méthodologique que nous avons développé sur les terrains. C'est au cours de cette dernière année que le travail scientifique de cette thèse a été plus précisément défini.

Délimitations géographiques.

Ce programme, financé par le Conseil Régional d'Aquitaine, a dû centrer son étude sur des zones géographiques de la région Aquitaine. C'est ainsi que les choix des terrains, sur lesquels nous avons enquêté, se sont faits aléatoirement en prévoyant une représentativité des deux rives de la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB) : rive droite et rive gauche. De la même manière le directeur du projet a voulu prendre en compte la représentativité de la région Aquitaine en enquêtant dans deux autres départements : le Lot et Garonne et les Pyrénées Atlantiques.

C'est à partir de ces sources que le projet de recherche a retenu cinq municipalités différentes : Talence, Bègles, Floirac, Pau et Agen. Chacune de ces municipalités comporte ce que les communes appellent des Zones Urbaines Sensibles (ZUS). Les ZUS, selon Serge PAUGAM⁹, concentrent ménages défavorisés, inadaptations liées aux carences parentales, instabilité d'emploi, faible sociabilité familiale, moindre participation à la vie associative. Dans ces ZUS nous pouvons retrouver ce que nous avons désigné dans notre recherche comme des « quartiers populaires ».

Ainsi pour Talence nous avons réalisé notre étude dans le quartier de *Thouars*. Pour Bègles les quartiers étudiés étaient : *Yves Farges*, *Maurice Thorez* et *Verduc*. Pour Floirac les quartiers *Libération* et *Dravemont*. Sur Pau nous avons enquêté dans les

⁸ PABON Ana-Milena. *Univers Cités* [DVD]. Bordeaux : Péripéries Productions - CEMIC- Université Bordeaux 3- Plan Large. 2009. Informations disponibles sur : <http://univers-cites-lefilm.blogspot.com/>

⁹ PAUGAM Serge. *Les formes élémentaires de la pauvreté*. Paris : PUF, Le lien social, 2005, p.193 -195.

quartiers *Ousse des Bois, Saragosse et Les Fleurs*. Finalement sur Agen nous nous sommes concentrés dans les quartiers : *Montanou, Barleté, Rodrigues, Tapie et Passelaygues*.

Problématique de recherche.

La problématique que nous présentons ici est un prolongement du programme de recherche régional que nous venons d'expliquer. Les pratiques médiatiques des jeunes des quartiers populaires peuvent être questionnées et orientées de plusieurs manières. Les cultures jeunes baignent dans ces nouveaux modes de communication et semblent donner des valeurs et symboles à chacune d'entre elles. La culture jeune, dans un sens plus large, est « envisagée comme une expérience collective comportant une dimension sociale d'engagement qui suppose d'opérer des ajustements réciproques dans les interactions, en présence ou distance. »¹⁰. Cela peut vouloir dire que les pratiques médiatiques sont déterminées par le lieu social des individus. Il nous semble donc important de mentionner que les acteurs que nous avons observés se situent dans un contexte particulier : un contexte socio-économique difficile, de mixité culturelle, de phénomènes migratoires et parfois d'agitations violentes. Il s'agit des ZUS (Zones Urbaines Sensibles)¹¹ connues aussi sous les dénominatifs de « banlieues, cités, quartiers, ghettos... ».

Tous ces critères conditionneraient la culture médiatique des jeunes des quartiers populaires, ceux-ci, « devenant des figures symboliques de la remise en question du lien social »¹². Les études des cultures jeunes faites ces dernières années, pointent sur le caractère dynamique et discontinu de ces cultures ainsi que leurs différents modes d'insertion dans la structure sociale « officielle ». Par conséquent, leurs schémas de représentation se configurent dans des champs d'actions différents et inégaux. Nous prétendons rendre compte des acteurs urbains : les 15-25 ans des quartiers populaires. Ces derniers ont un discours qui leur est propre et qui est peut-être mal compris. Nous voulons

¹⁰ PASQUIER Dominique. *Cultures lycéennes. La tyrannie de la majorité*. Paris : Autrement. 2005, p.12.

¹¹ L'Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques (INSEE) définit les Zones Urbaines Sensibles (ZUS) comme des territoires infra-urbains définis par les pouvoirs publics pour être la cible prioritaire de la politique de la ville, en fonction des considérations locales liées aux difficultés que connaissent les habitants de ces territoires. Disponible sur : <http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=definitions/zone-urbaine-sensible.htm> (Consulté le 30 avril 2006).

¹² AQUATIAS Sylvain. *Jeunes de banlieue, entre communauté et société*. Socio-anthropologie [en ligne]. 1997, n° 2. Disponible sur : URL : <http://socio-anthropologie.revues.org/index34.html> (Consulté le 11 mars 2008).

ainsi répondre à la question de la construction identitaire de ces jeunes en nous intéressant de très près à la réalisation de leur **production médiatique**.

La vie quotidienne et la production médiatique au sein des quartiers sensibles semblent être une expérience sociale centrale pour ces jeunes. C'est la raison pour laquelle les analyses présentées ici se fondent non sur un repérage, ou un recensement, des productions médiatiques mais sur les manières avec lesquelles le jeune se produit médiatiquement dans un contexte social et économique donné. Le positionnement contextuel de ces productions médiatiques soulève de nombreux questionnements. Est-ce que ces actions numériques deviennent des plateformes de création, d'émancipation, de « démonstration », c'est-à-dire, d'exposition d'une identité ? Quelles sont les actions que le jeune de quartier populaire entreprend pour « narrer » son identité ? Comment ce jeune s'exprime-t-il à partir de sa réalité sociale ? Le soi exprimé est-il la conséquence d'une action numérique extériorisée sous différentes formes ? Quelles sont donc ces formes ?

Nous ne nous trouvons pas uniquement devant une analyse des phénomènes sociaux, dus à l'utilisation des nouvelles technologies, mais aussi face à une appropriation de ces médias pour « produire des faits culturels ». La problématique de cette thèse s'inscrit dans cette reformulation et restructuration de la communication en tant que lieu « stratégique ». La société et plus particulièrement les jeunes, s'emparent de ces lieux, avec leurs références matérielles et symboliques. Nous faisons allusion aux divers référents identificatoires qui semblent proposer de nouvelles manières d'appartenance, de nouvelles formes d'expression des actions numériques et donc, des nouvelles formes de communication.

Question de recherche et hypothèses.

Dans cette perspective, nous cherchons à comprendre les productions médiatiques d'une population des jeunes, en prenant en compte la dimension sociale. Cette production, avant tout communicationnelle, semble donner une nouvelle compréhension des phénomènes entrelacés dans le monde social des quartiers populaires. Voir les produits médiatiques sous cet angle c'est, en d'autres termes, regarder le point de vue des acteurs. Les fonctions de la communication et de ces productions médiatiques vers lesquelles nous avons fait porter nos observations, sont à relier aux jeunes des quartiers populaires et à

leur construction de soi. Ainsi, la question de départ à laquelle nous voulons répondre, dans le cadre de ce travail, se pose de la façon suivante :

**De quelle manière les productions médiatiques servent-elles à la construction
identitaire du jeune des quartiers populaires en Aquitaine ?**

Nous construisons ce travail sur la base des trois hypothèses suivantes :

- 1) Les actions numériques du jeune participent à la construction de son *médiascape* ou médiapaysage, quête d'une émancipation de soi.
- 2) Les processus de production médiatique, déterminés par les médiations, servent à particulariser leur environnement social et leur cadre spatio-temporel.
- 3) Les produits médiatiques permettent aux jeunes une narration de soi et une insertion dans une culture expressive propre aux quartiers populaires.

- L'hypothèse 1 porte sur le sujet jeune du quartier populaire et sur ses déterminations.
- L'hypothèse 2 essaie de cerner les médiations qui interviennent dans un des espaces et situations précises : HLM, conditions socio-économiques, rapport avec les institutions formelles, etc.
- La dernière hypothèse porte sur la conception de produits médiatiques comme formes d'expressions identitaires qui leur sont propres. Ces expressions médiatiques seront comprises comme pratiques de la communication.

Nos terrains : notre façon de travailler.

Pour répondre à chacune de ces hypothèses, nous avons construit un cadre théorique et différentes stratégies méthodologiques. L'enquête s'est déroulée en 2007-2008 dans les 5 municipalités déjà citées avec une population jeune de 15-25 ans. Dans chacune des municipalités nous avons voulu regarder de plus près les productions médiatiques des jeunes. « Plus près » signifie, pour chaque terrain, l'immersion complète et le partage quotidien avec ces jeunes, pendant une durée moyenne d'un mois et demi.

Notre façon de travailler porte l’empreinte de la recherche en communication sociale de l’Amérique Latine que nous avons acquise tout au long de notre formation en Bolivie et au Brésil. Nous proposons de considérer que cette perspective de recherche implique le chercheur dans un contexte précis en participant aux actions et événements qu’ils soient individuels ou collectifs. En l’occurrence, il s’agit de penser la relation entre recherche et participation en Sciences de l’Information et de la Communication, en réunissant des ressources théoriques issues de champs anthropologique, sociologique et ethnologique. Parallèlement à l’observation participante, nous avons monté un atelier-photo, prévu par le programme de recherche du Conseil Régional, intitulé « l’écriture de soi ». Deux étapes font partie de cette mise en place :

- La première étape, consiste en une distribution d’un appareil photo jetable à chaque jeune rencontré dans le but de produire sur la base de thèmes prédéfinis des images représentatives de son identité.
- La deuxième étape réside dans la restitution des photographies prises par le jeune. C’est l’occasion d’un échange réflexif avec les chercheurs. Dans ce sens cette méthode visuelle utilise l’image comme base de discussion et d’incitation à la prise de parole.

Il s’agit aussi de montrer comment un élargissement théorique peut en appeler d’autres : les questions de l’observation participante et la photo comme méthode visuelle proposent de nouvelles techniques de recherche en communication et de nouveaux élargissements théoriques pour le travail d’enquête.

Les axes de la collecte de données.

Ces prémisses posées, il nous reste à présenter la suite de la thèse. Celle-ci est constituée de trois parties :

La première fixe le cadre des références théoriques et comprend deux chapitres.

Dans le Chapitre 1, nous apportons des éclairages théoriques sur les différents concepts que sont : les quartiers populaires et ses différents volets, l’identité et les flux communicationnels ainsi que l’identité et ses relations avec les médias.

Le deuxième chapitre présente les concepts liés aux médiations et le triple référent identitaire, enfin la narration de soi et la culture expressive numérique de soi dans la construction identitaire.

La deuxième partie, se rapporte au cadre méthodologique et à la description des terrains. Elle est divisée en trois chapitres.

Un premier chapitre dans lequel, nous exposons les trois principaux instruments méthodologiques pour la collecte d'information à savoir : l'observation participante, le journal de bord et la méthode visuelle (Entretien Photo-Réflexif -EPR-).

Le deuxième chapitre est consacré à la manière d'organiser les terrains, à la description et la mise en place du dispositif de recherche dans chacun des cinq terrains observés.

Le dernier chapitre présente la méthode d'analyse que nous avons utilisée pour l'interprétation des données issues des entretiens, c'est-à-dire la démarche avec le logiciel d'analyse sémantique : SEMATO.

Dans la troisième partie de cette thèse, il est question de l'interprétation et de l'analyse des données. Deux chapitres se dégagent de cette ultime partie.

Le premier aborde les descriptions générales des produits médiatiques au sein des quartiers, les processus et règles de ces productions ainsi que l'introduction au cadre spatio-temporel des actions numériques des jeunes.

Le deuxième chapitre décrit, à partir des graphes sémantiques, les trois produits médiatiques plus importants qui se dégagent de l'analyse : le blog, comme production réflexive de soi ; le film, comme vecteur d'identité et enfin le téléphone mobile, comme une technologie expressive et de transposition identitaire.

PREMIERE PARTIE

- CADRE THEORIQUE -

« Toutes les théories sont légitimes et aucune n'a une importante remarquable. Ce qui importe c'est ce que l'on fait avec elles ».

« Délire laborieux et appauvrissant de composer des vastes livres, de développer en cinq cents pages une idée que l'on peut très bien exposer oralement en quelques minutes ».

Jorge Luis BORGES¹³.

¹³ BORGES Jorge Luis. *Fictions*. Paris : Gallimard, 1991, p. 5-10.

INTRODUCTION.

Ce premier chapitre a pour objectif de définir, dans un premier temps, les différents concepts clefs liés à notre sujet de recherche. Nous avons divisé le chapitre en deux parties.

La première partie intitulée : l'identité, un concept assiégé, introduit d'abord les différentes conceptualisations qui se sont faites autour des « quartiers populaires » faisant appel aux recherches et études qui se sont concentrées sur les populations jeunes. A cet effet, concernant les notions des « quartiers populaires », nous tentons de montrer dans une approche définitionnelle, quelle est leur dynamique sociale, les mouvements undergrounds et, enfin, les représentations médiatiques au sein des quartiers populaires.

Quant à la notion d'identité, nous nous sommes concentrée sur l'évolution de ce concept, notamment à l'ère de la mondialisation. Dans les mouvements et les flux des médias contemporains, l'identité devient un concept bien difficile à saisir notamment dans des sociétés actives en mutation perpétuelle.

Au même titre que l'image, l'information, le récit, la communication ou la reconnaissance, l'identité figure à sa manière parmi ces concepts aux délimitations incertaines. Investie de valeurs sensiblement différentes, elle chemine à travers notre socio-culture médiatique en glissant entre ses propres sédimentations. L'identité est l'objet de permanentes interprétations de la part de ceux qui l'assument, de ceux qui l'adoptent et de ceux qui la rejettent. Mais dans toutes ces interprétations, l'identité est un concept qui inspire des recherches dans de multiples champs scientifiques.

Nous décrivons dans les pages suivantes, quelques courants dans les champs des sciences humaines et sociales, qui rejoignent la question identitaire, les flux médiatiques et la communication. Dans cette première partie nous allons définir les identités et les flux communicationnels à l'ère de la mondialisation. Nous expliquons dans ce volet comment la globalisation a transformé les conditions de coexistence des identités. Les identités culturelles, hybrides, s'installent dans une société pluraliste. Nous pouvons ainsi comprendre l'identité comme un résultat d'une définition de soi sous l'angle de la mondialisation.

Nous insistons sur le fait que les mutations des médias ont une conséquence profonde dans la construction des identités et subséquemment dans la communication. Nous définissons aussi la part des médias comme véhicule des identités. C'est-à-dire que nous décrivons comment les cultures jeunes s'insèrent dans ce monde médiatique. Quels sont leurs référents ? Leurs repères ? Comment se trouvent-elles placées dans la déterritorialisation et le *médiascape* ou paysage médiatique ?

Le deuxième chapitre de cette première partie, rejoint les approches des individus et leurs représentations identitaires et s'intitule : « L'identité, enveloppe des médiations, narrations et expressions ». Nous y développons l'identité et les étroites corrélations avec la théorie communicationnelle des « médiations ». Ces dernières nous donnent certains indices pour démontrer le rôle de l'environnement social, institutionnel, situationnel, individuel et technologique dans la construction identitaire d'un jeune. Dans ce même volet nous allons décrire aussi le niveau symbolique de l'identité avec une approche de l'identité narrative et l'herméneutique de l'action dans la construction identitaire.

Avec ce développement théorique nous allons pouvoir décrire ces actions numériques comme le début des productions médiatiques, elles-mêmes issues de « l'expressivisme » et de la création qu'un jeune peut susciter, transformer, régir dans son environnement.

CHAPITRE 1 : L'identité, un concept assiégé.

Ce premier chapitre analyse, dans un premier temps, le panorama des quartiers populaires et sa relation avec les cultures jeunes sous différents angles. Nous présentons les différentes recherches qui s'approchent des jeunes des quartiers populaires et leurs pratiques culturelles. Ainsi nous exposons des recherches issues de la sociologie, s'attachant à la question des jeunes des cités comme phénomènes sociaux, d'immigration et de violence. D'autres écrits en ethnologie et anthropologie traitent le jeune et sa place dans un contexte difficile ; nous pouvons reconnaître dans ces recherches, les composantes de l'enjeu identitaire de cette culture jeune ainsi que les compétences linguistiques qui servent de support aux formes de sociabilité du groupe des pairs. Il faut signaler que certains urbanistes aussi se positionnent dans ces enjeux avec un regard distinct mais tout à fait intéressant en relation au territoire, signe précieux de l'identité d'un jeune issu de ces milieux. Nous nous familiarisons, grâce à cette revue de la littérature, avec la « dureté » des attitudes (la dégradation des lieux, l'apparente indifférence à la douleur d'autrui), mais aussi avec les attaches émotionnelles au territoire, la solidarité et l'étonnante interconnaissance du lieu que la plupart des auteurs cités évoquent.

Dans un deuxième temps, nous rentrons dans la sphère identitaire, sa construction et sa relation avec les médias. C'est une partie qui se positionne dans les concepts identitaires à l'ère de la mondialisation et des *Cultural Studies*. Nous présentons les valeurs adaptées aux transformations liées à la mondialisation, notamment l'accélération des flux communicatifs et son insertion dans les sociétés. Face aux détournements de ces outils, grand nombre d'écrits portent sur les identités mais peu, finalement, sur les identités juvéniles. Nous voulons, dans ce chapitre, montrer une approche interdisciplinaire en envisageant les relations entre l'identité, le jeune et la manière de communiquer et narrer son soi.

Avec ces concepts nous essayons de lier les identités aux pratiques communicationnelles, aux techniques et aux processus d'identification. Ces concepts apparaissent intimement liés et donnent une compréhension théorique du phénomène identitaire des jeunes au sein des quartiers populaires.

1.1 Les quartiers populaires et la construction identitaire juvénile.

La revue de littérature que nous allons parcourir vise à recenser les différentes recherches et analyses effectuées, tant en France que dans les pays anglo-saxons et les pays d'Amérique du Sud, sur la question des jeunes des quartiers populaires, leurs pratiques médiatiques, les nouveaux modes de communication et, enfin, leur construction identitaire.

Dans ce type de démarche, on constate qu'il existe très peu d'études s'attachant à la construction identitaire des jeunes dans les quartiers populaires en rapport avec les pratiques médiatiques et à l'utilisation des nouvelles technologies. La plupart des recherches disponibles concernent des études amples des banlieues en France, se concentrant sur des thématiques assez vastes.

Dans ce contexte, l'enjeu de notre revue de littérature consiste à proposer un état de l'art de la recherche sur la culture juvénile dans les quartiers populaires, en prenant les résultats comme un référentiel de départ, en fonction duquel nous pouvons adopter certains travaux comme base théorique. Quelques recherches se concentrent sur les pratiques médiatiques du jeune ou adolescent sans approfondir la culture du jeune de banlieue. L'ensemble des articles et analyses que nous avons recueillis, en privilégiant une approche large de la question, nous a amenés à distinguer trois grands domaines d'investigation.

Le premier domaine, assez large, porte sur la dynamique et structure sociale de la culture urbaine dans ces quartiers populaires. La plupart des recherches recensées sont de type sociologique. Elles s'intéressent aux rôles de chaque institution dans le quartier, à leur appropriation ou non appropriation, à la vie quotidienne d'un jeune de banlieue, aux réseaux interrelationnels, aux bandes d'amis, à leurs codes et langages. Dans ce même volet, nous présentons des recherches sur la discrimination des jeunes des quartiers sensibles qui apportent des réponses au fait ségrégationniste des jeunes issus de l'immigration. En effet, certains auteurs décrivent et développent les actions politiques envers la jeunesse de ces quartiers. D'autres vont réaliser des études à partir du terrain lui-même en se consacrant aux actions que les jeunes mènent par eux-mêmes.

Le deuxième domaine, le volet urbain, est consacré aux études des mouvements *undergrounds* dans les quartiers sensibles ; ils peuvent être du type économique, social

et/ou culturel. Dans ce même volet nous allons expliquer certaines recherches qui se font sur l'espace, les bâtiments, les grands ensembles d'un point de vue spatial et architectural. Ce type de disposition spatiale joue un rôle précis dans la vie d'un jeune de banlieue.

Dans le dernier domaine, nous citons des recherches qui se sont faites sur les pratiques et représentations sociales des habitants dans les cités. Certaines de ces représentations se voient transformées avec les nouvelles logiques médiatiques, commerciales, événementielles sur les quartiers défavorisés.

1.1.1 Dynamique et structure sociale de la culture urbaine dans ces quartiers populaires.

Dans ce volet nous avons découvert avec grand plaisir le travail de David LE POUTRE¹⁴ qui a écrit un livre après sept années d'immersion dans la cité des Quatre Mille, en banlieue parisienne. Il décrit les comportements des adolescents qu'il y a côtoyés, d'une part dans le cadre scolaire lorsqu'il a travaillé comme professeur d'histoire et géographie pour certains adolescents de la cité, d'autre part, dans les différentes activités auxquelles il a participé comme voisin, pendant son séjour dans la cité des Quatre Mille. Une recherche riche en descriptions, qui nous montre comment les adolescents de cette cité se socialisent, créent leurs réseaux, recréent des codes verbaux ou vestimentaires, ritualisent des situations spécifiques, autrement dit, pratiquent une « culture de rue ».

David LE POUTRE définit ainsi cette culture comme « un ensemble ordonné de pratiques, un système unifié d'attitudes personnelles et de relations, bref un système culturel que nous appellerons simplement « culture des rues » »¹⁵. Il décrit de cette manière certaines pratiques musicales ou de danse Hip-Hop, que les adolescents réalisent dans le cadre informel et formel de leur vie quotidienne.

Dans le même esprit Adil JAZOUILI, a recueilli, en 1995, l'expérience des jeunes porteurs de projets dans dix sept villes différentes de France. Une recherche très optimiste où il a remarqué dix sept expériences, une dans chaque ville, où les jeunes ou autres habitants du quartier développent des projets pour se valoriser. Il essaie ainsi de prouver

¹⁴ LE POUTRE David. *Cœur de banlieue. Codes, rites et langages*. Paris : Odile Jacob, 2001.

¹⁵ LE POUTRE David. Idem., p. 22.

que « les jeunes des quartiers sensibles ont une grande lucidité sur ce qu'ils vivent et ce qui les attend »¹⁶. C'est ainsi qu'il découvre, à Tourcoing, un journal nommé « Prise de tête » écrit par des jeunes et pour des jeunes. Ils abordent des problèmes qu'ils vivent au quotidien, informent, prévoient et alertent les lecteurs des différents phénomènes de la société. Adil JAZOUILI nous apporte, avec cet exemple, une description très courte sur les émetteurs de ce journal, en exposant l'idée que le jeune peut s'exprimer d'une « autre » manière. Une approche de production médiatique, faite par les jeunes, nous montre que les médias classiques étaient présents à cette époque là comme outil d'expression. Il n'existe pas un approfondissement de l'analyse de production et réception de ce journal.

La plupart des recherches sociologiques n'approfondissent pas de sujets précis. Par contre à partir de résultats analytiques on peut proposer des projets sociaux et des mises en place de dispositifs auprès des populations en difficulté. C'est le cas, par exemple, de Agnès DUPONT-VILLECHAISE¹⁷ qui a écrit un livre sur les grands ensembles bordelais où elle propose une étude qualitative des catégories démunies en banlieue et une réflexion théorique, voir politique. Elle suit effectivement un travail sociologique classique : l'analyse fine des situations des habitants et l'observation de terrain pour mettre en lien la réflexion théorique de sa discipline. Dans l'analyse proprement dite, elle arrive à une réflexion pragmatique et politique au service des grands ensembles.

Une partie de son livre est consacrée à la jeunesse dans ces banlieues. Elle explique que ces jeunes sont attachés à leur quartier comme un lieu de référence identitaire. Mais même dans ces quartiers, explique-t-elle, l'attachement à la cité compromet la fraternité revendiquée. Paradoxalement, la cité aussi symbolise l'échec social. C'est ainsi que ses propos continuent en affirmant que « l'identité jeune et l'appartenance à la cité ne semblent pas suffire pour compenser l'image dévalorisée du soi »¹⁸. Elle croit que le fait d'être immigré est déjà un stigmate et que la reconnaissance que ces jeunes cherchent devient de plus en plus difficile. Néanmoins le grand sentiment que ces jeunes perçoivent pour leur cité, l'absence d'un sentiment d'appartenance et d'une identité collective sont présents au quotidien. Elle dit que chacun lutte de son côté pour préserver son autonomie

¹⁶ JAZOUILI Adil. *Une saison en banlieue. Courants et prospectives dans les quartiers populaires*. Paris : PLON éditions, 1995, p. 24.

¹⁷ DUPONT-VILLECHAISE Agnès. *Amère banlieue ; les gens des grands ensembles*. Paris : Grasset et Fasquelle, 2000.

¹⁸ DUPONT-VILLECHAISE Agnès. *Op.Cit.*, p. 151.

et donner du sens à son existence. Mais il y a des tactiques individuelles qui doivent, selon cette chercheuse, leur permettre de résister à la contrainte et faire leur chemin modestement. Néanmoins, ce type de résistance ne permet pas toujours d'éviter le repli sur soi et le sentiment d'exclusion.

Donc, sur la base d'identification commune, nous voyons que son propos s'approche plus d'une réflexion qui invite la sphère politique et associative à intégrer, dans le champ du débat démocratique, l'inquiétude et les frustrations de cette population jeune.

Pour continuer dans ce volet nous citons le livre *Ghetto urbain*, écrit par le sociologue Didier LAPEYRONNIE¹⁹, qui résulte d'une enquête dans un quartier HLM d'une ville moyenne de l'ouest de la France. Didier LAPEYRONNIE et Laurent COURTOIS ont choisi d'étudier la "zone sensible urbaine" de Basseau à Angoulême, une ville qui connaît un fort taux de chômage suite à la désindustrialisation. Le livre fourmille d'anecdotes, de portraits et de récits de vie, les deux sociologues recherchant « la vérité, ou plutôt les vérités du ghetto, dans la parole et les réflexions de ses habitants, dans la façon dont ils fabriquent le sens de leur situation personnelle et collective »²⁰. Quelques apports analytiques nous démontrent que les habitants des quartiers ne sont pas « abandonnés » par les pouvoirs publics mais au contraire soumis à un maillage très étroit des institutions : services sociaux, animateurs municipaux, police, justice. Une grande partie de la frustration ambiante est explicable par le décalage entre le désir de participer à la société de consommation et l'absence de revenus suffisants pour y accéder ; beaucoup d'espoirs sont mis dans l'école républicaine, avec les désillusions qui s'en suivent ; les cités fonctionnent comme des villages où la séparation entre les sexes est forte, où les commérages et les questions de réputation des familles sont importants

1.1.2 Mouvements undergrounds dans les quartiers populaires.

Dans l'économie sociale, certains auteurs travaillent sur les mouvements économiques des quartiers populaires dans les sociétés contemporaines. Loïc WACQUANT²¹ nous présente une comparaison sur la relégation des territoires pauvres, stigmatisés comme les ghettos afro-américains de Chicago et la banlieue des Quatre Mille

¹⁹ LAPEYRONNIE Didier. *Ghetto Urbain. Ségrégation, violence, pauvreté en France aujourd'hui*. Paris : Robert Laffont, 2008.

²⁰ LAPEYRONNIE Didier. Idem., p. 67.

²¹ WACQUANT Loïc. *Parias urbains : Ghetto, banlieues, Etat*. Paris : La découverte, 2006.

de La Courneuve à Paris. Une réflexion approfondie sur les similitudes et différences dans ces deux contextes essaie de nous montrer que la marginalité urbaine n'est pas partout tissée de la même étoffe et qu'il n'y a rien de surprenant à cela.

En définissant un nouveau concept que celui du ghetto, pour les banlieues françaises, il propose de les appeler plutôt régime de « marginalité avancée », pour mettre ainsi en évidence les problèmes de précarité, violence, chômage, problèmes ethno-raciaux et autres. Ce contraste permet de voir les principales propriétés dans les sociétés actuelles qui se distinguent de la marginalité vécue à la fin du siècle. Néanmoins la culture jeune dans ces quartiers de « marginalité avancée » n'est pas analysée, mais il mentionne que ce sont les jeunes les principales victimes de la violence, chômage et précarité, synonymes de frustrations et désenchantement.

En revanche Sudhir VENKATESH²² assemble, dans ses recherches, les aventures de quelques jeunes leaders de gangs afro-américains, dans le ghetto du sud de Chicago. Il vit dans ces ghettos pendant dix ans, afin de comprendre comment ces ghettos, et surtout les gangs dans ces quartiers, se conforment. Beaucoup d'écrits sont réalisés à partir du phénomène gang, mais celui-ci, particulièrement, nous montre une immersion complète sur les terrains, en nous donnant des informations sur le commerce informel dans les sphères sociétales propres à ces quartiers. Il a rencontré JT, un des leaders de *Black Kings*, le gang le plus répandu dans ces quartiers. JT, son informant clef, lui a fait connaître tous les réseaux qui constituent ce quartier : crack dealers, prostitués, parents, policiers, squatters, enfants, adolescents...

Avec une description très ponctuelle on se rend-compte des questionnements qu'il traverse toute au long de son terrain. En se servant de JT comme base fondamentale de construction de ses réseaux, il arrive à se faire charger de tous les deals que JT ne peut pas réaliser. Cette interaction lui a servi pour découvrir l'économie informelle de ces quartiers en observant l'organisation territoriale et idéologique de leurs habitants.

Il a trouvé une communauté organisée avec des hiérarchies bien précises faites par l'amitié et la force en même temps. Chacun de ses habitants aide à la construction de cette « underground économie ». Son livre de « L'économie souterraine dans les quartiers

²² VENKATESH Sudhir. *Gang leader for a day a rogue sociologist takes to the streets*. New York : The penguin Press, 2008.

pauvres de Chicago »²³, révèle la pauvreté où les hommes et femmes qui habitent dans ces quartiers vivent chaque jour. C'est ainsi que les habitants créent une autre économie, une économie alternative qui est inévitable. Cette économie est une « réponse inévitable à l'isolement des ghettos du reste du pays ». Les affaires du business souterrain sont une pratique quotidienne dans ces quartiers et elles sont menées de plus en plus par les jeunes, comme les principaux protagonistes de cette économie.

En contrepartie à cette nouvelle manière de voir les banlieues dans l'économie mondiale, Corinne PREZELJ²⁴ et autres auteurs proposent, dans leur investigation, de nouvelles visions pour la réussite dans les banlieues, en sachant que les banlieues traversent un véritable problème : le chômage. Les auteurs proposent donc de développer une nouvelle approche globale de l'économie dans les réseaux solidaires et évolutifs des banlieues ainsi qu'une rencontre organisée sur le terrain. Ils s'attaquent en priorité à l'emploi, parce que c'est à partir de l'emploi que cette population trouvera l'intégration sociale. Ces réseaux permettront de consolider les expériences réussies, de transformer les besoins en propositions concrètes et de les démultiplier auprès des acteurs politiques et des médias.

C'est un livre didactique où on explique, avec certains exemples, comment trouver un financement pour une entreprise, les formations professionnelles qui existent, les enjeux des collectivités territoriales et le fait de réussir en tant que femme dans une banlieue. Un livre qui est plutôt dans l'économie de marché mais qui parle de cette « dite » intégration. Dans ce sens, l'intégration constitue une des fonctions du système social, assurant la coordination des diverses parties de ce système, pour assurer le bon fonctionnement de l'ensemble.

En psychologie sociale, les auteurs expliquent l'intégration comme une forme d'expression par l'ensemble des interactions entre les membres (dans notre cas les jeunes), provoquant ainsi un sentiment d'identification au groupe et à ses valeurs. En effet, Joëlle BORDET²⁵ utilise la psychanalyse dans son sujet de recherche, l'enjeu étant

²³ VENKATESH Sudhir. *Off the books. The underground economy of the urban poor*. London : Harvard University Press, 2006.

²⁴ PREZELJ Corine, ADDED André, AZOULAY Hervé. *L'intelligence des banlieues : les réseaux pour sortir de la crise*. Paris : Institut Français de l'Intelligence Economique (IFIE), 2007.

²⁵ BORDET Joëlle. *Oui à une société avec les jeunes des cités ! : Sortir de la spirale sécuritaire*. Ivry-sur-Seine : Editions de l'Atelier, 2007.

l'émergence des jeunes des cités dans l'espace public. Joëlle BORDET, comme Agnès VILLECHAISE-DUPONT, pense que cette perspective concerne toutes les institutions qui entourent le jeune de cité : mairies, conseils généraux, Education Nationale, organismes sociaux.

Pour arriver à cela, Joëlle BORDET mentionne que ces institutions doivent apprendre à travailler avec les jeunes des cités sans faire abstraction de leur parole et de leur désir de prendre leur place. Si cette relation, nécessairement conflictuelle, n'arrivait pas à se nouer, l'expression des jeunes pourrait devenir de plus en plus violente et destructrice comme l'ont montré les émeutes de 2005. A partir de ces situations, cette chercheuse essaie de nous présenter une analyse des stéréotypes que la société a créés sur ces jeunes, et comment ces jeunes se voient dans ces stéréotypes. Avec l'analyse de quelques entretiens en profondeur elle propose d'être plus à l'écoute des transformations que ces jeunes vivent au jour le jour pour pouvoir construire ensemble des propositions par de nouvelles formes d'affirmations.

1.1.3 Volet urbain des quartiers populaires.

Le volet urbain développe des analyses profondes en termes d'espace et d'urbanisme. Michel AGIER²⁶, passionné du sujet ville précaire, part à la rencontre du vécu dans des villes pauvres notamment en Amérique latine et en Afrique. Il développe dans son propos la citadinité pour saisir la diversité et l'universalité qui existent dans les recherches comparées qu'il a réalisées. Pour lui *townships* et « quartiers déguerpis d'Afrique », favelas, invasions et *barriadas* d'Amérique latine forment un ensemble hétérogène de situations marquées par des degrés divers de précarité économique, de marginalité, frustrations sociales et, finalement, d'instabilité territoriale.

Les situations qu'il a observées, montrent que dans ces espaces urbains, il existe des réseaux sociaux en action, des valeurs et des interprétations partagées. En réponse aux exclusions économiques, aux stigmatisations identitaires et aux cantonnements urbains, les réseaux « représentent une forme de plus en plus directe et efficace d'accès à la participation politique. Ils deviennent plus présents encore quand les participants sont mis à l'écart des formes institutionnelles de la politique »²⁷.

²⁶ AGIER Michel. *L'invention de la ville : banlieues, townships, invasions et favelas*. Paris : Archives contemporaines, 1999.

²⁷ AGIER Michel. Op.Cit., p. 159.

Aujourd'hui le monde urbain est traversé par de multiples frontières. Cyprien AVENEL²⁸ présente ainsi de façon synthétique les travaux essentiels portant sur la construction des banlieues ou des « quartiers sensibles », les stratégies de lutte contre la ségrégation et la stigmatisation, les violences urbaines, la politique de la ville et les politiques sociales. C'est un livre instructif plus que démonstratif, de la banlieue. La question des banlieues s'impose comme un « problème social » lorsque la société française découvre les premières violences urbaines à travers les « rodéos » de l'été 1981 dans certains quartiers de l'agglomération lyonnaise.

L'association est faite entre « problème de banlieue » et « problème d'immigration ». Il y a un problème dans le problème. C'est surtout au début des années 1990 qu'apparaît l'idée de ségrégation. Selon la gravité des événements, la société française va perpétuer une vision dramaturgique des banlieues sensibles à travers toute une imagerie de la violence, notamment des bandes juvéniles. Pour approfondir ce thème il a écrit un article²⁹ sur la relation à leur quartier, des adolescents des cités. Il souligne l'importance sociologique de la notion de territoire en ce qu'elle constitue une dimension essentielle des identités. L'auteur montre l'existence d'une logique d'attachement et d'identification au quartier, ce dernier constituant pour ces adolescents un lieu de sociabilité et de solidarité.

Au XXème siècle la question d'exclusion a été remplacée dans les débats publics par la question d'insécurité conduisant à une stigmatisation accrue de la jeunesse des quartiers. Selon ce chercheur, les problèmes des banlieues sont maintenant des problèmes d'ordre public dans le sens policier du terme.

1.1.4 Représentations médiatiques au sein des quartiers populaires.

Quant aux représentations médiatiques au sein des quartiers populaires, nous allons présenter le livre intitulé *La petite cité dans la prairie*³⁰. C'est un récit « de l'intérieur », écrit par un jeune francilien d'origine marocaine qui veut s'en sortir et qui trouve sa voie entre la boxe, la presse magazine et la culture Hip-Hop. Rashid SANTAKI, praticien de boxe anglaise et thaïlandaise, raconte son parcours de jeune de banlieue. Le livre est une

²⁸ AVENEL Cyprien. *Sociologie des « quartiers sensibles »*. Paris : Armand Colin, 2007.

²⁹ AVENEL Cyprien. *Les adolescents et leur cité, dans les « quartiers »*. Revue *Enfance & Psy*, 2006, n° 33, p. 124-139.

³⁰ SANTAKI Rashid. *La petite cité dans la prairie*. Paris : Le Bord de l'eau, 2008.

sorte de carnet de bord où l'auteur note ce qu'il fait et qui il fréquente, décrivant les transformations de son réseau social. C'est ainsi que SANTAKI sort de la banlieue pour devenir responsable d'une revue de culture Hip-Hop distribuée d'abord dans son quartier puis pour la mettre en place dans le système national, son rêve. Lui, producteur d'un média écrit, nous montre la réussite du magazine « 5styles ». Ce livre est l'histoire d'un des « enfants de la télé » des années 80. Il commence à raconter la manière dont il a été « influencé » par des émissions comme Achipé Achopé, ou les séries Starsky et Hutch, Arnold et Willy, Punky Brewster. En plus de ces médiatisations il a aussi découvert la musique Funk, New Jack et Rap.

Enfin, Julie SEDEL³¹ a réalisé une recherche en banlieue parisienne sur la base de deux dimensions. En premier lieu, il s'agit des discours et pratiques journalistiques sur la banlieue ; en second lieu, des stratégies des sources d'information pour peser sur les représentations, présentées par les médias. Elle retrace tout d'abord l'évolution du traitement journalistique des quartiers populaires de la périphérie des villes. Ainsi, elle analyse les façons dont « la banlieue » est caractérisée et stigmatisée.

Pour approfondir cela, Julie SEDEL analyse les transformations du fonctionnement journalistique à travers la façon dont les journalistes travaillent dans les quartiers paupérisés, en fonction des services auxquels ils sont assignés. Elle interprète aussi les divergences de modes de traitement de ces informations. Pour finir, SEDEL essaie de comprendre de quelle manière les sources officielles agissent sur l'événement journalistique, notamment dans la diffusion des informations ou bien le contrôle des journalistes qui ont accès aux terrains. Elle consacre une partie de ses analyses à la façon dont les acteurs sociaux, dans les quartiers populaires, réagissent au traitement journalistique.

Cette sociologue analyse certains indices sur la bonne ou la mauvaise image que les médias transmettent sur les jeunes dans ces quartiers. Les jeunes « banlieusards », comme elle les appelle, ont la crainte de leur image médiatique et cela confirme « l'idée que la violence symbolique s'institue par l'intermédiaire de ces médias qui créent des stéréotypes ou qui les renforcent, voire les définissent »³². Ce jeune, pour une défense d'honneur et de territoire, agit contre le journalisme subjectif. Cela nous amène à

³¹ SEDEL Julie. *Les médias et la banlieue*. Paris : INA/Le Bord de l'eau, 2009.

³² SEDEL Julie. Op. Cit., p. 48.

réfléchir sur la place que les médias traditionnels ont au sein des quartiers et de quelle manière la médiatisation de ces quartiers conduit à « mettre en scène » une certaine représentation de ces quartiers, parfois fictive.

Pour comprendre plus profondément le fonctionnement des quartiers populaires il faudrait présenter un des points principaux pour développer cette thèse : l'identité. Ces quartiers, comme nous venons de le voir, subissent de profonds bouleversements sociaux, culturels et économiques dans notre monde contemporain. Il nous semble essentiel de développer les rapports des quartiers populaires et la construction identitaire ainsi que ses vecteurs. La multiplicité des médias dans nos sociétés, à laquelle n'échappent pas ces quartiers, laisse apparaître de nombreuses questions sur les nouvelles appropriations de ces médias. L'identité, au cœur des questionnements juvéniles, a besoin d'être abordée au sein de ces quartiers, ce que nous développerons dans la suite de cette thèse.

1.2 Identités et flux communicationnels à l'ère de la mondialisation.

Il existe un ensemble de concepts de toutes disciplines pour définir l'identité. L'identité est un concept qui s'est développé à partir de plusieurs points de vue. Certains philosophes, comme Ernest RENAN, soutiennent que la construction identitaire d'une nation a besoin de doses considérables d'amnésie et d'ignorance, délibérée ou non, du passé. Il ajoute aussi que « la nation, comme l'individu, est l'aboutissement d'un long passé d'efforts, de sacrifices et de dévouements »³³. Le comportement funèbre et sacrificiel de cet individu et de la nation, selon Ernest RENAN, changera dans le temps et prendra une nouvelle facette.

D'un autre point de vue, pour l'anthropologie, dans le cas de Clifford GEERTZ c'est « l'ensemble des symboles, sa codification, sa décodification et son interprétation qui encadrent la façon de mettre en relation des individus et des collectivités se traduisant en pratiques »³⁴. Ces pratiques, qu'elles soient institutionnelles, rituelles, idéologiques, politiques ou culturelles, délimitent et caractérisent chaque groupe.

³³ RENAN Ernest. *Qu'est-ce qu'une nation ? 11 mars 1882, Paris* [en ligne]. Lisieux : Bibliothèque Municipale de Lisieux, 1997, chapitre 3. Disponible sur : <http://www.bmlisieux.com/archives/nation01.htm> (consulté le 10 mars 2007).

³⁴ GEERTZ Clifford. *La interpretación de las culturas*. Barcelona : Gedisa, 1997, p. 30, traduction personnelle.

Pour comprendre le concept d'identité, il nous semble important de commencer par réexaminer ce terme. En effet, nous allons essayer de faire un court récapitulatif du concept d'identité nationale proposé par Tzvetan TODOROV³⁵. Il nous renvoie à deux schémas possibles d'interprétation. Le premier schéma est la notion de culture nationale, concept instauré par la Révolution Française comme complément de la République Libérale. Il sert à légitimer les pouvoirs publics. Il délimite les marges comprenant l'idée de Nation comme une communauté de langue, un territoire, un système économique et une culture.

Il nous paraît intéressant aussi de signaler que la fameuse définition de Staline sur la Nation, critère accepté pour le marxisme pendant longtemps, est presque la même que celle de la République libérale, bourgeoise et euro-centrée. Richard YANN cite Staline et sa définition de la Nation comme « une communauté déterminée d'individus : cette communauté ne saurait être fondée sur l'idée de race ou sur celle d'appartenance tribale mais sur la tradition et l'histoire. Staline parle de « communauté d'hommes historiquement constituée »³⁶.

Le deuxième schéma d'interprétation mentionné par TODOROV est celui du patriotisme, compris comme le sentiment d'adhésion du citoyen, membre de cette République, aux causes de ses gouvernants (pour n'importe quelles causes).

En faisant un parallélisme avec notre époque, Manuel CASTELLS croit que l'émergence des nouveaux acteurs sociaux, dont le mouvement représente une résistance contre la mondialisation basée sur des éléments de forte empreinte identitaire, s'explique par une double exclusion. L'une est « une exclusion co-naturelle de la mondialisation : exclusion économique et culturelle ; l'autre est étroitement liée au fractionnement social et à la désarticulation de l'Etat-Nation »³⁷.

Mais on ne croit pas que les phénomènes cités englobent l'affaiblissement, ou pire encore, la disparition des identités. Il convient plutôt d'ajouter qu'on pourrait discuter d'autres identités nouvelles dans les processus de globalisation, par exemple, des

³⁵ TODOROV Tzvetan. *Nous et les autres. La réflexion française sur la diversité humaine*. Paris : Seuil, 1989, p. 317-330.

³⁶ RICHARD Yann. *La Biélorussie. Une géographie historique*. Paris : L'Harmattan, 2002, p. 75.

³⁷ CASTELLS Manuel. *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Madrid : Alianza, 1997, p. 43, traduction personnelle.

identités-projets (plus que des identités-résistances) qui se sont fortifiées pendant ces dernières années. Cela veut dire que ces identités-projets ne sont pas rigides. Ce sont des identités dynamiques, émergentes, dans lesquelles l'individu s'investit sur différents plans, notamment celui du social. De cette manière l'identité dite « nationale » peut se voir convoitée par les nouvelles émergences de phénomènes mondialisés. C'est ainsi qu'il nous faudrait introduire les nouvelles approches et dénominations de l'identité à l'ère de la mondialisation.

1.2.1 Pluralité identitaire.

Michel SEYMOUR parle d'un pluralisme identitaire. Cette position admet la possibilité de Nations dans la Nation. Des nations ethniques, culturelles et sociopolitiques dans la nation civique. Il ajoute à cela que les nations ethniques et les nations culturelles font partie d'une nation sociopolitique. Pourrait-on dire qu'il s'agit de diasporas contiguës dans la plupart des Nations ? Cela veut dire que l'on peut être lié à une communauté d'accueil par le territoire ainsi qu'à une communauté nationale contiguë sur un autre territoire. Il ajoute à cette liste des communautés immigrantes associées à une communauté d'accueil et à une communauté d'origine.

Pour lui « la reconnaissance d'une variété de nations est alors ce qui permet aussi de reconnaître le pluralisme identitaire. On peut être d'une nation dans une autre nation et avoir par conséquent plusieurs identités nationales. Pour certains, cela paraît étrange. Et pourtant, c'est le lot quotidien d'un immigrant qui est attaché à la fois à son pays d'origine et à sa communauté d'accueil »³⁸. La perplexité théorique à cause de la mondialisation, surtout sur la question de l'identité, a conduit à certaines déductions hâtives que la réalité s'est chargée d'expliquer presque dans l'immédiat. Il en tire la conclusion qu'on est devant l'éclipse des identités localisées et ceci est lié à une synonymie entre mondialisation et universalité. Manuel CASTELLS précise qu'il s'agit d'un processus de « construction de sens et d'un attribut culturel, ou un ensemble des attributs culturels, qui prennent la priorité sur le reste des sources de sens »³⁹. Il affirme que l'identité des acteurs sociaux se construit par personnalisation c'est-à-dire qu'elle est source de sens pour les

³⁸ SEYMOUR Michel. *Multiculturalisme, identité et nation*. Cahiers Virtuels du Département de Philosophie de l'Université de Montréal [en ligne], p. 7-8. Disponible sur : <http://www.philo.umontreal.ca/prof/documents/ShowLetter1.pdf> (consulté le 17 février 2006).

³⁹ CASTELLS Manuel. Op. Cit., p. 34.

acteurs eux-mêmes et par eux-mêmes. Il s'agit de répondre aux questions « par qui » et « pour quoi » se détermine le contenu symbolique de l'identité culturelle.

La possibilité de partager la façon de s'habiller, de regarder, de manger et de s'inscrire dans des échelles de valeurs uniformisées, entre en conflit avec les aspirations d'une « idéologie identitaire effective » qui promeut l'accès égal aux biens et droits. C'est peut-être de cette manière que certaines institutions d'ordre mondial, ou des états, ont commencé à prendre en compte les caractéristiques pluriculturelles, multilingues, les diversités culturelles des populations. Ces politiques essayent de répondre aux besoins, problèmes et transformations de ces populations. Néanmoins, il y a beaucoup de travail à faire sur ce sujet.

Ce n'est pas qu'à partir de la mondialisation que le thème identitaire connaît notoriété et vigueur. En fait, tout espace de convivialité, au-delà de la forme politique ou juridique qu'il adopte, est un espace de confrontation identitaire. Le repli identitaire fait que beaucoup d'auteurs ont des avis concordants sur deux attributions de la mondialisation en rapport avec les identités. Selon Pedro SUSZ⁴⁰, ce repli identitaire se divise de deux manières :

- d'une part la circulation, chaque fois plus intense, d'images, de symboles et de messages grâce aux médias ;

- d'autre part, les grands déplacements migratoires générés soit par un conflit guerrier, souvent marqués par une composante raciale, soit pour des motivations économiques, de groupes qui ne trouvent pas, dans leur propre territoire, les conditions minimales de subsistance digne. Ainsi ils sont poussés à les chercher ailleurs. Il peut aussi arriver que ce monde de rêve ne soit pas comme les gens ou les médias le dessinent.

A ce propos, un jour lors d'une promenade dans une des rues de ma ville en Bolivie, je suis tombée sur un graffiti plein d'humour qui disait : « Il y a un autre monde, mais il est trop cher », et peut être, de plus en plus inaccessible. Certainement, la difficulté pour définir l'identité dans ce contexte devient un paradoxe. Le contenu de cette parole nous parle de l'aspiration et de l'attitude humaine qui a un besoin urgent de reconnaissance et d'auto-reconnaissance.

⁴⁰ SUSZ Pedro, *La diversidad asediada. Escritos sobre culturas y mundialización*. La Paz : Plural, 2005, p. 130-134, traduction personnelle.

Ainsi, il semble important de citer que dans la philosophie de Saint AUGUSTIN, l'identité comprend en même temps le commun et l'indivisible (ce qui est lié aux sujets) comme le particulier et le propre (ce qui les distingue). Les peuples et les cultures définissent et construisent « les *nous* et les *autres* comme parties des processus historiques [...] logiquement il est impossible d'établir un principe d'identité sans établir en même temps un principe de différence »⁴¹. Quand l'individu cherche son identité il veut se reconnaître comme partie d'un grand ensemble, sans renoncer à son individualité. C'est ainsi que naît le dynamisme entre le *moi* et les *autres*, entre le *moi* et le *monde environnant*.

A ce propos, Néstor GARCIA CANCLINI affirme qu'il « n'existe pas d'identités fixes, permanentes, d'autrui, attachées à une essence éternelle, et ainsi exemptes des « contaminations » de l'extériorité »⁴². On fait alors référence à tout ce qui est extérieur à soi-même, comme autrui fait référence au collectif. Peut-être la question à se poser est-elle, non pas « qui suis-je ? » mais « qui suis-je, en relation avec les autres ? » C'est ainsi que la construction de l'identité passe toujours par la dimension collective, devenant ainsi un fait social. Donc, nous allons considérer l'identité dans cette recherche comme « une manière d'insertion dans le monde ».

1.2.2 Identité culturelle.

Il nous semble important de tenir compte des différents travaux qui se sont faits autour de l'identité culturelle. Cela nous aidera à nous situer dans les différentes conceptualisations de cette identité dans notre étude. Il s'agit principalement d'aborder la question de soi dans l'entourage et le dynamisme social.

L'anthropologie nous rappelle que l'identité ethnique d'un groupe, ou culturelle selon certains auteurs, ne dépend pas du contenu de sa culture. Elle dépend des limites sociales qui définissent les espaces de relations sociales à partir desquelles on définit l'appartenance à un groupe ethnique. Ce critère nous amène à réfléchir sur la permanente existence des habitudes et traditions des cultures et la façon dont elles réinventent et renouvellent le processus d'adaptation aux conditions changeantes de l'entourage.

⁴¹ SAINT AUGUSTIN. *Les confessions*. Paris : Flammarion, 2001, IX, livre 11^{ème}.

⁴² GARCIA CANCLINI Néstor. *Culturas híbridadas. Estratégias para entrar y salir de la modernidad*. Barcelona : Paidós, 2005, p. 85, traduction personnelle.

La culture est une production humaine, qui dépend des acteurs sociaux et de leurs interactions. Sur ce plan, la notion d'identité s'appuie sur une vision interactionniste. Elle ne peut pas être calculée comme quelque chose d'exact. Par exemple elle ne peut être ni calculée en fonction des « différences culturelles », ni comme un fait qui cède aux lois de quelque chose de consensuel. Elle doit être comprise comme une dynamique interpersonnelle émergente. Geneviève VINSONNEAU ajoute que « l'acteur social, aux prises avec les exigences de ses opérations identitaires, se confronte nécessairement à la question de l'altérité »⁴³.

C'est ainsi que ce rapport identité-altérité doit être au premier plan quand il s'agit d'expliquer des phénomènes identitaires. De cette manière, les processus qui alimentent l'identité peuvent être déchiffrables à partir du contexte social.

L'interaction est ici un élément définitif du développement culturel dans l'ensemble d'une société caractérisée par la diversité et la pluralité. Selon Pedro SUSZ⁴⁴ l'identité culturelle ne remplace pas un patrimoine culturel ni les résultats précédents de la culture. Elle représente une culture vivante, une activité présente et constante. En termes généraux, l'identité culturelle est considérée comme une forme de représentation sociale. Ces représentations sociales peuvent être considérées comme un ensemble de notions et d'actions qui servent de filtre pour la perception de soi-même et de la réalité. Elles fonctionnent comme un guide ou un principe des activités humaines.

Armand MATTELART⁴⁵, dans le débat sur la diversité culturelle, intègre le concept de culture défini par l'UNESCO comme « l'ensemble des traits distinctifs spirituels et matériels, intellectuels et affectifs, qui caractérisent une société ou un groupe social et englobe, les arts et les lettres, les modes de vie, les façons de vivre ensemble, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances »⁴⁶. La remarque indispensable ici est de mentionner qu'il n'y a pas de culture sans médiation et pas d'identité sans traduction. Cela veut dire que l'ensemble social resémantise, reterritorialise, et reconstruit les signes transnationaux. Armand MATTELART transpose ces mécanismes de la nouvelle société

⁴³ VINSONNEAU Geneviève. *L'identité culturelle*. Paris : Armand Colin, 2002, p. 12.

⁴⁴ SUSZ Pedro. Op.Cit., p. 156-157, traduction personnelle.

⁴⁵ MATTELART Armand. *La mondialisation de la communication*. Paris : PUF, 1996.

⁴⁶ UNESCO. *Culture* [en ligne]. Disponible sur : http://portal.unesco.org/culture/fr/ev.php-URL_ID=34321&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html (consulté le 6 octobre 2006)

dans une hypothèse basée sur la dimension dite globale qui participe à la reconfiguration des identités, à la construction de nouveaux imaginaires au sein du travail mental des gens.

En ce sens, cette « nouvelle » construction des identités culturelles montre aussi le côté imaginaire de la culture. Les hommes et les groupes essaient de ressembler aux imaginaires et créent ainsi des figurations. C'est-à-dire que les imaginaires jouent le rôle d'accélérateurs de changement. En s'imaginant, la société s'invente, change et prend de nouvelles directions.

1.2.3 Identités hybrides.

La proposition de Stuart HALL est de comprendre dynamiquement l'identité. Il ne la définit pas comme « préservation d'un passé essentiel mais comme une réinvention permanente du passé à partir du présent »⁴⁷. En ce sens, Stuart HALL essaie de rendre compte du fait que les cultures populaires, ethniques, diasporiques, pauvres, ont des systèmes de valeurs et des univers avec des sens propres. Dans la même ligne d'études culturelles, Néstor GARCIA CANCLINI⁴⁸ développe un concept par rapport à ce dynamisme. Il dit qu'au fur et au mesure que le monde s'interconnecte avec fluidité, les sédimentations identitaires organisées en ensembles historiques plus ou moins durables (ethnies, nations, classes), se restructurent en ensembles interethniques, transclassistes et transnationaux. Toutefois, ces identités hybrides sont aussi le fruit de manifestations et négociations. Elles ne sont pas, comme l'explique bien Néstor GARCIA CANCLINI, de « simples mélanges de structures ou de pratiques sociales peu spectaculaires, pures qui n'auraient aucun rapport entre elles et, en se combinant, donneraient naissance à des structures et pratiques nouvelles »⁴⁹. Ces identités naissent à tout moment, en se donnant pour tâche principale de ne pas « être uniques ». Le résultat est donc une identité multipolaire de caractère transversal. C'est ce qui nous intéresse ici : soulever l'intérêt de comprendre l'identité comme une source plurielle et métissée en quelque sorte.

Or, les diverses façons qu'ont les consommateurs et les citoyens de s'approprier des répertoires hétérogènes, des biens et des messages disponibles dans les circuits

⁴⁷ HALL Stuart. *Identités et cultures. Politiques des Cultural Studies*. Paris : Éditions Amsterdam, 2007, p. 15.

⁴⁸ GARCIA CANCLINI Néstor. *Op. Cit.*, p. 262.

⁴⁹ GARCIA CANCLINI Néstor. *Cultures hybrides et stratégies de communication*. In : OLLIVIER Bruno *Les identités collectives à l'heure de la mondialisation*. Paris : CNRS, 2009, p. 81.

transnationaux, génèrent de nouvelles formes de segmentation. Etudier les processus culturels est donc affirmer une identité autosuffisante, « il faut en connaître les différents aspects pour la situer au milieu de l'hétérogénéité et comprendre comment se produisent les hybridations, comment on remodèle plusieurs fois les circuits avec des frontières instables »⁵⁰.

Pour soutenir cette idée d'hybridation, Pedro SUSZ⁵¹ établit une différence entre identité physique et identité de représentation, toutes les deux valides pour les collectivités et les individus. L'identité s'inscrit dans le deuxième des cas puisque, au moment du changement de représentation de soi-même, l'individu et les groupes ne perdent pas leur identité physique. En effet, le problème se pose de nouveau pour le changement de représentation. Dans cet ordre des choses il existerait deux alternatives pour Pedro SUSZ :

- « l'une est le retour à une tradition propre, au refus du changement, au refuge dans l'inamovibilité, l'opposition à la rénovation des anciennes valeurs, à une répulsion pour la modernité [...],
- l'autre alternative est la recherche d'une nouvelle représentation de soi-même dans laquelle l'individu peut s'intégrer dans une collectivité et projeter ce qu'il veut être »⁵².

Les critères qui permettent de définir l'identité culturelle aujourd'hui ne sont pas suffisants pour établir si un sujet appartient à une culture. Ainsi, il est difficile d'identifier une seule cause en prenant en compte les éléments « observables » : langage, couleur de peau, façon de s'habiller, croyances, coutumes, etc. Aujourd'hui ces aspects révèlent peu sur la définition d'un sujet d'une certaine culture.

L'identité culturelle ne dépend pas seulement des valorisations externes, mais aussi de valorisations propres, de la conscience qu'on prend de soi-même. Une identité assignée sur la base des valorisations externes et assumée par le sujet, est moins significative que celle construite par lui-même. L'identité qui sert à vivre de manière intense le devenir de soi-même est celle qui résulte d'un processus auto-évaluatif et dépend, selon Xavier ALBO⁵³, d'une autodéfinition.

⁵⁰ GARCIA CANCLINI Néstor. Op. Cit., p. 148.

⁵¹ SUSZ Pedro. Op.Cit., p. 126.

⁵² SUSZ Pedro. Op.Cit., p. 126.

⁵³ ALBO Xavier. *Educar en la diferencia. Reforma educativa*. La Paz : UNICEF/CIPCA, 2002, p.15, traduction personnelle.

Dans cette ligne Toshiaki KOZAKAI, dans son essai sur l'intégration culturelle, a analysé deux conceptions de l'identité.

La première considère qu'il existe « au-delà des altérations accidentelles, une substance ou une essence qui demeure constante à travers le temps »⁵⁴. C'est ici que l'auteur soulève une perspective substantialiste où l'identité est localisée dans l'objet lui-même en tant que quelque chose d'essentiel.

La deuxième conception réfute l'existence d'une telle « substance permanente et transcendante et considère qu'en réalité aucun objet ne maintient son identité au sens strict lorsqu'un changement se produit »⁵⁵.

Pour cet auteur, le sujet ne doit pas être conçu de manière figée. Même si ce sujet est inséré dans une structure sociale et un contexte historique, son identité doit être comprise comme un phénomène ou événement intersubjectif. Cet événement est donc produit dans la relation entre trois termes : sujet, objet, autrui.

La conception structuraliste de l'identité culturelle de Geneviève VINSONNEAU nous donne d'autres pistes intéressantes pour concevoir la notion identitaire. Elle comprend les formations identitaires en réponses aux exigences situationnelles et relationnelles auxquelles le sujet-acteur fait face. Mais les matériaux dont elle parle varient et la manière de les utiliser aussi. L'identité pourrait être définie comme « une production infiniment variable, bien qu'elle serve uniformément les mêmes finalités : le positionnement de l'acteur sur la scène sociale, la construction et/ou la défense de ses limites dans la confrontation de l'altérité, la construction de l'unité à l'intérieur de ces limites, l'attribution et le sens du partage et des valeurs en deçà et au-delà des limites »⁵⁶.

Dans le présent travail nous voudrions comprendre l'identité comme un résultat d'une définition de soi. C'est-à-dire qu'elle implique un auto-concept, une compréhension de soi-même. Tout ceci dans les réseaux des relations où on existe : un vécu de soi-même par rapport au monde. Il n'est pas question de parler d'identité uniquement dans la différence, mais de la définir dans une hybridation où plusieurs facteurs jouent dans sa construction. Ces facteurs seront détaillés plus loin.

⁵⁴ KOZAKAI Toshiaki. *L'étranger, l'identité. Essai sur l'intégration culturelle*. Paris : Payot & Rivages, 2000, p. 84.

⁵⁵ KOZAKAI Toshiaki. *Idem*, p. 84.

⁵⁶ VINSONNEAU Geneviève. *Op.Cit.*, p. 7.

1.2.4 Stratégies identitaires.

La notion d'interculturel tend de plus en plus à remplacer celle d'acculturation pour laisser entendre que les rencontres interculturelles aboutissent de façon positive à de nouvelles formations, irréductibles à une simple juxtaposition ou à des arrangements éclectiques. Que ce soit au niveau ethnique ou national, des identités culturelles entrent en relation. La notion d'acculturation a été créée pour rendre compte des formes qui prennent conscience de cultures différentes au sein d'un même territoire. Selon REDFIELD, LINTON et HERSKOVITS, le terme acculturation met en évidence trois types de conséquences relatives au processus d'acculturation :

1) *l'adoption*, qui signifie qu'un des deux groupes admet la culture de l'autre selon un processus d'assimilation volontaire ; sinon la culture dominée continue à s'imprégner du comportement de ceux qui s'en réclament ;

2) *la combinaison*, processus à la suite duquel, de deux cultures en relation, naît une nouvelle culture. Celle-ci peut être soit une véritable synthèse, soit une configuration plus éclectique adaptable selon les situations ;

3) *la réaction*, qui résulte généralement de l'oppression ou des conséquences imprévues de l'adoption des traits étrangers.

De nouvelles normes sont créées, donnant naissance à de nouveaux codes culturels au cours de négociations identitaires. De même que l'accélération des échanges humains, comme nous l'avons déjà expliqué, la mondialisation de la communication occasionne, selon Geneviève VINSONNEAU « le foisonnement de situations culturellement hétérogènes, inédites et qui sollicitent de nouveaux dynamismes adaptatifs⁵⁷ ».

Pourtant, sans tomber dans une vision *optimiste* de l'identité, il faudrait peut-être mentionner les possibilités, pour certaines populations migrantes, de développer des « stratégies identitaires ». Celles-ci sont destinées à réduire les conflits sociaux et les souffrances psychiques de ces populations. Les stratégies identitaires sont particulièrement manifestes dans les situations d'hétérogénéité culturelle en un même lieu. D'une façon générale il s'agit de réduire l'écart entre le Monde et le Moi, ce dernier étant

⁵⁷ VINSONNEAU Geneviève, Op. Cit., p. 14-15.

appréhendé, « en l'espèce, comme un mouvement dialectique d'intégration de l'autre dans le même »⁵⁸.

Le moi se fabrique mais avec les autres, en compagnie des individus qui constituent son environnement. Pour Carmel CAMILLERI, le sujet « pris dans la relation sociale n'est pas « vide » : c'est même parce qu'il a un dynamisme propre qu'il interagit avec autrui selon des modalités complexes »⁵⁹. Ce souci de l'autre dans la constitution de soi correspond, selon Carmel CAMILLERI, à la dimension pragmatique de l'identité. Ces stratégies visent à assurer une unité cohérente du Moi autour d'une structure modifiée de représentations et de valeurs.

Hervé MARCHAL ajoute à ces propos qu'à partir du moment où la valeur personnelle de l'individu est mise en cause, de multiples stratégies peuvent apparaître. Quand il se retrouve face à des contradictions entre « des prescriptions, les unes provenant de la culture d'accueil, les autres de la culture d'origine, là aussi des stratégies sont possibles : s'isoler dans l'une ou l'autre identité culturelle, marier de façon pragmatique les situations, ce qui suppose une alternance successive des codes tout en se gardant de les confronter entre eux »⁶⁰. L'approche des stratégies identitaires peut servir à comprendre comment les individus, dans une situation d'interculturalité, esquivent d'une manière ou d'une autre, les obstacles susceptibles de provoquer des souffrances psychiques. Même s'il n'existe pas de situation d'interculturalité proprement dite selon Vincent DE GAULEJAC, qui engendrerait des problèmes d'identité, il mentionne « que la mobilité sociale à l'intérieur même d'une société peut aussi générer des souffrances psychiques prenant la forme de conflits d'identité »⁶¹.

Nous retenons deux fonctions fondamentales des stratégies identitaires :

1) la fonction intégratrice de l'identité : les individus montrent qu'une des motivations les plus puissantes dans leur comportement identitaire est de « préserver le Moi en tant qu'unité intégrée ou « Self »⁶². Tous les problèmes que ce Moi va affronter

⁵⁸ CAMILLERI Carmel, KATERSZTEIN Joseph, LIPIANZSKY Edmond Marc et alii. *Stratégies identitaires*. Paris : PUF, 1990, p. 86.

⁵⁹ CAMILLERI Carmel, KATERSZTEIN Joseph, LIPIANZSKY Edmond Marc et alii. Idem, p. 87.

⁶⁰ MARCHAL Hervé. *L'identité en question*. Paris : Ellipses, 2006, p. 103-104.

⁶¹ DE GAULEJAC Vincent. *La névrose de classe*. Paris : Hommes et Groupes, 1987, cité par MARCHAL Hervé. Op. Cit., p. 104.

⁶² CAMILLERI Carmel, KATERSZTEIN Joseph, LIPIANZSKY Edmond Marc et alii. Op. Cit., p. 214.

(sentiment de rupture, d'incohérence, d'éclatement, d'agression) vont atteindre son unicité, alors l'individu met en place des stratégies qui visent à lui faire retrouver une « identité synthétique »⁶³.

2) l'adaptation de l'individu à une situation relationnelle donnée : cette capacité adaptative et plastique devrait permettre de trouver une « place psychologique et sociale admissible pour lui, que les autres vont confirmer ou rejeter. C'est la fonction adaptative qui détermine une recherche d'identité « syncrétique » »⁶⁴.

Les stratégies identitaires se créent ainsi en termes de supports identitaires susceptibles d'entrer dans la composition de soi. Ces stratégies permettent de créer un dynamisme qui confirme une trajectoire personnelle, ainsi elles deviennent tactiques de reconnaissance dans l'interaction sociale quotidienne. Il nous paraît important de mentionner que ces stratégies identitaires ont été bien placées pour l'analyse de publics mixtes issus de la migration. Pour notre travail, ce qu'il faut retenir de ces affirmations est le « jeu » interactif de l'atmosphère sociale qui peut exercer une « influence » considérable, voire essentielle, sur les choix identitaires. Nous remarquons ainsi que dans notre objet de recherche (jeunes des quartiers populaires) existe une histoire migrante du passé. Même si nous ne nous référons pas aux concepts de l'immigration dans cette recherche, nous devons comprendre ce facteur inhérent à ces quartiers. Notamment le rapport avec la culture et le pays d'origine qui ont une emprise sur la détermination des stratégies identitaires, constructions identitaires et le paysage médiatique ou médiascape.

1.3 Identités, communication et médias.

Pour aborder l'identité d'un point de vue communicationnel, nous allons développer différentes orientations dans le binôme communication/identités. Sachant que peu de travaux scientifiques ont été réalisés autour de cette problématique, nous voudrions donner certains indices qui peuvent définir l'identité, la communication et les médias au sein de notre recherche. Dans ce sens, Néstor GARCIA CANCLINI affirme que l'identité est une construction qui se raconte (cf. RICOEUR Paul)⁶⁵. Elle peut s'établir à partir des

⁶³ CAMILLERI Carmel, KATERSZTEIN Joseph, LIPIANZSKY Edmond Marc et alii. Idem., p. 214.

⁶⁴ CAMILLERI Carmel, KATERSZTEIN Joseph, LIPIANZSKY Edmond Marc et alii. Idem., p. 214.

⁶⁵ RICOEUR Paul. *Temps et récit. La configuration dans le récit de fiction*. Tome II. Paris : Le Seuil, 1991.

événements fondateurs qui se réfèrent à l'appropriation d'un territoire par un peuple ou l'indépendance d'un autre. C'est de cette manière que les habitants défendent leur territoire, ordonnent leurs conflits et établissent des modes légitimes de vie dans cet espace. De cette manière ils se différencient des autres. Les livres, les discours politiques, les musées et plus tard la presse, ont été pendant longtemps les dispositifs avec lesquels ces peuples formulaient leur identité. Ainsi, chaque Nation s'est consacrée à sa rhétorique narrative.

La radio et le cinéma ont contribué, dans la première moitié du vingtième siècle, à organiser les récits de l'identité et le sens urbain dans les différentes sociétés. Ils ont ainsi ajouté aux épopées des héros et aux grands événements collectifs, la chronique des péripéties quotidiennes : les habitudes et les goûts communs, les façons de parler et de s'habiller qui différenciaient les uns des autres. La communication par radio a permis que les groupes de diverses régions d'un même pays, auparavant déconnectés, puissent se reconnaître dans une même Nation. Les informations commençaient à relier des zones éloignées les unes des autres. De même les films montraient aux masses la manière de vivre dans un autre pays. Ces films proposaient « de nouvelles synthèses de l'identité nationale en transformation »⁶⁶.

Avec l'arrivée de la télévision dans les différentes sociétés, les médias ont commencé à structurer l'imaginaire d'une modernisation du développement. Les médias de masse étaient agents d'innovations technologiques. Ils ont rendu sensible l'usage d'appareils électroniques dans la vie domestique, et ainsi ils nous libéraient pour d'autres coutumes plus cosmopolites. Pour Bruno OLLIVIER « aucune technique, à elle seule, ne peut transformer les formes d'identités des hommes, leur sentiments d'appartenance, si les hommes eux-mêmes ne s'approprient pas l'objet technique pour se transmettre entre eux ce qu'ils pensent avoir en commun ou ce qu'ils pensent que les membres d'un groupe doivent avoir en commun »⁶⁷.

De ce fait, ce développement des médias a été prédominant dans les grandes villes et coïncidait avec une idéologie du développement économique. Mais toute cette

⁶⁶ GARCIA CANCLINI Néstor. *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Barcelona : Grijalbo, 2001, p. 6, traduction personnelle.

⁶⁷ OLLIVIER Bruno. *Identité et identification. Sens, mots et techniques*. Paris : Hermès-Lavoisier, 2007, p. 34.

hégémonie a commencé à s'effondrer aux alentours des années 80. L'ouverture de l'économie de chaque pays aux marchés globaux et aux processus d'intégration régionale a réduit le rôle des cultures nationales. La transnationalisation des technologies et de la commercialisation des biens culturels diminuait l'importance des référents traditionnels d'identité. Dans ces réseaux globalisés commencent donc à s'établir de nouveaux types de production et de circulation symbolique en établissant des tendances, des styles de modes, des arts, des nombreux messages publicitaires, etc.

Mais où réside l'identité ? Avec quels moyens produit-on l'identité ? Comment se renouvelle-t-elle avec l'essor des médias ? Pour répondre à ces questionnements nous allons essayer d'introduire les phénomènes actuels en relation avec la communication et l'identité, notamment chez la population jeune des quartiers populaires, étudiée dans cette thèse.

1.3.1 Identités, jeunes et médias.

Quelques études en Sciences de l'Information et de la Communication se sont concentrées sur l'influence des médias sur les identités. David LE BRETON par exemple, introduit dans son livre *Cultures adolescentes entre turbulences et construction de soi*, la nécessité que les adolescents ont d'inventer leurs croyances, leurs valeurs et leurs signes d'orientation. Il justifie cette nécessité par un manque de traditions, de chemins tracés ou d'idéologies qui donneraient sens à leurs vies. Il souligne également que la culture adolescente connaît de multiples déclinaisons dans leur vie quotidienne «passions des émissions de télé-réalité, du portable, des forums Internet, du blog, de l'image, du hip-hop [...] les chaînes câblées destinées à un public adolescent sont nombreuses, investies par les annonceurs qui savent rencontrer là une population captive et captivée, d'emblée acquise à leurs valeurs et leurs produits »⁶⁸.

Nous pouvons comprendre que les médias, pour certains auteurs, sont encore vus comme des symboles de diabolisation. On peut être d'accord avec le fait que les médias jouent un rôle important mais pas forcément « influent » sur leur vie et vécu quotidien. Dominique PASQUIER ajoute qu'il existe une crise de la transmission culturelle chez les jeunes. Cette crise se voit confortée par l'affluence des pratiques médiatiques des jeunes

⁶⁸ LE BRETON David. *Cultures adolescents. Entre turbulence et construction de soi*. Paris : Autrement, 2008, p. 9.

lycéens. L'école et la famille ont perdu leur force de légitimation culturelle. A partir de son enquête, Dominique PASQUIER assume que « les médias, en particulier la télévision et la radio, constituent pour les jeunes des ressources majeures pour maintenir le contact avec ceux qui produisent les codes, notamment dans le secteur musical [...]»⁶⁹.

Pour d'autres auteurs comme Dominique WOLTON, les nouvelles technologies de communication et les médias en général, constituent une présence technique au sein de nos sociétés. Mais ce statut ne dépend pas seulement de la technique mais aussi des dimensions culturelles et sociales. Pour cet auteur, les Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) ne sont pour le moment ni la condition, ni l'avant-garde de la communication actuelle et de demain. Il ajoute que ces technologies « sont l'autre face, le complément des médias de masse, par rapport au modèle de la société individualiste de masse. Les premiers insistent sur la dimension individuelle, les secondes sur la dimension collective⁷⁰ ». Dominique WOLTON⁷¹ analyse les médias et les nouvelles technologies à partir d'une perspective mixte. Il mentionne qu'il ne faudrait pas *techniciser* la communication ou la *socialiser*.

Ce serait une vision matérialiste, assez « médiologiste »⁷², de la communication. Il mentionne aussi que la vision culturelle privilégie, au contraire, l'importance des modèles sociaux et culturels. Pour notre recherche qui s'insère dans les Sciences de l'Information et de la Communication, il s'agit de trouver la juste mesure qu'on peut établir entre les approches techniques de la communication et la communication sociale.

Ainsi, nous voudrions remarquer que les médias se trouvent dans un espace, un temps et des mobilités très changeants, notamment chez le jeune. Ce jeune également,

⁶⁹ PASQUIER Dominique. Op. Cit., p. 160.

⁷⁰ WOLTON Dominique. *Internet et après ? Une théorie critique des nouveaux médias*. Manhecourt : Flammarion, 2000, p. 195.

⁷¹ WOLTON Dominique. Idem., p. 149-150.

⁷² DEBRAY Régis. *Qu'est-ce que la médiologie ?* Le Monde diplomatique [en ligne].1999, Archives, p. 32. Disponible sur : <http://www.monde-diplomatique.fr/1999/08/DEBRAY/12314> (consulté le 20 mars 2007).

La « médiologie » est un néologisme qui a été travaillé par Régis DEBRAY. La médiologie est avant tout une méthode d'analyse, pour comprendre le transfert dans la durée d'une information (il s'agit pour lui « en première approximation, d'analyser les « fonctions sociales supérieures » (religion, idéologie, art, politique) dans leurs rapports avec les moyens et milieux de transmission et de transport. Le point sensible, et le centre de gravité de la réflexion, est l'entre-deux. C'est la zone encore floue des interactions technique-culture, ou des interférences entre nos techniques de mémorisation, transmission et déplacement, d'une part, et nos modes de croyance, de pensée et d'organisation, d'autre part ».

changeant, mobile, avec une temporalité propre, s'appropriant un espace, essaie de se retrouver dans le système des mass-médias. Il expérimente une émancipation propre et authentique à l'égard de ces médias. Il est donc nécessaire de repenser le concept d'identité à l'égard des médias et de la communication, pas seulement comme un ensemble de données ou caractéristiques dont l'origine est dans le passé. Elle doit être comprise comme une construction dynamique qui se produit dans le croisement entre de multiples interpellations qui proviennent de divers espaces et temporalités.

En ce sens, il est pertinent d'aborder la notion d'identité que Jesús MARTIN BARBERO a développée : il fait référence à l'action d'une personne ou d'un groupe pour construire une catégorie de reconnaissance. Les jeunes construisent des identifications dans un dialogue complexe entre la culture scolaire, médiatique, familiale, groupe de pairs, etc. Tout cela détermine la perception que les jeunes ont de la réalité et bien évidemment d'eux-mêmes. Le résultat du dialogue entre les différents espaces qui donnent sens à leur identification peut être la constitution de subjectivités qui tendent au conformisme, à la reproduction d'idées et pratiques existantes. Mais dans le cas contraire, on pourrait dire que ces subjectivités vont vers la critique et la transformation de ce qui est imposé à partir des relations non égalitaires des pouvoirs économique, social, culturel et politique.

Dans cette thèse, nous voudrions comprendre la communication comme une mise en commun de ce que les jeunes des quartiers populaires sont, font, pensent et rêvent. En effet, les pratiques communicationnelles acquièrent un rôle-clef dans les processus de constitution des identités. Cependant, en tant que pratiques communicationnelles elles permettent de mettre en jeu expériences, intérêts, savoirs, représentations et visions du monde. A partir de cette perspective, la communication constitue une pratique qui peut contribuer à la structuration du cadre d'inégalités et d'exclusion qui opère comme principe d'organisation sociale. Le point de départ dans les prochaines lignes, sera d'expliquer comment les identités jeunes se structurent dans un monde mondialisé et globalisé. Nous allons ainsi développer notre problématique. L'apport théorique qui suit va alimenter le positionnement des identités jeunes et leur rapport à l'espace médiatique quotidien ou médiandscape. Nous allons essayer de comprendre la part des médias dans les enjeux identitaires pour ensuite se concentrer sur la part de l'individu comme producteur et créateur de médias.

1.3.2 Mondialisation et déterritorialisation.

La thèse de la déterritorialisation comme partie de la contemporanéité mondialisée a trouvé, dans les analyses des questions identitaires et culturelles, quelques repères et données :

- l'expansion de l'influence des médias,
- la rupture des limites dans le flux des informations,
- les programmations qui permettent un rapprochement instantané des informations post-facto.

John TOMLINSON, entre autres, a mis ces éléments au centre de son argumentation sur la globalisation de la modernité. Regardons : « La toile de jugement dans tous ces exemples est la transformation de la manière courante d'éprouver notre existence culturelle qui apporte des influences mondialisées, des expériences et des visions au sein de notre vision globale du monde, presque cosmique, localement située. Les informations des médias apportent des conflits éloignés dans l'intimité de nos salons. Des saveurs exotiques se mélangent de manière courante avec notre vie domestique. Nos craintes pour la sécurité et la santé de nos familles s'insèrent dans le cadre d'éventualités globales»⁷³. Mais nous pouvons ajouter à tout cela un exemple plus consistant de déterritorialisation, précisément la croissance à l'intérieur de la vie culturelle, de la forme institutionnelle moderne de l'identité.

Nous voyons que la problématique peut se trouver au carrefour de deux concepts distincts pour focaliser sur le même phénomène. On ne peut pas nier l'amplitude de notre perception du monde produite par le développement des médias et son « influence ». Pour autant, on ne peut pas nier l'incrémentation, l'augmentation des opportunités ou des choix d'information. Au lieu de connaître dans les journaux du lendemain les résultats d'un match d'un mondial de football, nous avons la possibilité oculaire - même si c'est de manière virtuelle - d'être dans l'événement lors de son déroulement. C'est aussi vrai qu'au lieu de nous imaginer les coutumes d'une culture religieuse en Inde à travers les photographies du National Geographic, nous avons l'opportunité de « nous approcher », du quotidien de cette culture, en couleurs, avec mouvement et son en direct. Mais il ne

⁷³ TOMLINSON John. *Globalization and culture*. Cambridge : Polity Press, 1999, p. 17, traduction personnelle.

faut pas en déduire que l'endroit d'où on nous montre ces informations est un lieu imprécis.

Tous ces segments de la réalité mondialisée louvoient entre une distance qui peut nous précipiter dans l'ignorance des lieux et la concentration du pouvoir de contrôle, parfaitement localisés. Également, entre la sélection des parties de la réalité présentées, et finalement, la façon de les interpréter dans notre contexte et situation particuliers. La fragmentation médiatique de l'entourage et sa banalisation, à partir de la juxtaposition dans un flux, nous amène à avoir différents positionnements. Par exemple, on peut avoir accès aux informations sur les conflits à Gaza ou au transfert multimillionnaire de joueurs de football qui, en même temps, sont protagonistes d'un spot publicitaire récent. Cette fragmentation est l'autre visage de la croissante centralité où la mosaïque, vision éclatée, et la vision sur l'ensemble, trouvent leur origine.

C'est pour ceci que la vision sur la mondialisation de la modernité de John TOMLINSON est, nous semble-t-il, un peu forcée et fictive. A moins de la comprendre comme une expansion *urbi et orbi* de la forme d'expansion présente du capitalisme avec sa tendance à imposer son modèle, sa pensée et son image uniques. La démocratisation interculturelle n'est pas la même chose que la copie d'un modèle hégémonique de conduites, d'habitudes et de procédures. Il nous faudrait comprendre de quelle manière les fragmentations médiatiques jouent dans la propre et authentique consommation des médias. Actuellement les jeunes se voient confrontés à une panoplie d'images, sons, du tout visuel. Ces jeunes acquièrent des repères médiatiques qui se trouvent partout : dans la ville, la télévision, les revues, Internet, l'école, etc. Ce monde du médiascape et de la communication en général devient un lieu stratégique, dans lequel la maîtrise du discours et de l'image, sont autant d'enjeux pour certains jeunes. C'est pourquoi nous pensons qu'avec l'essor des NTIC et leur utilisation il est nécessaire de comprendre comment les jeunes des quartiers populaires s'approprient ces médias dans un espace mondialisé et quelles sont leurs disséminations dans cet espace.

1.3.3 Le jeune disséminé dans le médiascape.

Aujourd'hui, la sensation de ce que le centre du pouvoir se révèle introuvable peut nourrir cette idée de la déterritorialisation du pouvoir. Ainsi, Nestor GARCIA CANCLINI exprime un propos très intéressant sur ce sujet : « pendant l'époque de l'impérialisme on

éprouvait le syndrome de David face à Goliath, mais on savait que le Goliath politique était, en partie, dans le capital propre du pays, et pour une autre partie à Washington ou à Londres. Le Goliath communicationnel était aussi à Hollywood et de même pour les autres »⁷⁴. Aujourd'hui, le jeune est partagé entre trente scénarii distincts, avec une ductilité agile permettant de glisser d'un pays à un autre, d'une culture à plusieurs, entre les réseaux d'un marché polymorphe.

Pour d'autres auteurs la réflexion sur la mondialisation part aussi d'une différence qui est cloîtrée dans les usages des moyens d'information. Dominique WOLTON mentionne par exemple que « l'accroissement d'informations ne rapproche pas forcément les points de vue et les cultures. Il est un appel à la politique pour que celle-ci puisse réduire les incompréhensions, les inégalités et les injustices rendues plus visibles par la mondialisation des flux d'information »⁷⁵.

En ce sens là, les usages médiatiques au sein des sociétés contemporaines ne sont plus « mac-luhaniennes »⁷⁶. C'est-à-dire que nous nous retrouvons peut-être en face de nouveaux consommateurs médiatiques principalement « hybrides » où l'hégémonie du pouvoir médiatique est mise en cause. Ce jeune, nouveau consommateur de mass-médias, se construit dans la mesure où il adopte ou non ces formes mass-médiatiques. Cette consommation constitue une partie de leurs ressources culturelles, mais elle semblerait ne pas être la ressource primaire.

Le jeune du quartier populaire vit, et nous l'affirmons, dans un espace mondialisé. Une des caractéristiques de la mondialisation, ceci dit sans aucune nuance de valeur, est l'intensification des flux culturels, qui a transformé le paysage (*scape*) qui se présente à notre vue. Cette transformation se développe continuellement sans nous donner la

⁷⁴ GARCIA CANCLINI Néstor. *Culturas Híbridas. Estratégias para entrar y salir de la modernidad*. Barcelona : Paidós, 2005, p. 24, traduction personnelle.

⁷⁵ WOLTON Dominique. *L'autre mondialisation : identité, culture et communication*. Paris : Flammarion, 2003, p. 109.

⁷⁶ MCLUHAN Marshall. *Pour comprendre les médias les prolongements technologiques de l'homme*. Paris : Le Seuil, 1977, p. 40-50.

Cet auteur s'est intéressé aux techniques modernes de diffusion et à leur incidence sur la société. Son analyse des médias, révolutionnaire pour l'époque, fait de lui l'un des grands penseurs du XXème siècle. Son « village global » consiste à être complètement informé par le biais de médias, et donc, nous serions forcément engagés dans ces problèmes en créant une sorte de « communauté médiatique mimétique ».

moindre chance de l'appréhender, sauf par les apparences. Selon le théoricien indien Arjun APPADURAI⁷⁷, ce monde en constant changement présente cinq composants :

- les *financescapes*, formés par les flux de circulation d'argent dans les circuits financiers,
- les *technoscapes*, flux de nouvelles technologies,
- les *médiascapes*, le flot d'images, d'informations et de nouveautés par les biais des canaux cybernétiques,
- les *ethnoscapes*, transformations imputables aux déplacements humains massifs d'un lieu à un autre sur la planète,
- les *idéescapes*, torrents d'idées qui circulent de façon désordonnée partout.

C'est sur ces cinq scènes qu'on établit les formes de liens de la diversité et de l'homogénéisation. Comme nous l'avons déjà évoqué, dans le cadre de cette recherche nous allons nous concentrer sur le médiascape. Ce néologisme nous sert à comprendre et situer les implications des médias au sein de notre population jeune. Pour Arjun APPADURAI, le médiascape indexe les possibilités électroniques de la production et de la diffusion, comme « les images du monde créées par ces médias »⁷⁸. Le médiascape fournit en quelque sorte les scénarii à travers lesquels nos expériences sont reconstruites et comprises. Mais nous voudrions situer ce médiascape dans les productions et pratiques médiatiques personnelles d'images et de sons que ces jeunes peuvent réaliser.

Pedro SUSZ mentionne qu'il manque un sixième *scape* dans le listing : celui de la mémoire. Il s'agit d'une absence significative, puisque « la mémoire est le sol dans lequel germent et poussent les identités »⁷⁹. Il doute de la possibilité de considérer une cartographie générique comme un instrument approprié pour la lecture des phénomènes culturels d'échange et de conflit. Si on comprend la cartographie comme le lieu à partir d'où on lit et on interprète les choses au-delà des transformations financières, technologiques, médiatiques et idéologiques, c'est juste à partir d'une cartographie localisée qu'on peut déchiffrer les réponses adéquates aux défis de la mondialisation. Arjun APPADURAI reprend le concept classique qui interprète « la modernité comme un

⁷⁷ APPADURAI Arjun. *Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation*. Paris : Payot & Rivages, 2005, p. 17.

⁷⁸ APPADURAI Arjun. *Op.Cit.*, p. 100.

⁷⁹ SUSZ Pedro. *Op.Cit.*, p. 361.

moment de rupture radicale entre le passé et le présent, entre la tradition et la modernité même »⁸⁰. A partir de là, il comprend la mondialisation comme une autre fracture, causée principalement par les médias et les mouvements migratoires. Cette fracture déplace l'accent de la construction des identités vers le travail de l'imagination, focalisé dans les médias, le milieu à partir duquel se forment ces identités tant individuelles que collectives.

Etant donné la multiplicité des formes qu'ils adoptent (le cinéma, la télévision, les téléphones mobiles, les ordinateurs) et la rapidité avec laquelle ils avancent et s'installent dans les routines de la vie quotidienne, « les moyens de communication électroniques fournissent ressources et matière primordiale pour faire de la construction de l'image du « moi », un projet social quotidien »⁸¹. Les prémisses s'avèrent un peu confuses, puisque la configuration identitaire du Moi a toujours été le résultat du travail quotidien de la relation avec l'environnement social et naturel. La question est aujourd'hui très différente parce que le processus est soumis à d'autres rythmes et aux influences d'un environnement dilaté en vertu du contact avec les médias.

1.4 L'imagination conditionnée et l'imaginaire du jeune.

Arjun APPADURAI élargit son propos dans la continuité d'une recherche où sa réflexion est centrée sur ce qu'il appelle la « globalisation d'en bas »⁸². Il s'intéresse aux causes des violences, de l'exclusion et des inégalités contre les musulmans de sa ville natale, Bombay, entre autres exemples. Il mentionne que « la vitesse et l'intensité avec lesquelles les éléments tant matériels qu'idéologiques circulent désormais à travers les frontières nationales ont créé un nouvel ordre d'incertitude dans la vie sociale »⁸³. Cette violence émane de petits groupes minoritaires, souvent opprimés, qui essaient de démontrer leur identité par la violence. Il s'agit ici d'une différence de degré - on ne se situe plus dans le quantitatif mais dans le qualitatif -, bien qu'il ne cesse pas d'être vrai que

⁸⁰ APPADURAI Arjun. *Idem.*, p. 108.

⁸¹ APPADURAI Arjun. *Idem.*, p. 107.

⁸² APPADURAI Arjun. *Géographie de la colère. La violence à l'âge de la globalisation*. Paris : Payot & Rivages. 2007, p. 189-191.

Cet auteur comprend la globalisation d'en bas, comme une sorte de rassemblement où les groupes minoritaires essaient de trouver leur partenaire mondial. C'est un exercice de construction des capacités qui fonctionne grâce aux échanges transnationaux entre fédérations depuis plus de dix ans. C'est qu'il a impliqué l'exploration et la construction de nouveaux partenaires avec des membres de gouvernements locaux, régionaux et étatiques dans différents pays du monde. Ces mouvements construisent de plus en plus le global, non pas par le langage général des problèmes, des droits ou des normes universelles, mais en prenant un par un chaque problème, chaque alliance, chaque victoire.

⁸³ APPADURAI Arjun. *Idem.*, p. 19.

l'extension de cette violence, au moment d'augmenter les influences, multiplie également les possibilités et les défis pour l'imagination.

Pour être plus précis, peut-être faut-il se positionner dans le concept paradoxal de «l'imagination conditionnée»? La présence des moyens électroniques confronte tous les jours le jeune téléspectateur, le jeune vidéo-spectateur, le jeune cybernaute et même le jeune auditeur radiophonique, avec des mondes distincts de son entourage immédiat. Les mondes proposés par les médias sont des mondes qui peuvent être interprétés comme mondes d'ailleurs. Au contraire, on peut argumenter que les chaînes télévisées comme National Geographic ou Arte ouvrent des connaissances à tous, en comprenant que «tous» fait référence à la population habilitée à accéder au «merveilleux monde» des communications électroniques.

Cette ouverture propose la connaissance quasi infinie des réalités humaines, géographiques et historiques. Mais il faut examiner le discours qui articule la présentation médiatique de la diversité. On voit que les images nous montrent des mondes très différents, des mondes «pré-modernes» aux civilisations développées. Cette constatation nous amène à une réflexion théorique en nous approchant de la réalité présente : «aux identités primaires et au sentiment d'appartenance immédiate se superposent d'autres identifications transversales avec des communautés imaginées, fondées sur l'accès aux médias»⁸⁴. C'est ainsi que commencent à se créer des segmentations entre ceux qui ont accès aux informations (TV câblée, Wii, Internet, consoles, blue-ray, etc.) et ceux qui forment un groupe différent, mais qui partagent le même territoire et sont marginalisés quant à cet accès. De ce fait, on ajoute aux segmentations traditionnelles - classe, sexe, culture - une autre segmentation qui est en rapport avec les médias. Ceci ajoute un facteur de collision identitaire, de conflits entre projets politiques distincts et perceptions du présent et du futur.

Les idées d'Arjun APPADURAI ont une vaste influence sur un courant d'interprétation. Les flux migratoires et médiatiques qui configurent les *scapes* déjà mentionnés (qui sont les produits des déchirures, des distorsions actuelles entre culture et économie), constituent de nouvelles sphères publiques, diasporiques, qui se situent au-

⁸⁴ APPADURAI Arjun. *Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation*. Paris : Payot & Rivages, 2005, p. 264.

dessus des sphères publiques nationales. Il s'agit, en tout cas, de « lieux virtuels ». Arjun APPADURAI les appelle : « communautés pour qui le lieu n'apporte pas de sens par lui-même ».

Il y a un auteur bolivien qui nous vient à l'esprit : Alfonso GUMUCIO DRAGON⁸⁵. Son propos était en relation avec l'émergence d'un « capitalisme du livre », phénomène qui, en vertu de l'apparition de la presse et de l'extension de l'alphabétisation, générerait l'existence de courants de lecteurs liés par certains imaginaires. Sans avoir une communication face à face, il fonde ces communautés autour des « mêmes lectures ». La ressemblance pourrait être faite en créant « le capitalisme de l'image », qui accélère et approfondit la construction des espaces imaginaires transitionnels par les « mêmes choses vues » ici ou ailleurs. Sans oublier qu'un jeune lui-même, peut créer son propre monde médiatique, imaginaire, imaginé, imagé. Toutefois, un jeune immigrant pauvre, peut connaître les séries françaises, américaines, sud-américaines et autres parce que dans son village il y avait une antenne parabolique et un écran géant dans un restaurant au coin d'une rue. Alors, on n'est pas si loin de son imaginaire et lui, pas si loin du nôtre.

1.4.1 La lutte pour la pensée.

Dans les imaginaires d'une société s'inscrit une vitesse technologique et scientifique qui a besoin d'une lecture éthique pour comprendre certaines transformations. Le développement des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) a fait qu'on commence à se questionner sur la fonction essentielle des sources d'information. Leur rôle est-il de connecter le récepteur avec le monde et son quotidien ou de le faire participer aux rituels du pouvoir ? Les médias construisent une réalité substitutive et définissent ce qui peut être vrai ou non.

En ce sens, il peut y avoir un régime « ontologique » pour caractériser le pouvoir des médias par rapport aux vérités consacrées - consacrées justement pour les médias - et

⁸⁵ GUMUCIO DRAGON Alfonso, été directeur de la CFSC (Communication for Social Change Consortium). Cette organisation a été fondée en 1997 comme une organisation à but non lucratif. La CFSC depuis sa fondation, travaillent pour la protection, la recherche, les publications, l'apprentissage et la formation pour améliorer la pratique de communication pour le développement et le changement social avec un accent spécial sur des approches participatives. Cela implique un dialogue entre le public et le privé menant à la prise de décisions d'une communauté avec une action collective menant au changement social à long terme. Plus d'information est disponible sur : <http://www.communicationforsocialchange.org/>

ainsi irréfutables. Le pouvoir créateur ou définissable de la réalité que possèdent les médias entraîne une conséquence au-delà de toutes rectifications. Par exemple, la photographie du cormoran englué dans le pétrole, pendant la guerre du Golfe, a été plus efficace que plusieurs explications. Une fois découverte la fausseté de la photo il n'a servi à rien de la réfuter. La vérité de l'information est ce que répètent les médias, indépendamment de quoi elle relève, son cadre ou sa manipulation. Le sujet de la représentation fidèle, véridique, de la réalité a une longue tradition.

Dans son *Novum Organum*⁸⁶, Francis BACON, philosophe anglais (1561-1626), mentionne quatre types d'idolâtries en relation avec les fausses notions, installées dans l'esprit de l'individu, qui bloquent l'accès à la vérité nue des choses.

- La première idolâtrie est appelée « idoles de la tribu » : elles définissent les limites, les préjugés de tout être humain dans sa possibilité de capter la réalité externe.

- La deuxième, « les idoles de la caverne », sont les limites personnelles dérivées de l'histoire personnelle de chacun, de son entourage, son éducation, ses lectures, ses références, etc.

- La troisième idolâtrie, « les idoles du forum », se placent dans la relation avec les autres et spécifiquement dans les accords de langage qui cachent la réalité au lieu de la découvrir.

- La quatrième, « les idoles du théâtre », sont engendrées par les mauvais philosophes et par les formes, fausses, d'interprétation et de démonstration.

En appliquant, sans beaucoup d'effort, ces catégories au présent, on pourrait considérer les médias comme producteurs d'au moins deux types d'idoles : les deux dernières, mentionnées par Francis BACON. Pourtant, dans la mesure où la réalité tend au croisement et à la complexité, les opportunités d'expérimenter certaines zones de réalité diminuent notablement. Ainsi, on peut accéder à ces zones par la médiation des médias. Ces derniers construisent, génèrent, induisent une image du monde. Il y a, en quelque sorte, une dépendance cognitive qui aggrave la responsabilité des médias.

⁸⁶ BACON Francis. *Novum Organum*. [en ligne] Nouv. Traduction en Français par LORQUET. Proœmium, Intauration Magna. Paris : L'Hachette, 1857, p.236. Disponible sur : <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k201287p.image.f3.langFR.pagination> (consulté le 21 décembre 2006).

Les idoles décrites par Francis BACON, nous ramènent à deux types de critiques. Une, radicale, qui veut éteindre la TV, c'est-à-dire, fuir les médias. L'autre, technocratique, qui veut comme solution, l'assimilation des médias, par exemple en modernisant l'éducation à travers des technologies pour les processus d'enseignement et d'apprentissage⁸⁷. Les deux positions coexistent dans notre réalité. Dans notre recherche nous allons nous concentrer sur un troisième volet, c'est-à-dire que nous allons considérer les médias et les nouvelles technologies comme des sources de production de soi. Ni la dénonciation stérile, ni les complaisances acritiques ne considèrent que les médias sont beaucoup plus que des « simples médias ». Il s'agit de comprendre les médias aussi bien comme des dispositifs technologiques, des langages, des métaphores, des scènes où se produit, se génère ou se perd le pouvoir. Ils sont aussi des médiations et médiateurs logiques, c'est-à-dire que de nos jours les NTIC génèrent une possibilité de création, de manifestation et d'expression de notre soi.

1.4.2 Les médias, enveloppe de soi ?

Les médias, pour certains auteurs, sont des instruments de contrôle et de recadrement social, mais aussi des dynamisants culturels et des sources de référents quotidiens. Il semblerait qu'ils jouent le rôle d'éducateurs parce qu'ils représentent la réalité et génèrent connaissance, autorité et parfois légitimation politique. Au-delà des effets de bien et de mal, certains auteurs considèrent que les médias exercent une influence variée chez leurs auditoires, qui concerne différents niveaux : affectifs, rationnels, axiologiques, psychomoteurs, informatifs, d'attitudes. Par exemple pour Daniel BOUGNOUX, les médias sont des espèces de fenêtres ouvertes sur soi-même. Il dit que « les informations pertinentes sont celles qui servent de points de contact avec le monde extérieur. Les euphémismes et les lieux communs fabriquent du consensus, de la confiance, de l'identité »⁸⁸. Pour cet auteur tout message est saturé de forces ou de visées pratiques : on ne peut pas ne pas être influencé.

En conséquence, les médias peuvent influencer dans différents domaines : celui de la réalité, celui de la fantaisie, celui du plaisir, celui de la responsabilité, celui du *faire* et

⁸⁷ OROZCO Guillermo. Escuela y TV : hacia una alianza por nuevos motivos. In : *Televisión y audiencias un enfoque cualitativo*. Madrid : Ediciones de la Torre/UIA, 1996, p. 159-178, traduction personnelle.

⁸⁸ BOUGNOUX Daniel. *La crise de la représentation*. Paris : La Découverte, 2006, p. 94.

du *penser*. Manuel CASTELLS⁸⁹ a suggéré que les médias ne sont pas en eux-mêmes un quatrième pouvoir, mais qu'ils peuvent, en effet, accumuler du pouvoir, être puissants et exercer ce pouvoir *contre* les audiences. C'est-à-dire que les médias pourraient nous influencer dans notre jugement par la manière dont ils nous diffusent les informations.

Cependant, les médias ne sont pas des êtres monolithiques. Leur influence, plus que par imposition violente, est effectuée subtilement, aussi bien par complicité, par absence d'autres mécanismes juridiques qui règlent et légifèrent leur fonctionnement dans les sociétés contemporaines que par l'absence d'autres médiateurs qui résistent à leur influence, comme l'école ou la famille, par le manque d'autres médiateurs et d'autres possibilités de la part des audiences, pour s'amuser pendant leur temps libre.

La complication des conditions matérielles de l'existence : pauvreté croissante, violence, trafic de drogues, insécurité, crises économiques, corruption, rendent difficile la possible consommation culturelle des autres activités (théâtre, cinéma, musées, expositions, festivals, etc.). Guillermo OROZCO signale qu'au lieu « d'être diversifié et de s'étendre, on vit de plus en plus un accueil vers une consommation médiatique, et en particulier, vers une « mono-consommation télévisuelle »⁹⁰.

Tout ceci explique l'omniprésence et la centralité acquises par les médias aujourd'hui. Mais paradoxalement les *limites* des médias sont leurs *audiences*, leurs *récepteurs*. Ce sont elles qui peuvent se mettre à leur service, au lieu d'être contre elles. Ce sont les audiences, les sociétés mêmes, qui ont la possibilité de mettre en pratique le pouvoir de contrôle des médias. Il y a une constante préoccupation par rapport à ces audiences. La question qui se pose est la suivante : que sont ces audiences au-delà des téléspectateurs, des auditeurs de radios ou des lecteurs anonymes ? Que sont-elles au-delà des données statistiques sur les *ratings*, horaires d'expositions aux médias, c'est-à-dire au-delà des ensembles abstraits d'attentes pour regarder, lire ou écouter ?

On a parlé beaucoup des audiences, mais on sait peu de choses sur elles. Il y a une urgence, une nécessité même, de continuer à approfondir la recherche sur les audiences.

⁸⁹ CASTELLS Manuel. Op. Cit., p. 34.

⁹⁰ OROZCO Guillermo. Audiencias, televisión y educación : una deconstrucción pedagógica de la «televidencia» y sus mediaciones. *Revista iberoamericana de educación* [en ligne]. 2001, n° 21. Disponible sur : <http://www.rieoei.org/rie27a07.htm> (consulté le 7 avril 2007), traduction personnelle.

Pour les agences de mesure et les entreprises commerciales des médias, les audiences sont des chiffres, des segments quantitatifs qui divisent la société par rapport à son exposition et sa préférence médiatique. D'un autre point de vue, pour les annonceurs, les audiences sont des consommateurs potentiels de produits et services publicitaires dans les médias.

On voit ainsi que l'audience a beaucoup de registres. Mais on ne comprend pas tous ses rôles multiples et ses médiations puisque « lorsqu'on est audience, on ne cesse pas d'être sujet social, historique et culturel »⁹¹. Il y a plusieurs critères de segmentations des audiences : l'âge, le sexe, le lieu de résidence, le niveau socioéconomique, la formation, et bien sûr, les préférences des programmes et les situations concrètes de réception. Selon Guillermo OROZCO, dans une perspective simplement humaine « on est tous des audiences. Avec nos résistances et envies de consommer ce qui est offert par les médias »⁹². Comme audiences nous sommes des sujets capables de prendre de la distance vis-à-vis des médias et leurs messages, mais aussi nous sommes des sujets anxieux de trouver en eux le spectaculaire et l'insolite, toutes les choses qui nous émeuvent, nous amusent et nous font sortir, pour quelques moments, de notre routine quotidienne. Dans une perspective communicationnelle, les audiences sont des sujets communicants capables de réaliser des lectures intelligentes, critiques et productives de tout ce que nous consommons comme média.

Le professeur uruguayen de communication et d'éducation Gabriel KAPLUN suggérerait qu'on est capable de « se connecter aux médias pour se débrancher du monde »⁹³. On est capable de se brancher à la télévision et à l'Internet pour se débrancher du monde et de se pendre au MP3 ou à l'Ipod pour s'isoler de l'entourage et rentrer dans une espèce d'autisme. La télévision, la publicité, la pression du groupe et l'accès au web sont des facteurs qui, dans un milieu urbain, déterminent la conformation d'une personnalité « médiée ».

⁹¹ MARTIN BARBERO Jesús. *Des médias aux médiations. Communication, culture, hégémonie*. Paris : CNRS, 2002, p. 46.

⁹² OROZCO Guillermo. *¿Espectadores o interlocutores? Desafío de los medios en el fin de milenio*. In : Conferencia inaugural de la cátedra Unesco de comunicación social, Bogotá, Universidad Pontificia Javeriana, 1996, traduction personnelle.

⁹³ KAPLUN Gabriel. La calle ancha de la comunicación latinoamericana. In : GUMUCIO Alfonso, TUFTE Thomas. *Antología de Comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas*. La Paz : Plural, 2008, p. 737, traduction personnelle.

Les audiences jeunes sont des sujets qui appartiennent à plusieurs institutions en même temps. Dans ces institutions ils acquièrent leurs identités et produisent du sens dans leurs pratiques. Ils sont capables de s'organiser, de réfuter, de se manifester publiquement, de défendre leurs droits à la communication. Pourtant, ils sont aussi capables de s'éloigner devant les contenus des médias. Ils ne sont pas réceptifs vides et passifs de ces messages. Les audiences jeunes sont des sujets culturels, c'est-à-dire qu'ils donnent du sens à leur production matérielle et symbolique. Ils reproduisent aussi sans questionner, les significations offertes par les médias. En tant que sujets, ces jeunes spectateurs, peuvent être actifs et hyperactifs. Ils construisent à partir de cette relation « média-jeune » un rapport proche mais aussi ils se dispersent dans la banalité.

On croit ainsi que ces audiences ne naissent pas par hasard. « Elles se construisent de différentes manières même si les plus reconnues sont celles qui sont sponsorisées par les médias : audiences passives, acritiques ou simplement spectatrices »⁹⁴. En plus, nous pourrions dire que les jeunes ne sont pas des audiences monolithiques. Selon plusieurs études, l'interaction que les audiences établissent avec les médias varie en fonction des moyens, des programmations, des relations entre différentes pratiques et faits socioculturels, comme c'est le cas pour notre recherche.

Cette constitution d'audiences se fait au travers de la réception et de l'interaction avec les médias. Mais aussi avec les *médiations* qui interviennent dans cette relation. C'est pour ces différentes audiences qu'il est difficile de donner sens et pertinence aux recherches. Mais c'est un défi pour essayer de comprendre mieux les processus de réception et des pratiques médiatiques au sein de nos sociétés. Avec ces concepts nous allons introduire la deuxième partie de ce cadre théorique qui exposera les rapports entre l'identité et la théorie des médiations, ainsi que les dimensions narratives et expressives de l'identité.

⁹⁴ OROZCO Guillermo. Audiencias, televisión y educación : una deconstrucción pedagógica de la «televidencia» y sus mediaciones. *Revista iberoamericana de educación* [en ligne]. 2001, n° 21. Disponible sur : <http://www.rieoei.org/rie27a07.htm> (consulté le 7 avril 2007), traduction personnelle.

CHAPITRE 2 : L'identité : enveloppe des médiations, narrations et expressions.

Dans ce chapitre il s'agit d'approfondir le sens de notre vision sur l'identité et sur la construction d'un soi. Nous allons présenter les dynamiques et systèmes que les jeunes peuvent construire avec l'utilisation des nouvelles technologies. A ce propos, la notion de « médiation », développée par le communicologue latino-américain Jesús MARTIN BARBERO, à laquelle nous ferons référence, est entre autres, l'une des bases théoriques de cette thèse. Nous exposons les points forts de cette notion et les relations que celle-ci peut avoir avec la « narration de soi » développée par le philosophe français Paul RICOEUR ainsi que « l'expressivisme » développé par Charles TAYLOR, philosophe québécois. Observant de plus près les relations de ces théories, nous trouvons une forte relation complémentaire qui s'avère fondamentale pour la compréhension des « manières de faire » de la culture jeune populaire.

Il est cependant des situations où les actions numériques et pratiques médiatiques se déploient naturellement au quotidien dans la vie sociale de ces quartiers. Nous exposons à partir de ces trois auteurs, la compréhension du produit médiatique comme une manifestation, une réalisation, une action. Ces manifestations médiatiques supposent ici une ouverture aux essences des choses, des sujets et d'expression. Nous questionnons dans ce chapitre l'expression médiatique qui se crée entre les individus. Comment rendre compte de cet espace commun que les jeunes partagent ? Quelles sont les médiations qui interviennent dans cet espace et les manières dont il est narré ? Voici donc les points et les relations les plus importants que nous traitons dans ce chapitre.

2.1 La médiation et l'identité.

Pour Jesús MARTIN BARBERO, il est impossible de penser la communication à partir d'une approche centrée sur les pôles, les oppositions et les simples antagonismes car il faut, au contraire, envisager la communication dans son processus. Ceci nous amène à réfléchir à la façon d'aborder les problèmes pour chercher une nouvelle orientation épistémologique. C'est la notion de médiation qui devient la clé principale pour dépasser la bipolarité ou la dichotomie entre production et consommation. L'accent est mis sur les mouvements, les dynamiques entre les logiques de production et celles des usages.

MARTIN BARBERO a défini les médiations comme les « lieux depuis lesquels on accorde du sens à la communication ». Il a défini ce concept en se basant sur les travaux de Antonio GRAMSCI et Paulo FREIRE. Pour lui le monde du travail, de la politique, de la production culturelle, sont des sources de médiation des processus communicatifs. Ce chercheur prétend renverser les termes de la théorie de la domination, en proposant de penser la communication à partir de la culture. Il nous invite à penser la domination « comme un processus de communication et non pas la communication comme processus de domination. [...] La communication est à la fois un processus social et un champ de bataille culturelle »⁹⁵. De cette manière, il essaie de comprendre la domination, la production, le travail, à partir des brèches de la consommation et du plaisir, et d'identifier les situations à partir des médiations et des sujets.

Ce décloisonnement entre les études sur les médias de masse et celles sur les pratiques culturelles fait de plus en plus appel à la notion de médiation. L'abandon des théories de la domination donne naissance à la théorie des médiations. Cette pensée s'enracine dans des contextes où les phénomènes de déterritorialisation des cultures révèlent de fortes intensités. Avec l'appui de cette théorie communicationnelle, nous pouvons penser à l'hétérogénéité culturelle et au caractère de plus en plus indécis des identités. Ces deux concepts sont étudiés sous l'angle de différents processus notamment sous l'angle des « décentrages » et des « déconstructions - reconstructions » qui les animent en permanence.

⁹⁵ MARTIN BARBERO Jesús. Op. Cit., p. 10.

La définition de la médiation est centrée ainsi sur l'articulation entre pratiques de communication et mouvements sociaux. La théorie des médiations réfute le média centrisme et son attention est portée au récepteur considéré comme un **acteur** et un **producteur** à part entière hors du sens du message médiatique. En effet, c'est le quotidien du producteur qui est l'espace primordial de la recherche en communication. Il s'agit ainsi d'envisager la communication à partir de la culture et de donner à la recherche en Sciences de l'Information et de la Communication une orientation centrée sur le quotidien. C'est dans le quotidien que le producteur acquiert une valeur historique pour comprendre la société.

Les médiations comprennent donc tous les éléments qui permettent de négocier le contenu d'un message en fonction de dimensions personnelles comme l'âge, le sexe, le fait d'habiter à la ville ou à la campagne, pour s'approprier le contenu du message. Jesús MARTIN BARBERO conçoit la médiation comme un espace où l'on peut observer et comprendre le lien production-réception. Les mêmes médias et leurs caractéristiques intrinsèques, les déterminations politiques et économiques, les logiques de production et transmission, les styles sont aussi des médiations. Ainsi, le récepteur-producteur fait partie du rôle des médiations. Elles sont toujours situées comme des membres d'une culture et de plusieurs communautés d'interprétation, comme des individus avec un développement spécifique, avec des répertoires, schémas mentaux et certaines ressources pour leur rôle social. Dans ce sens, la relation de l'identité avec les médiations est tout à fait le « résultat de la culture et non la source de la culture. On doit la situer à la fin du processus »⁹⁶.

2.1.1 Identités contemporaines en palimpseste.

La notion de palimpseste, de forte tradition rhétorique, a été formulée partiellement dans sa fonctionnalité littéraire par Gérard GENETTE en 1989. Il la définit comme « un parchemin dont on a gratté la première inscription pour en tracer une autre, qui ne la cache pas tout à fait, en sorte qu'on peut y lire, par transparence, l'ancien sous le nouveau »⁹⁷. Tous les textes montrent les échos d'un texte précédent, de cette façon toute écriture est toujours l'écho d'autres voix. Le palimpseste, en tant que construction discursive, se reconnaît comme hybride. Il lie simultanément deux temps, deux voix, deux contenus,

⁹⁶ HALL Stuart. Une perspective européenne sur l'hybridation. In : OLLIVIER Bruno. *Identités collectives à l'heure de la mondialisation*. Paris : Hermès-CNRS, 2009, p. 32.

⁹⁷ GENETTE Gérard. *Palimpsestes. La littérature au second degré*. Paris : Seuil, 1982, p. 16.

deux espaces et ainsi, deux cultures qui peuvent être très différentes. Le palimpseste rend compte de la tension entre ce qui est passé et ce qui est présent.

Pour Jesús MARTIN BARBERO, cette notion de palimpseste est utilisée comme un recours du langage pour désigner les temporalités sociales présentes dans les processus culturels. Il focalise particulièrement ce concept à partir de l'hégémonie des médias dans la construction des processus symboliques des sociétés. Pour lui, le palimpseste est aussi une manière de désigner les processus d'hétérogénéité présents dans la construction des identités sociales.

L'étude des espaces de médiation (le quartier, la famille, l'école entre autres) serait selon lui, l'unique manière de comprendre la construction des identités à partir de l'imbrication conflictuelle du massif. Ce qui est massif est une « nouvelle forme de sociabilité et pas une pure manipulation et aliénation »⁹⁸. En même temps, il remarque un entrecroisement de temporalités sociales et de genres sur lesquels se construisent les imaginaires dans les médias ; ce croisement est donc un palimpseste. Les médias sont perçus comme l'un des principaux espaces dans lesquels se construisent les identités. Selon cette vision, les médias apportent aux gens : groupes d'appartenances, reconnaissance, réflexions et échanges, c'est-à-dire que les sujets projettent leurs peurs, frustrations et rêves, dans leur quotidien affectif. Pour lui il est important de se libérer des manichéismes et de commencer à penser ce qui se passe dans les manières dont nous construisons nos identités.

Dans ce sens, nos sociétés actuelles sont en train de transformer la manière dont nous percevons l'identité elle-même, la manière dont elle se construit. Ces identités sont « profondément précaires, elles se font et défont à des rythmes distincts, elles sont moins unitaires, elles sont plurielles, faites de morceaux à partir de plusieurs référents, avec des niveaux temporels, gestes ataviques et ingrédients postmodernes »⁹⁹. Ces idées, autour du contenu des identités, sont celles qui servent de point de départ pour reprendre ce que signifient les palimpsestes. Dans son analyse des identités dans le temps de globalisation, cette notion est accompagnée de deux idées principales :

⁹⁸ MARTIN BARBERO Jesús. Op. Cit., p. 34.

⁹⁹ MARTIN BARBERO Jesús. Op.Cit., p. 47.

- 1) *des-ordenamiento* (désordonnement),
- 2) *des-centramiento cultural* (décentrage culturel).

La base théorique pour le processus du *des-ordenamiento* culturel est la notion de désenclavement d'Anthony GIDDENS. C'est-à-dire qu'il s'agit des transformations de nos propres perceptions du changement et la manière par laquelle nous nous habituons à percevoir l'espace et le temps. Avec l'expression de décentrage culturel, il renvoie à la forme désordonnée dans laquelle se perçoivent les objets culturels et la construction de la mosaïque faite des objets mobiles du temps et de l'espace. Ces processus de globalisation économique et technologique des médias et des réseaux électroniques, véhiculent une multi-culturalité qui fait exploser les référents traditionnels de l'identité. Dans ces processus les sujets construisent leur identité avec des amalgames d'univers culturels, de temporalités flexibles et de référents culturels moins stables. Ainsi, pour Jesús MARTIN BARBERO les notions du temps, espace, histoire, communauté se sont transformées par la « dynamique que les acteurs impriment aux divers processus de globalisation et par les nouvelles manières de construire leur sociabilité »¹⁰⁰.

Mais on ressent de plus en plus dans certains espaces sociaux, notamment dans les cultures régionales et locales, le besoin de construire son image et narrer son histoire. Dans ce sens, on est peut-être devant des identités non homogènes et non excluantes. Elles sont une « construction qui se narre et c'est dans la diversité de ces narrations que les identités se construisent »¹⁰¹. Le lien entre narration et identité n'est pas seulement expressif, mais il est aussi constitutif et c'est dans la diversité des narrations que les identités se construisent. Ces narrations, comme nous le verrons plus tard avec Paul RICOEUR, se voient traversées par les médias et leur appropriation que les jeunes des quartiers populaires réalisent dans leur vie quotidienne. Ces nouvelles identités jeunes peuvent être comprises comme des « palimpsestes », c'est-à-dire qu'« elles sont des formations en couches dans lesquelles on distingue le passé à travers les voiles du présent »¹⁰².

¹⁰⁰ MARTIN BARBERO Jesús. *Al sur de la modernidad. Comunicación, globalización, multiculturalidad*. Pittsburgh : IILI, 2001, p. 133, traduction personnelle.

¹⁰¹ MARTIN BARBERO Jesús. *Idem.*, p. 102.

¹⁰² MORRIS Nancy, SCHLESINGER R. Philip. Jesús Martin Barbero ou le refus du médiacentrisme. *Hermès*, 2000, n° 28, p. 87.

2.1.2 Le modèle de multimédiation.

Le modèle de multimédiation a été conçu par Guillermo OROZCO et développé dans le Programme Institutionnel d'Investigation en Communication et Pratiques Sociales (PROIICOM) de l'Université Ibéro américaine au Mexique. Il fonde ses concepts sur les tendances des études critiques d'audience (Critical Audience Research). Il est intéressant d'établir épistémologiquement et de démontrer l'intermédiation de divers éléments, niveaux et rôles dans l'interaction audience et TV. Selon cet auteur, le point de départ est la notion de médiation posée par Jesús MARTIN BARBERO. Il propose une opérationnalisation de différentes médiations en les posant sur le plan empirique.

Dans l'analyse qu'Ana Carolina ESCOSTEGUY¹⁰³ a réalisée sur ces concepts de médiations elle conclut qu'il existe deux types de critères pour analyser l'activité de l'audience. Un premier, général, par lequel on conçoit l'audience comme un ensemble de sujets historiques, inscrits dans un contexte social et économique particulier. Cela veut dire que ces critères rendent compte des conditions structurales. Un deuxième, qui est lié aux critères communicationnels, qui rend compte des particularités des interactions communicationnelles des membres de l'audience. Ils supposent donc des éléments culturels et situationnels du processus de réception lui-même.

L'audience est formée par un ensemble segmenté de sujets placés dans un contexte socioculturel, capable de réaliser différents types de réception. Elle désigne une dialectique de la réception qui cadre les jeux des différentes médiations (macro, micro et intermédiaire) dans le processus de la réception télévisée. Son propos est « d'intégrer en fonction de la réception télévisée, la théorie de la structuration de Anthony GIDDENS (1984), la théorisation de la médiation culturelle de MARTIN BARBERO (1986) et sa propre conceptualisation de la réception et les médiations dans leur processus. Tout cela à partir de son travail empirique avec « télé-audiences » dans les années 1990. Son propos est d'avancer dans la construction de ce que Klaus Bruhn JENSEN (1987) a appelé : un point de vue intégral de la réception.

¹⁰³ ESCOSTEGUY Ana Carolina. *Les études de réception au Brésil*. Sociétés [en ligne]. 2004, n° 83, p. 65-77. Disponible sur : http://www.cairn.info/article.php?ID_ARTICLE=SOC_083_0065 (consulté le 4 mars 2007).

Pour Guillermo OROZCO, la médiation est un « processus structurant » qui modèle tant l'interaction des membres de l'audience avec les médias, que la reproduction du sens de cette interaction avec les mêmes membres. La médiation se manifeste par le biais d'actions et de discours, mais aucune action singulière ou signifiée particulière ne constitue une médiation en tant que telle. Pour lui, « la médiation paraît être un processus structurant plus complet et diffus, différente de l'addition de ses composantes ; elle ne doit pas être comprise comme un objet d'observation, mais comme quelque chose de similaire à la classe sociale, on l'infère plus qu'on ne la voit »¹⁰⁴.

L'auteur a construit une typologie de catégories de médiations qui se divise en quatre groupes :

- l'individuelle, ou de référence, composée par des cartes mentales qui se constituent tout au long de la vie de l'individu par l'intermédiaire de l'interaction sociale,
- la situationnelle, qui fait référence à la situation d'utiliser un média,
- l'institutionnelle, qui concerne les diverses institutions que le récepteur-producteur intègre,
- la technologique, découlant des caractéristiques propres du médium.

Dans toutes ces médiations la culture fait partie incontestablement des concepts. Pour nous, il s'agit de prendre en compte ces médiations dans le contexte du jeune de quartier populaire, en lui donnant, non pas la place de récepteur des médias mais celle de producteur. Cela nous permettra d'aborder et de décrire ses médiations lors d'une production médiatique.

2.1.3 La médiation individuelle et de référence.

Le sujet est considéré comme porteur d'un développement cognitif et émotif spécifique ou comme un sujet social et culturel. L'agencement du sujet social individuel se développe en différents scénarii. La médiation cognitiviste est la médiation individuelle principale. Elle est due au résultat dérivé de cette structure mentale à travers laquelle le sujet connaît : « schémas mentaux », « répertoires ou textes ou guides ». L'identité

¹⁰⁴ OROZCO Guillermo. *Recepción y mediaciones*. Bogotá : Norma, 2002, p. 54, traduction personnelle.

sexuelle de l'individu détermine une autre source de médiation, pour certains, génétique, pour d'autres, culturelle. L'âge est une médiation dont la nature est aussi à débattre. En dernier on peut mentionner l'ethnicité qui peut se mettre en relation avec les conditions socioéconomiques et politiques quand on l'associe avec des groupes minoritaires. Ainsi, toutes les médiations individuelles doivent se comprendre comme appartenant aux cultures concrètes.

Nous voudrions souligner dans cette médiation le travail que Paulo FREIRE a réalisé sur l'action et la pratique des jeunes dans l'éducation populaire. Son questionnement initial se pose par rapport aux droits qu'ont ces jeunes de participer aux processus de production des nouvelles connaissances. Il croit qu'un processus de création transforme la société et cette transformation implique un changement dans la sphère publique, économique et culturelle. Ces jeunes selon lui, « s'impliquent dans une participation et donc dans un nouveau processus du pouvoir et cela signifie rénover la compréhension du pouvoir »¹⁰⁵.

Ces jeunes ont un type de langage qui est une connaissance organique, une connaissance de l'être humain. Paulo FREIRE et Myles HORTON partent du principe que les jeunes « **savent** ». Cela signifie que tous les signes visibles : leur façon de parler, leur syntaxe, leur sémantique, leur façon de s'habiller, etc. sont à eux et sont acquis. Cela nous donne une approche de ce que pourrait être une médiation individuelle basique pour notre recherche.

2.1.3.1 La médiation situationnelle.

Ce type de médiation se multiplie par rapport aux différents scénarii où se développe l'interaction médias-récepteurs/producteurs. Chaque scénario inclut des possibilités et limitations qui ne s'inscrivent pas dans le purement spatial. Pourtant, le foyer est le lieu privilégié où se produisent en premier les négociations et les appropriations. A ceci il faut ajouter les scénarii où le récepteur-producteur interagit normalement : l'école, la rue, les réunions avec les amis, le lieu de travail, le lieu de culte, les réunions de quartier. Pour Guillermo OROZCO, il est important de déterminer le modèle de communication familiale lorsqu'on observe la TV par exemple, celle appelée

¹⁰⁵ FREIRE Paulo, HORTON Myles. *O caminho se faz caminhando. Conversas sobre educação e mundança social*. Brésil : Vozes, 2002, p. 111, traduction personnelle.

«*politics of the living room*». Le fait d'être seul ou accompagné est un facteur à considérer aussi dans cette médiation.

2.1.3.2 La médiation institutionnelle.

L'agencement des membres se trouve « médié » par les diverses institutions auxquelles ils participent. Chaque institution crée sa propre subculture par le biais de laquelle se réalise la médiation : les institutions utilisent divers recours pour accroître leur médiation. Le pouvoir, les règles, les procédures de négociations sont quelques stratégies que l'utilisateur des médias entreprend. De la même manière, les conditions matérielles et spatiales servent aussi aux objectifs institutionnels. L'autorité morale et académique sont aussi d'autres recours. La médiation institutionnelle n'est pas un processus structurant monolithique, puisque les individus peuvent percevoir que les médiations institutionnelles sont contradictoires et se neutralisent les unes les autres.

2.1.3.3 La médiation technologique.

Les moyens électroniques possèdent certaines caractéristiques qui constituent une médiation particulière. L'écran, par exemple, exerce une médiation à travers l'usage de certains mécanismes vidéo-technologiques, comme par exemple, le genre télévisé, le téléphone mobile dernière génération, l'ordinateur, qui sont en relation avec un mode de structuration du discours et avec leur utilisateur. Dans la perspective de la médiation multiple, l'interaction entre les médias et le récepteur-producteur, émerge comme un processus complexe, contradictoire, multidimensionnel et multidirectionnel. Il comprend plusieurs moments, scénarii et négociations qui transcendent l'utilisation des médias.

La médiation technologique s'exerce au niveau culturel, social, économique et politique, par ceux qui développent les supports. C'est à partir de son utilisation que nous allons interpréter les manières d'adoption et d'appropriation des différents médias. La médiation technologique n'est cependant pas purement artefactuelle, c'est-à-dire qu'elle n'a pas seulement un lien avec le support de l'information, de l'architecture de l'environnement, de la connectivité et des langages. Dans leur évolution constante, les propriétés de ces technologies de l'information et de la communication sont configurées pour la disposition d'expériences communicatives et de signification dans des réseaux d'utilisateurs.

2.1.4 Socialité, ritualité et technicité.

Pour Guillermo OROZCO, la compréhension de la communication doit se faire à partir d'un lieu. Il développe donc, sur la base de l'essai de Jésus MARTIN BARBERO *Des médias aux pratiques*, trois dimensions ou composantes essentielles d'une pratique sociale.

2.1.4.1 La Socialité.

Pour Jesús MARTIN BARBERO, la socialité peut se comprendre comme la dimension interpersonnelle et collective qui échappe à la rationalité institutionnelle - en incluant celle des médias et technologies d'information - et qui est inspirée et orientée par d'autres rationalités, comme celles des affects, du pouvoir, de la lutte. La socialité est une trame qui met en scène les quotidiens des différents acteurs sociaux dans la lutte pour survivre, créer des relations et maintenir leur identité. L'importance de comprendre cette dimension se centre dans la préfiguration, qui au-delà des déterminismes et structures, conditionne les institutions et l'hégémonie de l'agencement des sujets sociaux. Dans cette configuration, se trouve la naissance du sens hégémonique. Il devient possible grâce à la polysémie de tout message et cette possibilité est revitalisée dans chaque nouvelle interprétation ou négociation.

2.1.4.2 La ritualité.

Elle peut se comprendre comme une constante qui transcende ce qui est purement spontané dans la communication et qui concède justement à la pratique, sa dimension de « pratique ». Si dans certaines occasions la ritualité a quelques doses de mécanisme ou de répétition, elle suppose aussi des doses de créativité et de réflexion. Tout cela en sachant que les situations dans lesquelles la ritualité se manifeste ne sont jamais égales. Ces situations, donc, portent de nouveaux éléments inespérés, qui demandent des réajustements et une certaine improvisation. A cause de la ritualité des pratiques sociales l'expression de nouveaux sens produits pour les sujets sociaux devient possible.

2.1.4.3 La technicité.

Finalement, la troisième dimension est la technicité. On la comprend comme une caractéristique qui, à travers le purement instrumental (comme par exemple les processus de communication), permet de développer de nouvelles sensibilités. Cette dimension de

technicité, donc, n'est pas aléatoire ni extérieure aux processus, mais est partie substantielle de ces processus et elle est ainsi la condition pour la formation de nouvelles pratiques sociales. Sans compétence perceptive, il n'est pas de transformation des pratiques possible.

C'est pour cela qu'il est très important de comprendre cette dimension. Ce qu'on cherche est de générer des nouvelles pratiques qui génèrent à la fois des nouveaux sens et des nouveaux processus de communication. Au-delà de la stimulation ou la condition pour les mêmes médias et technologies d'information il se crée une nouvelle forme de processus interactif. La technicité, si on ne la réduit pas au purement instrumental, permet de résister à une nouvelle dissolution, celle du processus communicatif comme un **véhicule** de la communication. Présumer que le véhicule n'est pas le processus, permet de comprendre, par exemple, que la communication n'est pas déterminée par les médias et qu'il n'est pas possible de penser la communication interpersonnelle et collective comme la communication médiatique.

2.2 Les médiations et le triple référent de l'identité.

Nous venons de montrer que les médiations ont un rôle essentiel dans la construction identitaire d'un sujet. Ces médiations prennent un sens quand on les superpose dans un contexte ou une problématique précis. Dans la suite de la thèse nous allons essayer de voir comment certaines parties du modèle des multimédiations sont complémentaires des concepts de l'interactionnisme symbolique. Ce dernier définit une identité, ou le résultat d'un processus d'identification, comme un construit social et un ensemble de traits associés à un type, à un rôle ou à un groupe social. En partant du postulat que les identités sont de nature symbolique, relationnelle et non essentialiste et que leur construction s'inscrit dans une dynamique culturelle, nous proposons dans le cadre de ce travail, de comprendre l'identité à partir d'un triple référent : individuel, situationnel et narratif (symbolique) et de considérer aussi trois types de médiation.

- Pour le **référent individuel**, que nous mettons en relation avec la médiation individuelle, il sera question de l'agencement du sujet en différents types d'identités ou de rôles. Par exemple on peut parler de catégorie jeune, homme, femme, français, etc. Ces catégories peuvent servir de labels pour caractériser l'individu dans une interaction. Pour ce référent, l'individu construit sa réalité en

relation aux interactions de la vie quotidienne. Ainsi, l'individu se définit par une « dynamique productive du social devenant un processus en mouvement et non pas une simple relation formelle entre l'individu et l'objet »¹⁰⁶.

- Quant au **réfèrent situationnel**, que nous mettons en relation avec la médiation situationnelle et institutionnelle, il faut le comprendre comme un biais de l'activation des identités car il contribue à structurer l'« identité situationnelle ». Ici, l'individu fait partie des scénarii, contextes et lieux de production culturelle. Le contexte n'est pas seulement un cadre d'action, il influence directement l'action des individus. C'est ainsi que la « définition de la situation » donne le cadre d'interprétation des actions des individus.
- Le **réfèrent narratif ou symbolique** que nous relient avec la médiation technologique, sera employé pour évoquer le récit de vie structuré grâce auquel l'individu définit ses caractéristiques. L'identité narrative est étroitement liée avec la médiation technologique car on se sert de cette identité comme d'un outil pour produire un récit de vie. Dans notre cas d'étude, ces outils sont techniques. Comme nous l'avons déjà évoqué, ces techniques sont comprises comme des véhicules d'interaction et donc de communication.

Dans la figure 1 nous montrons les relations entre ces trois types d'identités et le modèle de multimédiations de Guillermo OROZCO :

¹⁰⁶ BATESON Gregory, BATESON Mary Catherine et alli. *La peur des anges*. Paris : les Éditions du Seuil. 1989, p.216.

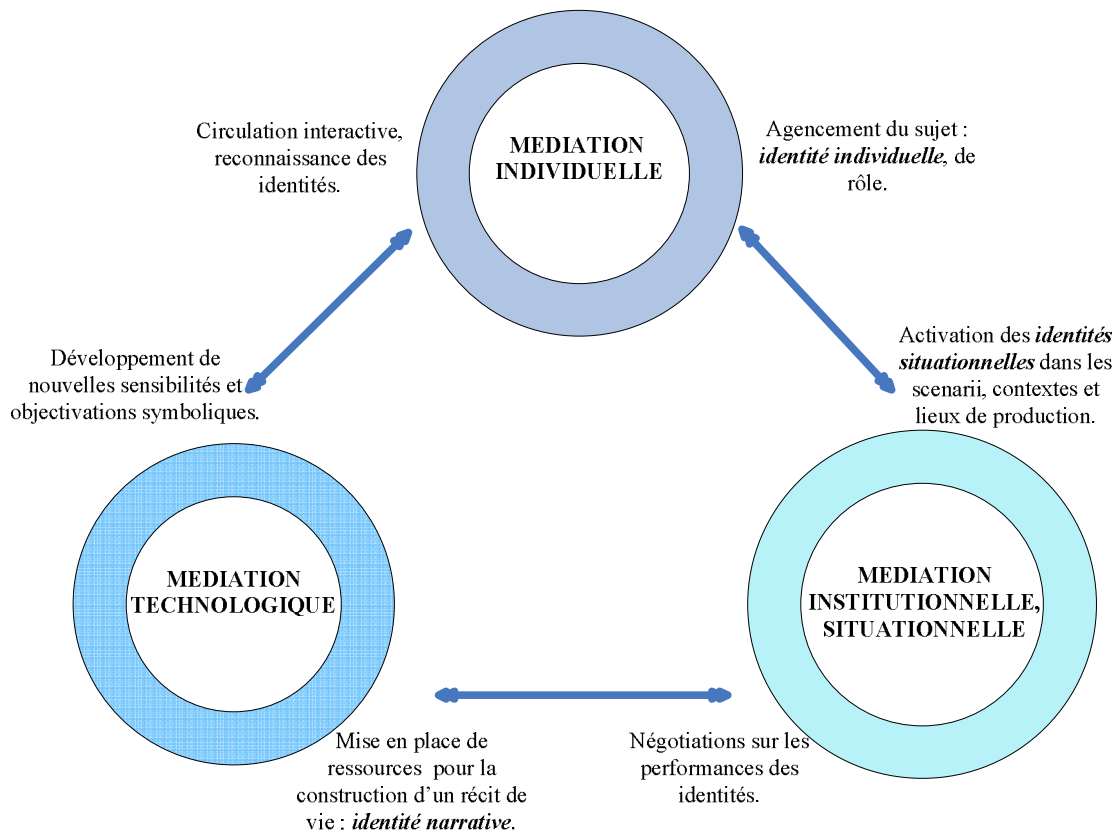


Figure 1. Les médiations et le triple référent de l'identité.

Dans la suite de la thèse, nous allons approfondir ces trois référents de l'identité. Pour nous il ne faudrait pas séparer ces traits de la compréhension de la construction d'un soi. Les médiations et ces traits identitaires nous donnent les bases principales pour essayer de comprendre notre sujet jeune, dans son contexte particulier et son assomption de soi.

Nous pouvons voir que les éléments de cette triple référence sont profondément liés entre eux. Néanmoins, ce découpage mixte proposé ne prétend pas résoudre le problème de la construction identitaire. Il nous permet de décomposer cette problématique en trois aspects qui ciblent la compréhension du phénomène identitaire des jeunes dans ces quartiers. En d'autres termes, nous avons les micro-niveaux c'est-à-dire : l'espace, l'individu et les modes d'objectivation identitaire. Ensuite, l'identité vue à partir d'une macro perspective, peut évoquer l'esquisse de la dynamique sociale qui, à partir de structures, a une incidence sur la constitution des identités.

2.2.1 La notion d'individu.

Pour parler de l'individu et des médiations individuelles, nous allons nous reporter à son existence qui est étroitement liée à l'identité personnelle, au langage auto-référent et à l'action réflexive. Il n'existe donc aucune action humaine qui ne dépende pas d'un cadre général de répétition. L'homme organise sa vie active et intellectuelle selon des « technologies » historiques, dérivées de discours interprétatifs de la réalité qui ne sont pas construits pour lui ni pour un autre. Michel FOUCAULT¹⁰⁷ mentionne que les « techniques de soi » sont un *ars vivendi* : elles concrétisent les opérations qu'un individu doit exécuter sur son corps et son âme pour aboutir à un état complet d'humanité. Nous allons donc transposer cette conceptualisation auprès des jeunes des quartiers populaires, pour comprendre comment cet individu fabrique et s'approprie les « technologies de soi » dans son environnement quotidien.

La notion de « techniques de soi » est empruntée à Michel FOUCAULT sur ses réflexions pionnières dans son œuvre *L'Usage des plaisirs. L'Histoire de la sexualité* réintroduit le souci oublié des « arts de l'existence ». Ces arts, il faut les comprendre comme des « pratiques réfléchies et volontaires par lesquelles les hommes, non seulement se fixent des règles de conduite, mais cherchent à se transformer eux-mêmes, à se modifier dans leur être singulier, et à faire de leur vie une œuvre qui porte certaines valeurs esthétiques et réponde à certains critères de style »¹⁰⁸. Ces « arts d'existence » ou ces « techniques de soi » ont sans doute perdu une certaine part de leur importance et de leur autonomie, lorsqu'ils ont été intégrés par les différentes structures de type éducatif, religieux, familial, sociétal et maintenant ils gagnent une place très importante avec l'avènement des nouvelles technologies et les mass-médias.

2.2.2 La notion situationnelle.

Situer les identités et les médiations dans cette configuration (Figure 1) nous aide à comprendre leurs rapports. La notion situationnelle nous renvoie à l'idée d'espaces, de scénarii, de lieux qui donnent au sujet l'idée de qui il est, qui il a été et quelles sont ses possibilités objectives. Le référent situationnel pourrait être le lien entre l'espace et la

¹⁰⁷ FOUCAULT Michel. Les techniques de soi. In : *Dits et écrits*, vol. II, (1976-1988). Paris : Gallimard, 2001, p. 130.

¹⁰⁸ FOUCAULT Michel. *L'Usage des plaisirs. L'Histoire de la sexualité*. Paris : Gallimard, 1984, T. II, p. 16-17.

représentation que le sujet se fait de lui-même, ainsi qu'entre les images que les autres se font de cette identité. Elles peuvent être structures de crédibilité comprises comme déterminants de l'ajustement entre la situation et les possibilités objectives du sujet.

En d'autres termes, le lieu social détermine des itinéraires quotidiens dans lesquels s'établissent les relations avec les congénères (le groupe), les autres cités, la ville, les institutions, etc. Dans notre cas de recherche nous ferons référence au quartier, le lieu où ces jeunes habitent, le rôle que cet endroit a pour eux dans leur identité.

2.2.3 La notion narrative et symbolique.

Quant à l'objectivation narrative et symbolique, nous allons la comprendre comme les formulations concrètes et matérielles de l'identité qui se véhiculent dans le propre corps, dans le langage, les préférences, les styles ou dans la consommation culturelle. Marques visibles des institutions et groupes que les acteurs incorporent dans une révision et transformation constantes, comme condition de la réactivation des institutions qui les entourent.

Le récit identitaire permet à chacun de justifier sa réussite personnelle en termes culturels et sociaux. Nous pouvons déjà apercevoir qu'un des rôles principaux pour la reconnaissance de l'identité peut être lié aux ressources techniques. Ces identités, que l'individu revendique, doivent pouvoir se justifier sous la forme d'un récit. A tout moment, lors d'une interaction, l'individu peut être questionné sur une identité affichée : comment un jeune « X » est devenu rappeur ? D'où est venue cette volonté ? Pourquoi utilise-t-il ces paroles dans les chansons ? ... A chaque identité son récit, taillé sur mesure en fonction de la situation et de la compagnie que l'individu peut exposer si nécessaire, signale Alexander FRAME¹⁰⁹. Nous ne pouvons pas dissocier l'identité du contexte qui la façonne. Si nous nous concentrons sur le volet de production médiatique, Bruno OLLIVIER mentionne que « les principaux moyens de produire à un niveau collectif de l'identification sont les productions culturelles »¹¹⁰. Ainsi, les produits médiatiques compris comme des produits culturels, vont représenter de nouvelles formes de récits

¹⁰⁹ FRAME Alexander. *Repenser l'interculturel en communication. Performance culturelle et construction des identités au sein d'une association européenne*. Thèse en Sciences de l'Information et de la Communication. Bourgogne : Université de Bourgogne Ecole, 2008, p. 643.

¹¹⁰ OLLIVIER Bruno. Op. Cit., p. 138.

d'une identité. Le jeune et son identité narrative vont varier selon son état d'esprit, par rapport à ses médiations.

2.3 Construction de l'identité dans l'environnement médiatique.

Il y a un débat qu'il faut souligner avant de continuer à propos de la construction d'identité. D'un côté, le problème se centre sur les conditions culturelles qui jouent dans la conformation de l'identité. D'un autre côté, la problématique se déclenche à partir de la genèse et du développement de l'identité comme phénomène psychologique.

En principe, les divers modes de reconnaissance tels que l'identité culturelle, sociale, nationale, de groupe ou de sexe, constituent l'expression d'une forme de validation ou d'affirmation de soi. De la même manière, certains intérêts ou idéaux sociaux, moraux, professionnels, sont des motivations qui induisent et orientent des déplacements et des créations du collectif. Donc, le sujet se situe dans la compréhension de la construction identitaire et sa constitution, et dans les formes d'expression des sujets par rapport à une position culturelle, sociale, nationale, politique ou de sexe où il se développe.

Le travail de Martin HEIDEGGER met l'accent sur le caractère temporel, daté, de l'existence humaine, en comprenant que le sujet se situe dans un emplacement contigu et conditionné, pas choisi pour lui-même. Il est aussi marqué par la conscience de finitude devant laquelle il peut adopter différentes postures d'angoisse jusqu'à la rétention de son propre destin. Martin HEIDEGGER substitue le soi à la subjectivité. Il met ainsi en évidence « le fondement issu des tâches traditionnellement attribuées au sujet. Le soi constitue une réponse post-métaphysique au problème classique de l'identité personnelle »¹¹¹. En faisant un lien avec ce concept, Bruno OLLIVIER nous rappelle que les identités sont l'objet de plusieurs interprétations et réinterprétations. Pour lui « il s'agit [...] de systèmes de représentation de soi et de l'autre pour les identités individuelles, de nous et des autres pour les identités collectives »¹¹². L'identité se conçoit comme une « affirmation de soi-même », que celle-ci soit individuelle ou collective. Cette reconnaissance et validation de soi-même s'exprime au moment où on établit des différences de conditions sociales, culturelles, nationales ou de groupes.

¹¹¹ BENOIST Jocelyn. *Etre soi-même : Heidegger et l'obsession de l'identité*. Revue philosophique de Louvain, 1996, vol. 94, n° 1, p. 69-91.

¹¹² OLLIVIER Bruno. *Les identités collectives à l'heure de la mondialisation*. Paris : CNRS, 2009, p. 8.

2.3.1 Identité formelle et existentielle.

Pour continuer sous cet angle, il faut préciser le « phénomène d'affirmation de soi-même » et, en premier lieu, nous voulons faire une distinction entre ce qui pourrait être compris comme : l'identité formelle et l'identité existentielle.

L'identité formelle fait allusion au sujet abordé par les penseurs de la Grèce ancienne, de la problématique « être ou ne pas être » de PARMENIDE. « L'être est absolument, et, parce qu'il est, il ne peut pas ne pas être ». C'est une idée qui définit l'unité, l'intemporalité, l'invariabilité et l'identité de l'être. Cette identité est caractérisée par un type de réflexion externe, où le sujet détermine, d'une certaine manière, l'unité ou l'invariabilité d'un autre sujet, activité, objet ou idée. L'identité de l'objet est valorisée pour une raison externe au même objet.

Concevoir l'identité de cette manière c'est la déterminer du point de vue de l'observateur. Mais cette perspective génère ensuite des descriptions ou interprétations. Ce concept pourrait être traduit en *etics*, un néologisme qui est très développé dans les pays anglo-saxons. *Etics* est un terme utilisé dans les sciences humaines et les études du comportement pour faire allusion à des données concernant la conduite humaine. Dans ce cas, on essaie d'interpréter le point de vue de l'observateur sur le phénomène identitaire. Cette description selon Marvin HARRIS est la « description d'une conduite ou d'une conviction par un observateur. Il peut être appliqué à d'autres cultures c'est-à-dire qu'un *etics* est « culturellement neutre »¹¹³.

En revanche, l'identité existentielle est l'affirmation de soi pour le sujet propre. Celle-ci est une construction qui s'élabore dans les déplacements spatiaux, temporels, dans les expériences circonstancielles et historiques. En même temps, elle constitue une intensité qui médiatise les constructions, pratiques et apprentissages de l'individu. Cette identité est une expérience interne où le sujet fait une reconnaissance de lui-même, se définit, s'affirme et projette ses horizons de possibilités.

¹¹³ HARRIS Marvin. *Teoría sobre la cultura en la era postmoderna*. Barcelona : Critica, 2000, p. 20, traduction personnelle.

Selon Marvin HARRIS, ceci signifie une « valorisation depuis la perspective du participant, manière dont se réalisent descriptions ou interprétations (*emics*) »¹¹⁴. Dans ce type d'identité on vit la variabilité, la temporalité et l'unité comme une synthèse des diverses notes ou définitions sur soi-même. L'*emics* sera ici compris comme la « description de conduite ou d'une conviction en termes expressifs (consciemment ou inconsciemment) à l'acteur, c'est-à-dire qu'un *emics* est spécifique de la culture »¹¹⁵.

Avec ces volets, nous remarquons que les phénomènes identitaires sont toujours de caractère composite. Bruno OLLIVIER mentionne que ces phénomènes identitaires peuvent être traités comme des phénomènes de communication. C'est-à-dire en articulant plusieurs concepts et en abordant les apports des sciences du moi et du groupe.

Dans les prochaines lignes, nous allons nous concentrer sur le rapport de la construction de soi et l'apport de la communication du point de vue philosophique. Il nous semble que les phénomènes identitaires sont, aujourd'hui, des phénomènes étroitement liés au monde médiatique. Comme nous l'avons déjà développé auparavant, la notion d'identité dans ce travail est comprise et utilisée à partir de certaines réflexions philosophiques sur la construction de soi : une vision non-essentialiste qui essaie de prendre en compte les facteurs à retenir pour la compréhension de ce phénomène au sein des pratiques médiatiques des jeunes dans les quartiers populaires observés.

2.4 La construction identitaire et la narration de soi.

Dans cette direction, Paul RICOEUR¹¹⁶ distingue deux types d'identités.

D'un côté, l'identité comprise au sens d'un même (*idem*), qui fait référence à l'identité substantielle ou formelle.

De l'autre, l'identité comprise dans le sens d'un soi-même (*ipse*), qui fait allusion à l'identité narrative. L'identité de l'*ipseité* repose sur une structure temporelle conforme au modèle d'identité dynamique, fruit de la composition poétique d'un texte narratif. Le soi-même est refiguré par l'application réflexive des configurations narratives.

¹¹⁴ HARRIS Marvin. Op. Cit., p. 23.

¹¹⁵ HARRIS Marvin. Idem., p. 21.

¹¹⁶ RICOEUR Paul. Le temps raconté. In : *Temps et récit*. Tome III. Paris : Le Seuil, 1995, p. 13-20.

Dans cette direction, l'histoire d'une vie (autobiographie) est refigurée constamment pour toutes les histoires véridiques ou de fiction qu'un sujet raconte sur lui-même. Paul RICOEUR ajoute que cette refiguration fait de la vie un tissu propre d'histoires racontées.

Le récit de soi-même a deux composants : l'historique et la fiction.

1. Le composant historique du récit sur soi-même, ressort du versant chronique soumis aux mêmes vérifications à partir des documents de toute autre narration historique.
2. Le composant de fiction appartient aux variations imaginaires qui déstabilisent l'identité narrative.

La narrativité est pourvue de dimensions normatives, prescriptives et de valeurs. Or, l'identité, comme narration de soi-même, est pourvue de dimensions normatives (tu devrais), de valeur et prescriptives (pouvoir être). Malgré cela, il est nécessaire de discerner le discours suivant : la certitude et l'expérience de soi-même ne sont pas la même chose que la narration de soi-même. L'identité est une conviction d'être qui est instituée dans la perception du « corps propre », dans l'expérience de ceci. La conception de soi-même est définie par un processus de reconnaissance, de valeur, de représentation et de projection de soi-même.

Par ce biais, les narrations sont des gestes qui expriment cette certitude et expérience de soi-même. Ce sont des élaborations médiatisées qui font allusion aux notes ou qualités qui caractérisent la conviction de soi-même. Dans ce sens, les récits, tels que les conduites et les autres formes d'expression corporelle, sont des « gestes » qui démontrent l'expérience de soi-même sous différents aspects, aspects qui ne se manifestent pas toujours de manière significative à soi-même, quand l'individu se confronte quotidiennement avec le monde à travers des actions stratégiques et tactiques.

Le débat sur la construction de l'identité et l'identité elle-même, nous ramène aussi à des réflexions immédiates par rapport au terme. La racine latine du terme identité signifie « le même », rapporté à une collectivité il peut se comprendre de deux façons différentes.

La première défend une vision essentialiste, en mettant l'accent sur les traits perdurables propres à une communauté.

La deuxième affirme le caractère dialectique de l'identité comme une construction historique permanente. Avec ce critère, l'interaction avec le contexte acquiert une signification spéciale : la caractérisation de la singularité de la forme d'être d'un groupe social dans l'histoire.

Face au phénomène de la mondialisation ces deux formes de compréhension de l'identité et leur gestion collective sont prioritaires, puisque les conséquences, traduites en attitudes, sont très différentes. Malgré cela, le fait basique de l'affirmation identitaire est la construction d'un sujet collectif avec capacité d'incidence propre et autogérée dans un territoire.

D'autre part, la culture est le lieu où se manifeste cette identité. Il n'est pas possible de parler d'une culture, mais de plusieurs cultures qui dialoguent et débattent, qui configurent ainsi une synthèse successive. Il faut comprendre cette synthèse comme une réalité découlant d'un processus. Sa gestion impose la reconnaissance de la diversité et sa traduction en politiques culturelles qui favorisent la défense et la promotion, à égalité avec les conditions de participation. Ainsi, le tout ne suppose pas seulement une partie d'assimilation, ni la subordination de l'une à d'autres.

2.4.1 L'action dans la construction de soi.

Selon Paul RICOEUR, l'herméneutique¹¹⁷ du soi répond sur le plan conceptuel, aux trois traits grammaticaux à savoir : « l'usage du **se** et du **soi** en cas obliques, le dédoublement du **même** selon le régime de l'**idem** et de l'**ipse**, la corrélation entre **soi** et l'autre **soi** ». A ces trois traits grammaticaux correspondent les trois traits majeurs de l'herméneutique du soi à savoir : « les détours de la réflexion par l'analyse, la dialectique de l'ipséité et de la mêmeté, celle enfin de l'ipséité et de l'altérité »¹¹⁸.

¹¹⁷ L'herméneutique du soi, selon Paul RICOEUR, privilégie la compréhension de soi à travers signes et œuvres instaurés dans le quotidien d'un soi. Dans cette herméneutique convergent trois problématiques : celle de l'usage du « se » et de « soi », le soi n'étant pas l'ego, ensuite, celle de la dialectique entre l'identité *idem* et *ipse* et finalement la troisième et dernière problématique, la dialectique entre l'*ipséité* et l'altérité, cela veut dire, l'altérité de l'autre que soi.

¹¹⁸ RICOEUR Paul. *Soi-même comme un autre*. Paris : Editions du Seuil, 1990, p. 27-28.

Il explique dans ces traits comment la philosophie analytique rend compte de l'herméneutique du soi. Ainsi, il développe indissociablement avec ces conceptions des thèses autour de la philosophie de l'action. En introduisant la problématique du soi par la question **qui ?**, Paul RICOEUR essaie de laisser ouvert le champ à une « véritable polysémie inhérente à cette question même : qui parle de quoi ? Qui fait quoi ? De qui et de quoi fait-on récit ? Qui est moralement responsable de quoi ? Autant de manières diverses dont se dit le **qui ?** »¹¹⁹.

Ce qui nous semble important à retenir de ces réflexions c'est le côté **action** du sujet dans la construction de soi. Nous voudrions retenir la notion d'action pour la suite de la thèse. C'est-à-dire, dans notre cas, nous allons emprunter les concepts d'action que nous venons de développer mais nous allons les rassembler dans le paysage et l'outil avec lesquels le jeune interagit : le médiascape.

Finalement, nous pourrions les définir comme des « actions médiatiques » dans un cas plus large et plus concrètement nous pourrions les spécifier comme des « actions numériques » pour évoquer l'utilisation des jeunes, du téléphone mobile et de l'Internet. Au cours de la thèse nous pourrions indifféremment nous servir des deux termes comme synonymes, vu que les deux adjectifs qualificatifs englobent le milieu des NTIC. Ces actions acquièrent aussi une unité **analogique**, c'est-à-dire proportionnelle au temps et à l'espace, avec plusieurs variétés et polysémies. Cette notion d'action est en partie une réflexion sur soi, vu qu'elle permettrait de revaloriser la signification de l'être. Paul RICOEUR développe dans la « sémantique de l'action », une étude du réseau conceptuel dans lequel les agents réalisent l'ordre du faire.

Agir, selon lui, c'est mettre en œuvre des projets, des intentions, s'insérer dans des circonstances, produire des résultats voulus, se rendre compte de soi et des autres. Cette conceptualité inséparable de l'action la rend compréhensible pour celui qui l'observe et praticable pour celui qui la réalise. La sémantique de l'action a donc pour but « d'aborder l'action non pas comme un événement du monde ou comme un concept de cause, mais comme un faire articulé à toute une série de représentations »¹²⁰. Pour cet auteur on passe d'une sémantique de l'action et de son sens objectif à une herméneutique

¹¹⁹ RICOEUR Paul. Idem., p. 31.

¹²⁰ RICOEUR Paul. Op. Cit., p. 135.

de l'action et à son sens subjectif. L'écart entre ce qu'un sujet veut et ce qu'il fait, entre la conscience et le sens, n'est pas seulement un problème pour l'observateur, mais aussi pour l'acteur. Pour Michaël FOESSEL ce problème est celui de la « dimension imaginaire de l'agir qui se trouve analysée dans l'imagination, dans le discours et dans l'action »¹²¹.

Michaël FOESSEL soutient que l'action n'est pas dissociable de l'imagination. C'est elle qui anticipe la continuité. « C'est dans l'imaginaire que le sujet met à l'épreuve ses motifs, joue avec les possibles et, finalement, prend la mesure du « je peux » par lequel il énonce sa capacité d'agir »¹²². Ainsi, nous voudrions revenir à cette problématique de l'action qui pourrait faire écho dans les actions de production médiatiques que les jeunes de quartiers prennent vis-à-vis d'eux-mêmes et d'autrui. Ces actions selon ARISTOTE dépendent de l'agent, de celui qui les réalise¹²³. Paul RICOEUR ajoute que l'action elle-même appartient à un soi ; « elle dépend de chacun, qu'elle est en son pouvoir [...] l'action est l'intention de quelqu'un et c'est de quelqu'un que nous disons qu'il ou elle a l'intention-de »¹²⁴.

En complément de cette théorie de l'action que nous venons de développer, nous allons maintenant rendre compte du concept d'action travaillé par Bernard LAHIRE. Il sous-entend l'action dans une situation donnée. Pour ce sociologue, quand on parle d'action on ne parle pas du sujet, agent social ou individu, mais on parle *d'acteur* puisqu'il réalise des actions dans différents scénarii. Il souligne que dans ses actions, l'homme devient pluriel, c'est-à-dire qu'il est « un homme qui n'a pas toujours vécu à l'intérieur d'un seul et unique univers socialisateur, qui a donc traversé et fréquenté, plus ou moins durablement, des espaces, des socialisations différentes [...] »¹²⁵.

L'homme pluriel, l'acteur dans ses propres termes, est porteur de dispositions, de raccourcis, d'expériences multiples, qui ne sont pas forcément compatibles. Il doit pourtant « faire avec ». Cette situation peut lui poser un grave problème si des dispositions viennent se contredire dans l'action. Sa théorie des ressorts de l'action met en évidence

¹²¹ FOESSEL Michaël. *L'imaginaire dans l'action et dans l'institution. La philosophie politique de Ricoeur et le libéralisme*. In : Journée du Fonds Ricoeur, 21 janvier 2008, Paris, p. 2. [en ligne].

Disponible sur : [http://www.fondsricoeur.fr/photo/Ricoeur%20action\(1\).pdf](http://www.fondsricoeur.fr/photo/Ricoeur%20action(1).pdf) (consulté le 09 mars 2007).

¹²² FOESSEL Michaël. *Idem.*, p. 3.

¹²³ BOUTROUX Emile. *Leçons sur Aristote*. Paris : PUF, 2002 (réed.), p. 76-77.

¹²⁴ RICOEUR Paul. *Op. Cit.*, p. 117.

¹²⁵ LAHIRE Bernard. *L'homme pluriel : les ressorts de l'action*. Paris : Hachette Littératures, 2001, p. 61.

l'action comme point « de rencontre des expériences passées individuelles qui ont été incorporées sous forme de schémas d'action (schémas sensori-moteurs, schémas de perception, d'évaluation, d'appréciation, etc.) d'habitudes, de manières (de voir, de sentir, de dire et de faire) et d'une situation sociale présente¹²⁶.

Dans ce sens Bernard LAHIRE nous fait penser à la manière dont Michel DE CERTEAU analyse les usages sociaux. Ces usages mis en rapport avec un système de pratiques, moments et lieux, permettraient d'aborder la question de la construction identitaire du sujet. Il s'agit ici d'analyses d'un autre visage de la quotidienneté : celle de la créativité cachée, celle de la productivité insérée dans la consommation, celle des « arts de faire » qui ajoutent à la culture populaire des savoirs, des styles. Tout cela est un mélange « de technique inventive et de résistance morale »¹²⁷.

L'homme pluriel pour Bernard LAHIRE et le sujet pour Michel DE CERTEAU, remarquent que toutes ces appropriations sont visibles dans les manières de voir la ville, d'habiter une maison, de regarder la télévision, de parler, etc. L'homme pluriel, c'est l'homme dont l'ensemble des pratiques est irréductible à **une formule génératrice** ou à **un principe générateur**. Dans ce principe générateur nous essayons de savoir si les actions numériques des jeunes de quartiers populaires ont une incidence sur leur construction de soi. Le soi pour LAHIRE est une illusion socialement fondée c'est-à-dire une illusion qui trouve de nombreux supports linguistiques, symboliques, sociaux (le nom et le prénom, les différents codes et numéros personnels, les diverses occasions verbales de reconstruction à posteriori de la cohérence d'un parcours, d'une identité, d'un « caractère »).

2.4.2 Action médiatique et *Agency*¹²⁸

Ces deux concepts, proches l'un de l'autre, trouvent un complément dans notre recherche. Notamment nous faisons référence au concept de l'*agency*, tellement discuté et revisité par les *Cultural Studies*. Une large perspective s'ouvre donc avec l'avènement de ce concept proche des rapports au pouvoir dans le processus de domination, d'hégémonie

¹²⁶ LAHIRE Bernard. Idem., p. 60.

¹²⁷ DE CERTEAU Michel. *L'invention du quotidien. Tome : Arts de faire*. Paris : Gallimard/Folio, 2002, p. 56.

¹²⁸ C'est un mot très difficile à traduire de l'anglais vers le français. Ce mot englobe des concepts et des enjeux profonds qui sont traités par les études culturelles. Il correspond, de manière globale, au pouvoir d'agir et de réagir des acteurs/producteurs mais aussi aux causes des produits agissants.

mais aussi de résistance et de lutte symbolique dans le monde entier. Les travaux d'Antonio GRAMSCI¹²⁹, Raymond WILLIAMS (1961)¹³⁰, Martin BUBER (1958)¹³¹ entre autres, puis en Amériques, les travaux de Paulo FREIRE (1964)¹³², Augusto BOAL (1970)¹³³, Myles HORTON (1973)¹³⁴ parmi les principaux, nous permettent de réviser les conceptions de ce terme sous différents points de vue et sur différents sujets (éducation, littérature, théâtre, politique). Ainsi grâce à ces développements et propos théoriques sur le pouvoir, le travail sur les *agencies* pouvait surgir et s'épanouir.

Dans le tableau 1 que nous proposons ci-dessous nous pouvons rapporter trois nuances pour comprendre ces deux termes qui font partie de notre recherche. Néanmoins, nous allons nous centrer sur les dénominations du terme « action » qui fait référence, aux actions numériques que les jeunes réalisent.

ACTION MEDIATIQUE	AGENCY
Pas un événement, mais une cause articulée.	Pouvoir d'agir.
Rend compte de soi par le biais des médias.	Dimension du pouvoir associée au potentiel d'action.
Appartient à un soi.	Est rarement un agir isolé.

Tableau 1. Différences entre Action médiatique et Agency.

¹²⁹ GRAMSCI Antonio. *La philosophie de la praxis contre l'historicisme idéaliste. L'anti-Croce*. L'archive Internet de marxistes. Section Française [en ligne]. 1935, Cahier 10, p.15. Disponible sur : <http://www.marxists.org/francais/gramsci/index.htm> (consulté le 21 mars 2008).

¹³⁰ WILLIAMS Raymond. *The long revolution*. Columbia : Columbia University Press, 1961.

¹³¹ BUBER Martin. *Je et tu*. Paris : Aubier Montaigne, 1992.

¹³² FREIRE Paulo. *Pédagogies des opprimés*. Paris : La découverte, 1982.

¹³³ BOAL Augusto. *Théâtre de l'opprimé*. Paris : La découverte, 1996.

¹³⁴ FREIRE Paulo, HORTON Myles., *O caminho se faz caminhando. Conversas sobre educação et mudança social*. Sao Paulo : Vozes, 2003.

Si on considère ces catégories, nous pouvons réaliser qu'il existe trois dimensions possibles à retenir pour cette recherche :

- la première est de l'ordre de l'action comme telle. C'est-à-dire presque du « verbe » proche des définitions du dictionnaire : « Opération d'un agent (animé ou inanimé, matériel ou immatériel) envisagée dans son déroulement »¹³⁵,
- la deuxième dimension est liée à la puissance et au pouvoir de réaliser une action, donc d'agir,
- la troisième représente les règles d'action (partagée, isolée, temporelle, spatiale).

Nous voulons réitérer la difficulté de définir le mot *agency* avec une terminologie équivalente en français. *Agency* dans le monde anglo-saxon est un terme de très large spectre sémantique. Pour Bernard DARRAS, « cette polyvalence le rend [...] plus sensible à la dynamique du contexte dans lequel émerge le pouvoir »¹³⁶. Cet aspect se voit lié à un changement qui peut être à un niveau personnel ou collectif. Toute action qui vise à maintenir, donner forme, transformer, relève de l'*agency*. De la même manière selon Bernard DARRAS¹³⁷, tout ce qui est agi passivement ou activement lors d'une acceptation, d'une négociation, d'une résistance, d'un refus, du détournement d'un agir, d'une contre action, d'une rétroaction, relève aussi de l'*agency*. De la même manière, nous signalons que les Sciences de l'Information et de la Communication Sociale sur les continents d'Asie, d'Amérique Latine et d'Afrique, se sont fortement développées autour de ces concepts *agency* et *empowerment*, ce qui a donné naissance à quatre grands lignées d'études en SIC :

- les paradigmes de la communication pour le développement,
- les cultures populaires, communication et identités, mouvements sociaux et communication pour la participation communautaire,

¹³⁵ Extraits du dictionnaire en ligne CNRTL réalisé par le CNRS (Centre Nationale de Recherche Scientifique) et l'ATLIF (Analyse et Traitement Informatique de la Langue Française). Les lexiques et dictionnaires sont intégrés au sein de ce portail lexical qui permet leur consultation croisée ainsi qu'un export dans un format normalisé (LMF, ISO-24613). Ce portail lexical a pour vocation de fédérer, de valoriser et de partager, en priorité avec la communauté scientifique, un ensemble de données issues des travaux de recherche sur les lexiques. Disponible sur : <http://www.cnrtl.fr/lexicographie/action>

¹³⁶ DARRAS Bernard. *La tâche aveugle. Approche sémiotique et systémique du paradigme de l'agency*. MEI, 2006, n° 24-25, p. 59.

¹³⁷ DARRAS Bernard. *Idem.*, p. 60.

- les pouvoirs, les médias et sphère politique,
- la société de l'information et le droit à la communication.

Ces quatre axes ont été recueillis dans un livre intitulé « Anthologie de la communication pour le changement social »¹³⁸, où nous pouvons également voir les influences théoriques des études culturelles du monde anglo-saxon et l'application de tels concepts dans des populations mixtes et interculturelles comme c'est le cas dans la plupart de ces continents.

2.5 Production, expression médiatique des jeunes et identité.

L'action numérique ou médiatique que le jeune réalise dans son contexte doit être comprise aussi comme une production. Nous croyons, dans ce sens, qu'il faut penser à la production des médias comme à un espace qui permet aux jeunes de s'expérimenter comme producteurs culturels (et moins comme « consommateurs »), capables d'analyser de façon critique certains discours, mais aussi capables de produire leurs propres discours. Cela implique de comprendre la production des médias, encadrée dans un processus auto-formateur, qui reconnaît et revalorise la culture des jeunes en partant de leurs intérêts et inquiétudes. Il ne s'agit pas de donner une idée romantique de cette jeunesse. Au contraire, il est évident que dans les subjectivités juvéniles il existe des éléments entremêlés qui sont liés à la discrimination, la violence et les préjugés de l'environnement social. Il est important donc de leur donner un nouveau sens en découvrant des nouvelles pratiques au sein de leur culture.

Comment allons-nous comprendre cette production médiatique ? Selon Julien SEFTON-GREEN et David BUCKINGHAM¹³⁹ produire des médias (*writing the media*) est une forme de pratique discursive qui s'inscrit parmi des compétences culturelles faisant partie d'un processus de socialisation. En effet, toute production médiatique ou communicationnelle dans nos sociétés, selon l'interprétation de Rossana REGUILLO¹⁴⁰, est destinée à quelqu'un, sujet réel ou non. La production de l'acteur une fois objectivée,

¹³⁸ GUMUCIO DRAGON Alfonso, TUFTE Thomas. *Antología de la comunicación para le cambio social : lecturas históricas y contemporáneas*. La Paz : Plural, 2008.

¹³⁹ SEFTON-GREEN Julian, BUCKINGHAM David. *Writing media : media production an the making of new literacy*. Cité par : ERIKSEN-TERZIAN Anna, p. 66 dans, *Actes du Forum : Les jeunes et les médias. Perspectives de la recherche dans le monde*, 1998.

¹⁴⁰ REGUILLO Rossana. *En la calle otra vez. Las bandas : identidad urbana y usos de comunicación*. Guadalajara : ITESO, 1995, traduction personnelle.

dans un discours tantôt écrit, oral ou iconique, circule et c'est ainsi qu'il acquiert une valeur sociale déterminée. Ce qui est intéressant à développer, dans le cadre de cette thèse, ce sont les manières d'employer les médias. Nous allons nous concentrer spécifiquement sur les nouvelles technologies en tant que médiums qui servent à une production culturelle mais aussi à l'expression de soi, comme nous le verrons plus tard.

Cependant, on peut comprendre la production médiatique comme un objet produit dans un certain but, par un ou plusieurs acteurs-créateurs pour un ou plusieurs sujets. Cette production peut être d'une part, un processus évolutif, avec différentes étapes de progression (organisation, structuration et codification) inscrit dans un cadre spatio-temporel. D'autre part, un produit peut être purement intuitif et sans réflexion, mais toujours avec une détermination individuelle. On parle ici d'une reproduction, d'un **copier-coller**, pas forcément stratégique ou conscient, qui aboutit quand même à la transmission de quelque chose.

Tout produit médiatique est construit, créé dans un but spécifique, comme nous venons de l'exposer. Ce produit est élaboré d'un point de vue particulier, celui du jeune. Il est aussi assujéti à des formes et techniques qui lui sont propres. Ce produit médiatique est créé par un jeune et cette création implique donc un travail de rassemblement des éléments qui abritent les messages créés. Ils véhiculent des notions de valeur, de pouvoir, d'échange, enfin de l'identité que le jeune « bricole ». Ces productions dites libres, c'est-à-dire, sans intervention d'autres acteurs dans le processus, passent d'abord par « une phase de présentation du soi et de l'environnement proche, de caractère rituel, et ensuite par une imitation [...] »¹⁴¹ trouvée peut-être dans l'espace médiatique, social ou autre. En ce qui concerne la production médiatique nous avons pu observer de plus près leurs manières « de faire » des médias. Nous partons plus loin dans cette recherche, en essayant de sortir de pratiques culturelles spécifiques ou de la réception (tels les travaux ethnographiques de James LULL ou Kirsten DROTNER, ou bien Dominique PASQUIER) pour se concentrer sur les productions des jeunes des quartiers populaires, très peu étudiées jusqu'à présent.

¹⁴¹ ERIKSEN-TERZIAN Anna. *Les jeunes comme producteurs de médias pourquoi faire ?* Actes du Forum : Les jeunes et les médias perspectives de la recherche dans le monde, 1998, p. 67.

2.5.1 La production médiatique de soi.

La production médiatique, comme nous l'avons déjà dit, est une action du sujet sur une matière première de caractère social ou matériel qui se réalise depuis un lieu social avec une temporalité et une spatialité inscrites dans son univers quotidien. Cette action première que les jeunes réalisent sur leur territoire, peut se comprendre comme le début d'un long processus communicatif. Elle est peut-être la conséquence d'une avant-lecture de l'expression de soi.

Dans cette production médiatique de soi nous présentons différentes actions :

1. Le jeune, sujet de production, sera compris comme un récepteur-créateur *in situ*, cela veut dire qu'il choisit, selon ses besoins, l'instant, les lieux et les faits à communiquer.
2. Le jeune utilise ses compétences formelles et informelles pour réaliser l'acte de production.
3. L'acte de production et d'expression de soi comme résultat, est constitué par une série de routines, stratégies et ressources matérielles.

Dans la figure 2, nous proposons un résumé de la manière dont le jeune peut utiliser ses compétences communicationnelles dans des routines qui s'établissent dans l'espace et dans des temporalités inscrites au sein du même territoire.

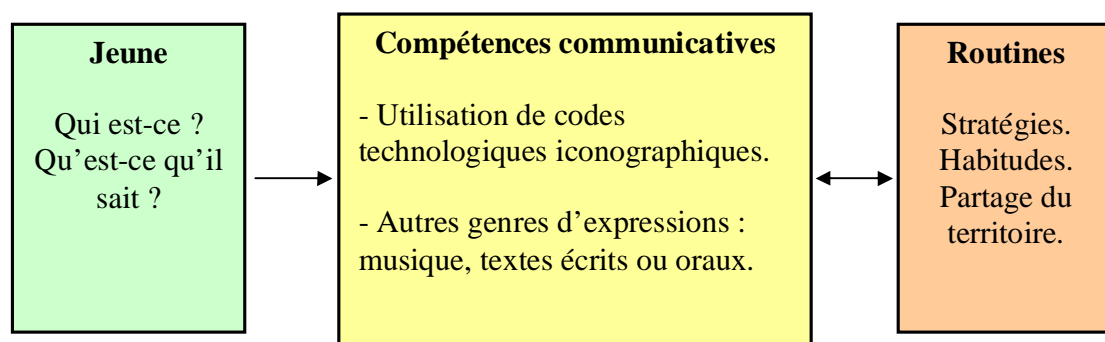


Figure 2. Le jeune et la production médiatique.

En termes généraux nous essayons de répondre aux questions suivantes : qui produit ? Que produit-il ? Comment produit-il ? Nous avons décidé de prendre l'exemple de la production de blogs et l'utilisation intrinsèque du téléphone portable et parfois des appareils numériques comme le caméscope ou l'appareil photo. Dans cette démarche, nous allons voir notamment le *film-making* et la prise de photo comme activité annexe. Olivier BLONDEAU nous dit que « toute forme de savoir, technique, artistique, politique doit être prise sous l'angle expressif, c'est-à-dire comme une formulation auto-poétique qui produira une forme intentionnelle »¹⁴². Nous croyons qu'il y a de multiples façons de comprendre la consommation médiatique. Dans notre cas, l'appropriation d'un objet médiatique est comme un fait créatif, productif, expressif. Divers auteurs ont démontré comment les subcultures jeunes britanniques s'approprient la culture de masse pour articuler leurs propres discours et significations.

La culture médiatique affirme Paul WILLIS¹⁴³ est une source de créativité symbolique de grande richesse et un pouvoir fortement stimulant pour la culture des jeunes. Pour cet auteur, la créativité symbolique se présente dans notre vie quotidienne comme une partie essentielle. Il affirme, un peu avec exagération, que la « créativité symbolique est essentielle pour la production et reproduction de l'existence humaine ». Dans ce sens, nous voudrions comprendre que dans la production médiatique que le jeune réalise, on trouve l'expression de « quelque chose » à travers des outils numériques. C'est notamment tout au long du processus de production médiatique que nous pouvons trouver certaines réponses.

2.5.2 L'expressivisme numérique de soi.

Les jeunes répondent à une possibilité de rapprochement, pas seulement produit par la facilité de se mettre en relation grâce aux nouvelles technologies, mais aussi pour se découvrir dans une « complicité expressive » : « c'est dans leurs narrations et images, dans leurs sonorités, fragmentations et vitesses qu'ils trouvent leur rythme et leur langage »¹⁴⁴. Ces jeunes constituent non seulement un public important numériquement

¹⁴² BLONDEAU Olivier. *Devenir média. L'activisme sur Internet entre défection et expérimentation*. Paris : Amsterdam, 2007, p. 19.

¹⁴³ WILLIS Paul. *Abstract of Paul Willis's « Symbolic creativity »1990*. Cultural Studies : a blog for thoughtful reflection and concise analysis. [en ligne]. 2007. Disponible sur : <http://cltrlstudies.blogspot.com/2007/10/abstract-of-paul-williss-symbolic.html> (consulté le 15 juillet 2008), traduction personnelle.

¹⁴⁴ MARTIN BARBERO Jesús. *Al sur de la Modernidad, comunicación, globalización y multiculturalidad*. Pittsburgh : IILI Universidad de Pittsburgh, 2001, p. 243, traduction personnelle.

parlant¹⁴⁵, mais leurs pratiques nous renseignent sur leur rapport avec l'Internet (blogs et autres sites semblables) et l'usage du téléphone mobile à un âge où l'identité est toujours en construction.

Dans les processus de construction de soi, les médias, à la différence des autres institutions (notamment l'école, la famille ou la religion) s'insèrent dans différents temps et espaces et, de plus en plus, dans l'immédiat grâce à l'utilisation de la téléphonie mobile. D'où le fait que ce binôme : jeunes/nouvelles technologies, acquiert d'autres caractéristiques : il ne se présente pas comme une force coercitive, qui réprime, mais comme un pouvoir qui « ne pèse pas comme une force qui nie, sinon qu'en fait, elle traverse, produit choses, induit plaisir, forme savoir, produit discours »¹⁴⁶. En effet, la page personnelle ou blog, comme produit médiatique entre dans la sphère « du self-culture et de l'individualisme expressif » comme Laurence ALLARD et Frédéric VANDENBERGHE le définissent¹⁴⁷.

Dans cette démarche productive et créative, les jeunes s'inspirent essentiellement du quotidien, un quotidien chargé d'affectif, où la famille, les amis, le quartier, la ville, les voitures, la musique, le *bled*, la politique, jouent un rôle important dans leur construction de soi. Il est à la fois un lien pour entretenir la sociabilité et l'inscrire dans un présent « journalier », qui sera passé dans le futur. « Le blog se trouve utilisé comme support de la mémoire de « l'entre-soi »¹⁴⁸ des jeunes. L'« entre-soi » est recherché par ces jeunes, dans le besoin d'être ensemble, dans le besoin de mêler la sphère privée à la sphère publique et vice-versa.

Nous pensons que l'expressivisme ne doit pas être compris juste comme un prolongement de soi, des désirs, des valeurs. Il doit être compris comme « la production d'une forme (technique, politique, sociale, artistique, etc.) constituant la réalité sociale des

¹⁴⁵ Aquitaine Europe Communication (AEC). L'Aquitaine Numérique. Lettre d'information, n°17, septembre-octobre 2008, p. 12-13.

Selon le Diagnostic 2008 de l'Aquitaine Numérique (AEC), 97% des jeunes entre 15-19 ans possèdent un équipement en téléphonie mobile, 84% sont équipés d'un micro-ordinateur et 65% d'une connexion à Internet.

¹⁴⁶ FOUCAULT Michel. *Microfísica del poder*. Madrid : La Piqueta, 1991, p. 45, traduction personnelle.

¹⁴⁷ ALLARD Laurence, VANDENBERGHE Frédéric. *Express yourself ! pages perso. Entre légitimation technopolitique de l'individualisme expressif et authenticité réflexive peer to peer*. Réseaux, 2003, n°1, p. 191.

¹⁴⁸ TREDANS Olivier. *Les weblogs dans la cité : entre quête de l'entre-soi et affirmation identitaire*. Cahiers de recherche MARSOUIN, 2005, n° 6, p. 5.

sujets et leur rapport au monde »¹⁴⁹. Par exemple l'utilisation d'un logiciel peut constituer une forme expressive pour la partager ou l'individualiser dans les usages de la création de blogs ou dans le montage de films ou autres comme nous le verrons dans l'analyse.

Olivier BLONDEAU¹⁵⁰ rejoint Bruno LATOUR pour convenir que les objets, que ce soit des œuvres d'art, des outils techniques, etc., peuvent devenir des objets porteurs d'un potentiel expressif. Ces objets sont le produit d'une élaboration réflexive portant un certain point de vue sur la société. Cela veut dire que l'objet peut avoir effectivement une puissance expressive qui désignera des pratiques et des représentations auprès des jeunes. Ainsi, des objets comme les blogs ou le mobile, permettent d'élaborer et de construire un discours, une performance identitaire d'un ou plusieurs thèmes.

Le blog est censé exprimer la personnalité de son créateur et il semble se construire comme se construit son identité « par bricolage et assemblage, comme un bric-à-brac identitaire fait de bricolages esthétiques ordinaires »¹⁵¹. Laurence ALLARD soutient que ce bricolage identitaire à l'œuvre dans ces autoreprésentations de soi digitalisées, relève typiquement d'un individualisme expressif contemporain. Cette perspective tend à renverser l'idée de la découverte de soi qui est rattachée à l'impulsion d'une voix intérieure « exprimer quelque chose c'est le rendre manifeste dans un médium donné. J'exprime mes sentiments sur mon visage ; j'exprime mes pensées dans les mots que j'ai prononcés ou que j'écris ; nous trouvons l'idée de rendre quelque chose manifeste et dans chaque cas, dans un médium doté de certaines propriétés spécifiques »¹⁵². C'est la théorie que Charles TAYLOR a appelée « expressivisme ».

Nous voulons mettre en rapport le tournant de l'expressivisme avec les actions numériques que nous avons citées auparavant. Ces actions ne se qualifient pas également comme expression, qui est fondamentalement une manifestation. C'est-à-dire que la théorie expressiviste va plus loin : elle indique que l'expression ne rend pas simplement manifeste le produit médiatique d'un jeune qui serait en quelque sorte « préfabriqué ». Plutôt, c'est dans et par l'expression que l'objet médiatique, rendu manifeste, acquière sa

¹⁴⁹ BLONDEAU Olivier. *Devenir média. L'activisme sur Internet entre défection et expérimentation*. Paris : Amsterdam, 2007, p. 19.

¹⁵⁰ BLONDEAU Olivier, *Idem.*, p. 32.

¹⁵¹ ALLARD Laurence, VANDENBERGHE Frédéric. *Op.Cit.*, p. 194.

¹⁵² TAYLOR Charles. *Les sources de moi. La formation de l'identité moderne*. Paris : Le Seuil, 1998, p. 469.

forme définitive et de cette manière le jeune aussi devient manifeste. Une chose se définit et se crée en même temps qu'elle se manifeste, selon la formule de Charles TAYLOR¹⁵³.

Pour rendre compte de ce concept, Laurence ALLARD explique que l'expressivisme de TAYLOR identifie, dans l'intériorité et l'affirmation de la vie ordinaire, une des sources de l'identité moderne¹⁵⁴. L'expressivisme selon Charles TAYLOR fournit la base d'une individuation nouvelle et plus pleine. C'est l'idée qui se développe à la fin du XVIIIe siècle, que chaque individu est différent et original, et que cette originalité détermine la façon dont il doit vivre¹⁵⁵. Nous pouvons voir que cette expression de soi est à la fois une métaphore de la vie quotidienne, de moments, de temps et d'espaces, qui construisent un réseau interconnecté de narrations propres et de fragments individualisés. Certes, Charles TAYLOR souligne avec force que le soi, pour redécouvrir ses sources, a besoin de les situer de plus en plus « en nous ». On pourrait dire que toute identité est une relation objective qui s'établit entre son porteur et l'environnement social où il agit.

Nous pouvons mieux la comprendre dans notre contexte de recherche, comme une espèce de plate-forme à partir de laquelle chaque jeune interagit avec les autres, comme une pièce délicate dont le fonctionnement a besoin d'être constamment entretenu et a besoin d'un support matériel qui lui donne sens : l'identité a besoin de s'extérioriser, de s'objectiver d'une certaine manière. « L'identité de l'individu bricoleur repose sur la validité d'une hypothèse pour le moins douteuse, celle selon laquelle, lors de son action, de sa conduite ou de ses discours, l'individu se révélerait lui-même dans le monde »¹⁵⁶.

L'identité inscrite dans le registre des représentations est capable d'orienter et de guider les actions du groupe porteur ; cela ne signifie pas que l'action est un réflexe de l'identité, mais que l'identité est une médiation de l'action. Ces actions médiatrices de soi se divisent pour notre étude en deux étapes : production réflexive de soi et création performative de soi qui sont étroitement liées.

¹⁵³ TAYLOR Charles. Idem., p. 478.

¹⁵⁴ ALLARD Laurence. L'impossible politique des communautés à l'âge de l'expressivisme digital. *Sens public*, 2008, n° 7/8, p. 108.

¹⁵⁵ ALLARD Laurence. Op.Cit., p.108.

¹⁵⁶ MARTUCCELLI Danilo. *Grammaires de l'individu*. Paris : Gallimard, 2002, p. 385.

2.5.3 Création et expression performative de soi.

Nous allons maintenant nous concentrer sur ce que nous avons intitulé « création performative de soi », toujours basé sur l'expressivisme. Le tournant expressiviste, nous l'avons vu, est capital pour comprendre les actions numériques et les productions médiatiques des jeunes dans ces quartiers. C'est lui qui nous permet en effet de surmonter les obstacles pour appréhender ce jeune qui crée, s'exprime et narre son identité. Car l'expression, en même temps qu'elle nous rattache aux médiations (dont nous avons déjà fait référence), nous lie à la densité du monde individuel du jeune, axé sur la recherche de l'authenticité et la valorisation de ses actions numériques dans le quartier ou ailleurs. Comment le jeune essaie-t-il de rendre compte de son soi ? Quelles sont ses stratégies pour faire en sorte d'être reconnu et compris ? Pour répondre à ces questionnements nous devons d'abord comprendre que ce jeune raconte sa vie, mais que dans cette narration il existe des pouvoirs, des mesures interchangeables, des systèmes qui génèrent un soi, le soi du jeune en question.

On décrira les choix que le jeune producteur met en place pour rendre visible son soi dans un médium précis : le blog. Le blog est apparu aux Etats Unis dans les années 90 comme un journal intime ou un carnet de bord publié sur Internet. Mais ce journal dit intime ne l'est plus, il devient, selon les termes de Serge TISSERON, un journal « extime »¹⁵⁷. Ce néologisme a été d'abord élaboré pour décrire la multiplication des témoignages et confessions dans des émissions de plateaux télévisés. Il nourrit maintenant les discussions du blog comme miroir du moi surexposé. Pourtant, cette création du produit performatif peut être « davantage considérée comme un site web interactif. Ce type de sites permet d'exposer des données factuelles et/ou de livrer des points de vue personnels »¹⁵⁸ pour énoncer son soi.

Cette création performative de soi devient un jeu herméneutique avec l'utilisation du portable. Le blog est l'aboutissement des prises de vue et films que le jeune a essayé d'exposer dans un premier temps. Dans le fait créatif, le jeune réunit ses compétences culturelles et technologiques dans un même sac. Pour que la création d'un blog ait lieu, il faudrait mentionner de nouveau les outils nécessaires (ordinateur, connexion internet,

¹⁵⁷ TISSERON Serge. *L'intimité surexposée*. Paris : Ramsey, 2001.

¹⁵⁸ DUMEZ FEROC Isabelle. Ils bloguent à part... pratiques juvéniles de production et de réception de l'écrit et de l'image en ligne. In : CORROY Laurence. *Les jeunes et les médias, les raisons du succès*. Paris : Vuibert, 2008, p. 175.

savoir-faire basique). Également, derrière ces pratiques de mise en scène de soi, se joue une mutation des actions dans le temps et l'espace où émergent une nouvelle temporalité et une nouvelle spatialisation de l'action :

- Du temps, parce que le produit commence à prendre forme en devenant permanent. Tout le travail iconographique associé au texte, devient une communication circulaire qui s'inscrit dans le système RSS¹⁵⁹.
- De l'espace, parce qu'à partir du moment où le soi réel est « téléchargé » pour se mettre en ligne, le jeune crée une nouvelle spatialisation des pratiques sociales.
- Un lieu d'exposition de soi, parce que ces blogs forment de nouveaux espaces du fait qu'ils sont visités, tagués, commentés, liés. « Le cyberspace ne constitue pas un ensemble de non-lieux dénués d'identité, de relations sociales et d'histoire. Au contraire, les blogs, notamment dans le cadre des micro-réseaux de sociabilité développés, forment un espace pratiqué »¹⁶⁰.

¹⁵⁹ RSS 2.0, selon la Harvard Law, est un format de syndication du contenu du Web. Son nom est un acronyme de Really Simple Syndication-Syndication Vraiment Simple. Ce système permet de diffuser les nouvelles de sites d'information ou de blogs, ce qui permet de rapidement consulter ces dernières sans visiter le site. Disponible sur : <http://cyber.law.harvard.edu/>

¹⁶⁰ TREDANS Olivier. Op. Cit., p. 5.

CONCLUSIONS.

Au terme de ce premier chapitre, nous avons essayé de donner du sens à certains concepts de notre sujet de recherche qui vise à approfondir et comprendre le phénomène identitaire, les flux communicationnels et les productions médiatiques des jeunes des quartiers populaires.

Le jeune du quartier populaire vit dans un espace mondialisé et multiculturel. Cet espace intègre l'intensification des flux médiatiques, transformant le paysage (*scape*) qui se présente à sa vue. Le jeune de ce quartier, opère dans un médiascape intégrant et relationnel qui envahit différents repères identitaires. Nous retenons que l'identité est le résultat d'une définition de soi, d'une narration de soi. Cela veut dire qu'elle implique un auto-concept, une compréhension de soi-même au sein de réseaux sociaux et du médiascape. Il ne s'agit pas de parler d'identité sociale admissible mais de la définir dans une hybridation permanente où les médiations sont partie essentielle de sa construction.

En effet, l'identité est un maillon essentiel de l'ensemble des pratiques médiatiques et notamment des actions numériques que les jeunes entreprennent dans leur environnement quotidien. Lorsque nous établissons des rapports entre situation, territoire, individus, compétences et identités, le rôle de la communication et des médias devient actif et présent. Nous avons vu lors de cette construction théorique que l'identité se conçoit comme une « affirmation de soi-même », que celle-ci soit individuelle ou collective. Cette reconnaissance et validation de soi-même s'exprime au moment où on établit des différences de conditions sociale, culturelle, économique ou de groupes.

Cela implique de comprendre la production des médias comme une autre manière de revendication identitaire. La production médiatique entendue comme un processus interactif, reconnaît et revalorise la culture des jeunes en partant de leurs intérêts et inquiétudes. Il est évident que dans ces subjectivités, il existe des éléments qui sont liés à la discrimination, la violence et aux préjugés de l'environnement social. Il s'agit donc de leur donner un nouveau sens en introduisant ainsi le modèle des médiations pour avoir une compréhension générale de leurs actions numériques.

Nous avons remarqué que les phénomènes identitaires sont toujours de caractère composite. Ces phénomènes identitaires peuvent être traités comme des phénomènes de communication. C'est ici que les concepts de la « sémantique de l'action », développés par Paul RICOEUR, nous ont donné la direction pour comprendre « l'agir » médiatique des jeunes de ces quartiers. Agir est mettre en œuvre des projets, des intentions, s'insérer dans des circonstances, produire des résultats voulus, se rendre compte de soi et des autres.

Il convient de souligner que ces actions sont étroitement liées à l'expression de soi et aux médiations qui seront retenues comme des concepts clés dans la suite de la thèse. Cela nous a permis d'introduire le concept de l'expressivisme et celui des médiations, tous les deux complémentaires de la narration d'un soi. L'expressivisme, développé par Charles TAYLOR, est compris comme la production d'une forme fut-elle technique, politique, sociale ou artistique, constituant ainsi une réalité sociale en montrant leur rapport au monde. Le tournant expressiviste, nous permet d'appréhender comment ce jeune crée, exprime et narre son identité. Car l'expression, en même temps qu'elle nous rattache aux médiations, nous rapproche du monde individuel du jeune, axé sur la recherche de l'authenticité et la valorisation de ses actions numériques dans le quartier ou ailleurs.

Ce qui nous paraît intéressant de retenir de ces théories, c'est l'importance de la question identitaire des jeunes et la construction de leur médiascape. L'identité jeune « populaire » n'est plus donnée naturellement, c'est-à-dire, qu'elle n'est plus reproduite sans repère, sans médiation, sans contexte. Cette identité est en quelque sorte, l'aboutissement d'un travail expressif à travers lequel l'individu construit sa biographie, se dote d'une identité authentique, narre et met en scène son soi. Pour nous, les productions médiatiques des jeunes englobent justement des agencements uniques et authentiques de narration. Ils se trouvent dans toute utilisation numérique, dans toute « technique de soi », tel que Michel FOUCAULT l'intitule. Nous faisons référence aux processus des individus pour fixer une identité, la maintenir ou bien la transformer avec un but précis.

Cette confrontation de notions, proposée dans le cadre théorique, expose une nouvelle manière de lire les identités actuelles et alimente la quête de l'expression et la narration

d'un soi. Parler en termes d'expression médiatique ou numérique dans cette recherche est la comprendre comme une formulation de « soi-même » à travers une forme, un outil, un média. Ainsi, nous pouvons avancer dans la lecture de la subjectivité des jeunes des quartiers populaires tout en soulignant le caractère inventif, émancipatoire et d'hybridation culturelle, que ces technologies offrent.

DEUXIEME PARTIE

- CADRE METHODOLOGIQUE ET TERRAIN -

*« Virés de nos quartiers populaires, c'est les banques qui poussent à la place,
nous ghettoïsent, nous font la guerre, pour nous envoyer à la casse.
Les cowboys sont armés, prennent goût à tabasse,
veulent faire déborder le vase, pour mieux nous voir boire la tasse.
C'est le nouvel ordre qui tape jusqu'à nos quartiers :
police featuring AirFrance si jamais t'as pas de papiers.
Babylone construit son empire sur nos misères.
Depuis que les Droits De l'Homme sont morts lors d'une bavure policière
génération bouc-émissaire, mégots de jeunes sous le préau
écrasés mais qui n'a pas dit son dernier mot
2008, injustices, y'a que des murs et des tensions
des familles, même des enfants enfermés en rétention.
Survivre dans ce merdier est devenu un mode de vie,
des SDF qui crèvent dans le froid devant des immeubles vides
la guerre aux pauvres est officielle, dites-leurs que ça va trop loin
pas d'apartheid, non, la rue nous appartient ».*
Keny ARKANA¹⁶¹.

¹⁶¹ ARKANA Keny. *La rue nous appartient*. [CD] Album : Désobéissance, 2008.

INTRODUCTION.

C'est dans cette partie que nous présentons les processus méthodologiques (techniques et choix d'outils méthodologiques) capables de rassembler des données utiles à la vérification des hypothèses de travail. Nous présentons dans le premier chapitre intitulé : « La triangulation des méthodes de recherche », les trois techniques de recherche utilisées sur les terrains à savoir : l'observation participante, le journal de bord et les méthodes visuelles. Nous introduisons chaque outil méthodologique avec un court rappel historique, la définition que nous retenons pour notre travail et les limites de chacun d'entre eux en relation à notre recherche.

Dans le chapitre 2 de cette deuxième partie que nous avons nommée : « Nos terrains : modèles analytiques et évolution méthodologique » nous présentons le déroulement des observations sur Talence, Bègles, Pau, Agen et Floirac, c'est-à-dire l'organisation de cinq sites différents et une courte description des jeunes participants à l'enquête. De la même manière nous montrons les difficultés rencontrées ainsi que les points positifs de chacun d'entre eux. Dans cette logique, nous développons les moments les plus marquants en tant qu'observatrice, faisant évoluer de cette manière, notre procédure d'investigation sur les terrains.

Le dernier chapitre intitulé « La méthode d'analyse » expose, à la fois la recherche du logiciel à utiliser, qui doit s'adapter à l'importance des données recueillies, ainsi que la méthode que nous avons utilisée pour analyser ces données et répondre à nos hypothèses.

Vu l'univers des enquêtés (49 participants), nous avons utilisé un logiciel d'analyse textuelle appelé SEMATO. Ainsi, nous décrivons brièvement son fonctionnement, la démarche précise retenue pour notre enquête, les différents types de requêtes utilisées pour l'exploitation des données et enfin, les thèmes et les choix d'applications pour mieux exploiter ces instruments.

CHAPITRE 1 : La triangulation des méthodes de recherche.

Pour mettre nos hypothèses à l'épreuve et apporter une réponse à notre problématique, nous avons choisi d'utiliser une triangulation méthodologique qui a subi plusieurs réajustements au cours de la recherche. Cette triangulation, comme nous venons de l'introduire, a été un outil dynamique, interactif et complémentaire. Cela veut dire que toutes les méthodes et techniques de recherche utilisées se situent dans une dimension qualitative qui a servi à mieux comprendre les processus des productions médiatiques des jeunes.

C'est pour cela qu'il a été nécessaire de se rapprocher de l'individu acteur, en le caractérisant et en se familiarisant avec ses pratiques et routines quotidiennes. Notre objectif a été de comprendre ces phénomènes communicationnels « de l'intérieur » en non pas de les analyser sans avoir vécu avec les acteurs. Ce type de recherche a sans doute certaines faiblesses qui nous ont obligée à améliorer notre technique et notre façon d'aborder les jeunes participants.

La fusion entre ces outils de recherche s'est organisée avec l'équipe projet et a été alimentée par des réflexions constantes. Néanmoins, la plupart du temps, notre travail en tant que chercheuse était solitaire, mais riche en terme d'apprentissage et fortement émotionnel.

Dans ce premier chapitre nous présentons la dimension théorique de nos outils de recherche avec une courte description historique de chaque outil et la façon dont nous les avons utilisés sur les différents terrains d'observation. Nous expliquons ainsi les forts liens personnels que nous avons eus avec l'observation participante et l'expérimentation avec des techniques scientifiques créatives dans les SIC et les Arts Théâtraux. De plus, nous décrivons l'utilité du journal de bord comme registre d'observation et la valeur que celui-ci a pour l'enrichissement de notre thèse. Pour finir nous articulons la méthode visuelle, comme un point fort de cette recherche, une méthode utilisée fréquemment par d'autres sciences et que nous faisons vivre au sein des SIC.

1.1 La collecte d'informations.

La procédure de collecte d'informations dans le cadre de notre recherche a été de type qualitatif. Elle a subi certains ajustements et changements au fur et à mesure de l'avancement de l'étude. Néanmoins nous nous sommes basés sur le tableau suivant qui synthétise nos méthodes, techniques et stratégies de recueil informatif.

Méthodes	Outils
A) Observation participante.	<ul style="list-style-type: none">• Journal de bord et notes personnelles, comptes rendus électroniques de présence sur les terrains.
B) Méthodes Visuelles.	<ul style="list-style-type: none">• Atelier photo.• <i>Reflexive photography interview</i> (RPI) ou photo-entretien réflexif (PER).
C) Recherche documentaire.	<ul style="list-style-type: none">• Documents officiels : registres, documents internes, dossiers, statistiques (démographiques, socio-économiques) de quartiers.• Analyse et pertinence des documents.

Tableau 2. Synthèse des méthodes et techniques.

A partir de cette classification, la recherche documentaire sert à compléter la méthode principale et les techniques interactives telles que les méthodes visuelles. La diversification des techniques nous a aidée à valider et comparer l'information obtenue de manière à reconstruire des situations et générer des hypothèses.

La principale méthode utilisée était l'observation participante. Elle a rassemblé différentes opérations intellectuelles par lesquelles nous avons atteint la « vérité » de notre objet de recherche pour la démontrer et la vérifier par la suite. Cette méthode et d'autres stratégies de recherche étaient mises en œuvre pour que le projet aboutisse. Nous allons approfondir chacun de ces outils pour mieux comprendre nos choix, nos règles, nos principes et les étapes de l'utilisation de ces outils.

1.2 Observation participante.

1.2.1 Contexte et histoire.

L'observation participante a, sur plusieurs années, imprégné nombre d'études tant anthropologiques que sociologiques mais elle est très peu approfondie dans les nouvelles sciences comme les Sciences de l'Information et de la Communication. Elle a une histoire tout à fait distincte de celle de l'approche positiviste de la recherche. Positiviste dans le sens où les chercheurs réalisaient des questionnaires et des enquêtes en supposant qu'ils savaient déjà ce qui était important. En revanche, l'observation participante ne fait aucune hypothèse sur ce qui est important. Cette méthode encourage les chercheurs à se *plonger* dans les activités quotidiennes de la population qu'ils tentent de comprendre. Cette méthode a ses racines dans l'anthropologie de Frank HAMILTON CUSHING avec son étude des Indiens Zuni à la fin du XIX^{ème} siècle. Mais elle prend forme aux alentours de 1915-1920 lorsque Bronislaw MALINOWSKI part sur le terrain en essayant de « saisir le point de vue de l'indigène [...] de comprendre la vision de son monde »¹⁶².

Ainsi, d'autres chercheurs comme Edward EVANS-PRITCHARD et Margaret MEAD¹⁶³ dans la première moitié du XX^{ème} siècle, centrent leurs études sur l'observation et l'interrogation mais pas dans la participation aux faits. Entre 1930-1935, des anthropologues américains décident de travailler sur leur propre terrain, en découvrant la ville comme un vrai laboratoire de recherche. Un des fondateurs de cette démarche fut Robert PARK, professeur à l'Université, qui envoyait ses étudiants « sur le terrain » et

¹⁶² MALINOWSKI Bronislaw. Les Argonautes du Pacifique occidental. Cité par WINKIN Yves dans *Anthropologie de la communication : de la théorie au terrain*. Nouvelle édition. Paris : Seuil, 2001, p. 136.

¹⁶³ VENKATESH Sudhir. *Gang leader for a day*. New York : The penguin Press, 2008, p. 27, traduction personnelle.

petit à petit ces chercheurs fondaient les idées de la future Ecole de Chicago. Parallèlement à l'École de Chicago, école de l'observation participante et de la recherche, il existe deux traditions intellectuelles.

La première, celle du **pragmatisme**, insiste sur le fait que la vie sociale n'est pas fixe, mais dynamique et changeante. Par conséquent, si les gens dans un cadre de vie sociale, sont en constante évolution, les chercheurs doivent y participer et enregistrer leurs expériences de ces transformations, leurs effets sur les personnes, ainsi que leurs interprétations. La connaissance vient de l'expérience engendrée par des enquêtes détaillées¹⁶⁴.

Il est important de participer aux relations sociales et de chercher à comprendre les actions menées dans le cadre d'une observation, car les gens agissent et donnent un sens à leur monde en prenant les significations de leur environnement. Les chercheurs doivent faire partie de ce milieu pour ensuite comprendre les actions des personnes qui produisent cette culture. Cette technique est moins susceptible de conduire les chercheurs à imposer leur propre réalité sur le monde social, et ainsi les mène à la réalité visitée.

Dans la deuxième tradition intellectuelle, nous allons expliciter **le formalisme**¹⁶⁵ qui fait valoir que les relations sociales sont différentes les unes des autres et qu'elles présentent aussi certaines similitudes. De cette façon, les chercheurs explorent la typicité des relations et des événements. Le formalisme est également préoccupé par la façon dont, notamment, les pratiques sociales et culturelles de la vie, émergent. Les chercheurs sont encouragés à s'immerger dans le but de comprendre les flux de la vie sociale dans laquelle l'individu autonome est aussi sujet changeant.

Les idées ci-dessus sont combinées avec un autre volet de la pensée : le naturalisme. Il propose que, dans la mesure du possible, le monde social soit étudié dans son état naturel, non arbitré par le chercheur. Selon ce point de vue, les gens sont occupés à interpréter et agissent dans un monde social imprégné de sens. « L'observation participante est définie comme un processus dans lequel un chercheur établit des actions multiples à long terme, avec des individus et des groupes dans leur cadre naturel, afin de

¹⁶⁴ TAYLOR Steven, BOGDAN Robert. *Introduction to qualitative research methods : A guidebook and resource*. 3ème édition. New York : John Wiley & Sons, 1998, p. 20-24, traduction personnelle.

¹⁶⁵ TAYLOR Steven, BOGDAN Robert. Idem., p. 20-24.

développer une compréhension scientifique des individus et des groupes »¹⁶⁶. L'ethnographie conduit, selon Yves WINKIN¹⁶⁷, à une compréhension empathique de la science sociale. Elle conduit les chercheurs à abandonner leurs préjugés car ils sont exposés à un nouveau milieu social qui exige leur pleine participation. Cependant, la tradition de l'Ecole de Chicago est de ne pas dicter la nature de l'observation participante, contrairement à d'autres perspectives qui ont souvent recours à la même méthode ou à des combinaisons de ces méthodes.

Au début des années 1950 les chercheurs rassemblés autour d'Everett HUGUES, à l'Université de Chicago, réfléchissent ensemble sur le rôle du travailleur sur le terrain ou *field worker* :

1. « Participant complet : le chercheur sur le terrain est ou devient un membre à part entière d'un groupe fermé, partageant ainsi l'information secrète, inaccessible de l'extérieur.
2. Le participant observateur : les activités de l'observateur ne sont pas totalement dissimulées ; elles sont en quelque sorte pratiquées sous le manteau, ou plutôt subordonnées aux activités du chercheur en qualité de participant. Ce sont ces dernières activités qui donnent aux personnes présentes leur premier moyen d'appréciation du chercheur engagé dans son rôle.
3. L'observateur participant : les activités de l'observateur sont d'emblée rendues publiques comme telles, et elles sont soutenues plus au moins publiquement par les personnes engagées dans la situation étudiée.
4. L'observateur complet : le rôle de l'observateur complet est plus imaginaire que réel ou possible, car il exigerait l'existence en société d'un groupe autorisant un tel personnage, dans des conditions de communication d'une telle perfection, avec

¹⁶⁶ KAWULICH Barbara. *La observación participante como método de recolección de datos*. Forum : Qualitative Social Research [en ligne] 2005, vol 6, n°2 . Disponible sur : <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0502430> (consulté le 3 mai 2007), traduction personnelle.

¹⁶⁷ WINKIN Yves. *Anthropologie de la communication : de la théorie au terrain*. Nouvelle édition. France : Seuil, 2001.

une telle absence de « secrets » : ce groupe est si rare que nous n'avons encore pu en observer un »¹⁶⁸.

Pour l'Ecole de Chicago l'observation est toujours participante, parce que l'observation « pure » n'existe pas. Nous allons donc maintenant décrire les différentes conceptualisations de l'observation participante dans les sciences humaines et sociales pour avoir un aperçu global d'application dans le champ des Sciences de l'Information et de la Communication.

1.2.2 Conceptualisation de l'observation participante.

Dans le même esprit, Catherine MARSHAL et Gretchen ROSSMAN¹⁶⁹ définissent l'observation comme « la description systématique des événements, comportements et artefacts dans le scénario social élu pour être étudié ». Ces observations permettent de décrire les situations existantes, en utilisant l'objectivité et en positionnant une **photographie écrite** de la situation en étude. Ainsi, Victor DEMUNCK et Elisa SOBO¹⁷⁰ décrivent l'observation participante comme la première méthode utilisée par les anthropologues pour réaliser un travail de terrain. Le travail de terrain implique « un regard actif, une mémoire situationnelle, des entretiens informels, l'écriture de notes de champ détaillées et peut-être, le plus important, la patience ». L'observation participante pourrait donc être le processus qui permet aux chercheurs d'appréhender les activités du sujet d'étude dans le scénario naturel à travers l'observation et la participation à leurs activités. Elle fournit « le contexte pour développer les directives sur les échantillons et les guides d'entretiens »¹⁷¹.

Pour sa part, Erving GOFFMAN¹⁷² indique que l'observation participante a besoin d'une canalisation du leurre et de l'impression de façon à aboutir à des informations plus

¹⁶⁸ HUGUES Everett et alii. *Cases on fieldwork*. Chicago : University of Chicago, 1952. Cité par WINKIN Yves dans Op.Cit., p. 159-160.

¹⁶⁹ MARSHALL Catherine, ROSSMAN Gretchen. *Designing qualitative research*. Thousand Oaks : Sage Publications, 2000, p. 38, traduction personnelle.

¹⁷⁰ DEMUNCK Victor, SOBO Elisa. *Using methods in the field : a practical introduction and casebook*. Walnut Creek : AltaMira Press, 1998, p. 43-57, traduction personnelle.

¹⁷¹ DEWALT Kathleen, DEWALT Billie. *Participant observation : a guide for fieldworkers*. Walnut Creek : AltaMira Press, 2002, p. 34, traduction personnelle.

¹⁷² GOFFMAN Erving. *La Mise en scène de la vie quotidienne. La présentation de soi*. Paris : Editions de Minuit, 1973, p. 32-34.

précises. En s'appuyant sur ces auteurs, nous pourrions ajouter que les chercheurs ont besoin de maintenir un sens de l'objectivité à travers la distance. Bernard BERNIER¹⁷³ définit cette distance comme un processus de rapport entre une communauté et le rôle qu'il faudrait apprendre à jouer. Ainsi, le chercheur peut arriver à s'introduire dans la communauté de façon à ce que ses membres se comportent de manière naturelle malgré sa présence. Après, il faudrait sortir de ce scénario pour s'immerger dans les données recueillies et essayer de comprendre les actions au sein du groupe étudié.

Erving GOFFMAN¹⁷⁴ inclut dans son approche plusieurs remarques envers l'observateur. Celui-ci doit être capable d'avoir des conversations naturelles, des entretiens de types divers, des listes de contrôle, des questionnaires et des méthodes qui ne sont pas gênants pour les sujets en question. Kathleen DEWALT¹⁷⁵ ajoute que le bon observateur doit se caractériser par ses actions : attitude ouverte libre de tous préjugés, être intéressé à apprendre plus des autres, être conscient de la propension à ressentir un choc culturel et à commettre des erreurs auxquelles il devra faire face.

Dans ce sens, des termes comme *peopled ethnography*, que les anglo-saxons développent, se créent pour décrire un texte qui facilite l'interprétation du scénario et qui décrit les implications théoriques à travers l'usage d'illustrations, basées sur le journal de bord d'observation ou d'entretiens issus des membres du groupe.

Il suggère que l'ethnographie est plus effective quand on observe un groupe d'étude dans des scénarii qui autorisent un chercheur à « explorer les routines organisées du comportement »¹⁷⁶. Dans cette description du processus d'observation on s'attend à ce que le sujet observateur devienne partie du groupe étudié, au point que les membres l'incluent dans leurs activités comme l'un des leurs. On pourrait citer plusieurs exemples mais nous voudrions mentionner celui de l'ethnologue américain Oscar LEWIS¹⁷⁷ notamment avec son ouvrage « Les Enfants de Sanchez » où il tente de mettre à l'épreuve

¹⁷³ BERNIER Bernard. L'intervention sociale. In : MEYER-RENAUD Micheline et LE DOYEN Alberte. Colloque annuel de l'ACSALF, 1981. Montréal : Les Éditions coopératives Albert Saint-Martin, 1982, p.15-21.

¹⁷⁴ GOFFMAN Erving. *Stigmate*. Paris : Les Editions de Minuit, 1975.

¹⁷⁵ DELWALT Kathleen, DEWALT Billie. Op.Cit., p. 34.

¹⁷⁶ OOSTERBAAN Martijn. Virtual re-evangelization : Brazilian diasporic media and the reconfiguration of territoriality. In : ECREA - congrès communication policies and culture in Europe. Section : Diaspora Migration and the media, nov. 2008. Barcelone, 2008, p. 160, traduction personnelle.

¹⁷⁷ LEWIS Oscar. *Les enfants de Sanchez : autobiographie d'une famille mexicaine*. Paris : Gallimard, 1978.

son concept de « culture de pauvreté » dans son étude fondée sur les récits de vie d'une famille pauvre d'émigrés à Mexico. Il développa des techniques de collecte de données comme l'enregistrement au magnétophone et la précision des actions intra et extra familiales lors de l'observation dans le journal de bord. Des entretiens semi-directifs et directifs qui après seraient publiés sous forme de récits autobiographiques de cette famille.

1.2.3 Le choix de la méthode.

Depuis le début de notre carrière en Sciences de l'Information et de la Communication Sociale en Bolivie, nous avons développé un parcours de « jeune chercheuse de terrain ». Nous avons toujours eu une envie de connaître les pratiques médiatiques, les façons de communiquer, les appropriations des médias, les outils expressifs artistiques. Ces motivations nous ont toujours ramenée vers des populations distinctes, particulièrement en difficulté. Deux étapes se sont donc écoulées. Une première étape de découverte dans mon pays d'origine. Une deuxième étape dans les pays étrangers où nous avons eu l'opportunité de vivre, notamment au Brésil et en France.

Dans la première étape, trois travaux de recherche montrent le chemin parcouru.

Une première étude intitulée « La cumbia-chicha : musique populaire et phénomène communicationnel des zones « rouges » de la ville de Cochabamba ». Dans cette étude, nous partions chaque samedi et dimanche vers ces zones pour comprendre ce phénomène musical auprès des populations de bas niveaux économiques de notre ville : femmes de ménages, soldats, maçons, plombiers, commerçants informels entre autres. Nous utilisions une approche profonde et donc d'immersion. Nous avions à peine 19 ans.

Un deuxième travail intitulé : « La peur et les médias : étude de cas du lycée nocturne Oscar Alfaro de la zone sud de Cochabamba »¹⁷⁸. Notre hypothèse postulait que les médias renforcent la peur des jeunes de ces zones dites « sensibles ».

La troisième étude était notre mémoire de Maîtrise intitulé « Au-delà de la Tempête : analyse des relations interpersonnelles à partir d'une pièce de théâtre. Etude de cas : Foyer des jeunes et adolescents de rues « ONG -Tres Soles », publié par l'Université

¹⁷⁸ VACAFLOR Nayra et alii. El miedo y los medios de comunicación. In : GUARDIA Marcelo. *Comunicaciones fragmentadas : producción de significados en sociedades mundializadas*. Cochabamba : Universidad Católica Boliviana, 2000, p. 154-173, traduction personnelle.

Catholique Bolivienne en 2002. Dans cette recherche nous nous sommes consacrée pendant une année entière à l'observation participante et l'implication d'un type de recherche-action auprès de ces jeunes. Notre but était d'analyser la contribution du système de relations interpersonnelles pour le développement personnel du jeune de la rue à partir de la production de la pièce de théâtre « *Tempestades* » dans le foyer. C'est une expérience qui nous a grandement servi, peut-être pour approfondir les méthodologies de recherche et découvrir leurs effets et scientificité au sein de différents groupes sociaux.

La deuxième étape s'étale sur les deux pays où nous avons suivi des études supérieures : au Brésil à l'Université de Campinas et en France à l'Université Michel de Montaigne Bordeaux 3. Dans les deux cas, nous avons expérimenté cette immersion dans différents terrains et sous différents objets de recherche. Au Brésil après avoir suivi la formation de techniques de recherches théâtrales avec le Centre Interdisciplinaire de Recherche Théâtrale de l'Université de Campinas, nous avons acquis les connaissances nécessaires pour appliquer la méthode de *mimesis corporea* ou « mimétisme corporel »¹⁷⁹. Cette méthode, nous l'avons appliquée dans une recherche théâtrale dans les Favelas de Bahia pendant deux semaines auprès des jeunes adolescents.

Grâce à ces expériences, nous nous sommes investie bénévolement en France, avec la création d'un laboratoire communico-théâtral au Secours Populaire Français d'Aquitaine pour une durée totale d'une année et demie. Cet atelier comportait la participation d'un public mixte : sans papiers, chômeurs, RMIstes, retraités et homosexuels. Nous avons appliqué diverses techniques de recherche au niveau théâtral et certaines méthodes de recherche qualitative communicationnelle pour la mise en scène d'une pièce de théâtre.

Enfin, vient l'aboutissement de notre mémoire en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université Michel de Montaigne Bordeaux 3 intitulé : « Le théâtre

¹⁷⁹ BURNIER Luis Octavio. *A Arte de ator da técnica à representação*. Sao Paulo : UNICAMP, 2001, p. 186, traduction personnelle.

Concept développé dans la thèse du doctorat du chercheur brésilien Luis Octavio BURNIER intitulée « A Arte de ator da técnica à representação » - L'art de l'acteur : de la technique à la représentation. Dans sa thèse il propose l'élaboration, codification et systématisation des techniques corporelles et vocales de représentation pour l'acteur. Il propose de diviser la *mimesis* corporelle en trois phases : l'observation active, la codification de données transférées au corps de l'acteur et, la dernière, la théâtralisation. Une fois les actions imitées, codifiées et mémorisées, ces actions passent par le processus de théâtralisation. Il s'agit de s'approprier les actions pures observées dans le corps et de les répéter le plus fidèlement possible, pour donner naissance au personnage.

Forum et l'induction communicationnelle. Analyse des caractéristiques communicationnelles du Théâtre Forum à partir du message de prévention du Mouvement Français pour le Planning Familial de Bordeaux. Etude de cas : Collège Z.E.P Francisco GOYA », où nous avons également expérimenté des méthodes qualitatives de recherche comme l'observation participante et les *focus group* (entretien collectif) auprès des jeunes adolescents de la classe de 4^{ème} du collège Francisco GOYA ainsi que les intervenants du Mouvement Français pour le Planning Familial.

A partir de ces exemples, nous étions motivée pour réaliser une étude plus profonde des pratiques médiatiques des jeunes des quartiers populaires. Nous nous sommes donc investie dans une immersion quotidienne au sein de ces quartiers. Cette immersion sera décrite au fur et à mesure de l'analyse.

1.3 Comment comprendre l'observation participante ?

La méthode de l'observation participante nous a servi d'outil aux formes variées. Elle permet un repérage d'expressions non verbales et verbales, à différents niveaux de perceptions qu'elles soient individuelles ou personnelles, une détermination des interactions (filles-filles, garçons-garçons, filles-garçons et vice-versa), elle a aussi permis de comprendre comment les participants communiquent entre eux et surtout quelle est leur relation avec le médiascape.

L'observation participante nous permet de vérifier la définition des termes que les participants utilisent dans les entretiens, d'observer les événements que les informants ne peuvent ou ne veulent pas partager. Pour Pierre BOURDIEU l'observation participante est « la conduite d'un ethnologue qui s'immerge dans un univers social étranger pour y observer une activité, un rituel, une cérémonie, et dans l'idéal tout en y participant »¹⁸⁰. Cette méthode permet d'observer les situations que « les informants ont décrites dans les entretiens et de cette manière d'alerter sur leur distorsion ou imprécision dans la description proposée par eux »¹⁸¹. En soulignant ces définitions, l'objectif principal de l'investigation à travers l'observation participante est essentiellement la description de différents faits, situations et actions, qui se succèdent dans un scénario social concret, dans notre cas les quartiers populaires choisis.

¹⁸⁰ BOURDIEU Pierre. *Participant observation*. In : HUXLEY MEMORIAL MEDAL, 6 décembre 2000, Londres : The journal of royal anthropological institute. 2003, p. 281-294, traduction personnelle.

¹⁸¹ OOSTERBAAN Martijn. Op.Cit., p. 160.

Les chercheurs McCALL et SIMMONS¹⁸², concrétisent d'une manière beaucoup plus claire les méthodes à utiliser dans l'observation participante. Selon eux cette épistémologie implique d'utiliser une certaine quantité d'interactions authentiquement sociales dans le champ auquel appartient l'objet d'étude. Elle inclut aussi certaines observations directes des faits connexes, certains entretiens formels et plusieurs informels, la recompilation de documents et *artefacts*.

Dans le même esprit, le sociologue italien Mauro WOLF¹⁸³ considère que cette méthode est la plus adéquate pour étudier la sociologie des émetteurs dans le processus informatif. Il mentionne que les données d'étude nécessaires dans l'observation participante doivent être recueillies par le chercheur en étant présent dans l'ambiance de l'objet d'étude à travers l'observation systémique de tout ce qui se passe, à travers des conversations informelles et occasionnelles et finalement à travers de véritables entretiens réalisés dans le processus d'observation. Barbara KAWULICH¹⁸⁴, nous dit que l'observation peut être utilisée pour aider à répondre aux questions de recherche, pour construire la théorie ou pour générer ou prouver des hypothèses.

Dans notre recherche nous avons pris en compte le lieu de l'étude, les opportunités pour l'observation, la représentativité des participants de la population (notamment en genre et âge) et certaines stratégies méthodologiques comme la mise en place d'une méthode visuelle.

Lors de l'immersion nous avons développé cinq axes différents à travailler :

1. Nous avons collecté différents types de données pendant le temps d'observation (environ cinquante jours sur chacun des terrains). Ce temps nous a permis de nous familiariser avec les cités et, en conséquence, nous a facilité l'appréhension des différentes activités, parfois délicates, auxquelles nous n'aurions pas été invitée.

¹⁸² McCALL G. J., SIMMONS J. L. *Identities and interactions*. New York : Free Press. 1978 cité par KAWULICH Barbara dans *La observación participante como método de recolección de datos. Forum Qualitative Sozialforschung / Forum : Qualitative Social Research* [en ligne]. Disponible sur : <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0502430>. (consulté le 4 mai 2007), traduction personnelle.

¹⁸³ WOLF Mauro. *La Investigación de la Comunicación de Masas : Crítica y perspectiva*. Barcelona : Paidós Ibérica, 2000.

¹⁸⁴ KAWULICH Barbara. *Idem.*, p. 45.

2. Nous avons réduit l'incidence de la « réactivité ». Notamment pour certains jeunes qui se comportaient de manière spéciale quand ils réalisaient qu'ils étaient observés.
3. L'observation nous a aidée à développer les questions qui ont un sens dans le langage des cités et qui deviennent éminentes pour la recherche.
4. Elle nous a permis une meilleure compréhension de ce qui se passe dans cette culture jeune, en donnant de la crédibilité aux interprétations induites par l'observation. Elle nous a permis également la recollection de données qualitatives à travers des entretiens semi-directifs en profondeur et la *reflexive photography interview* ou photo-entretien réflexive.
5. Cette méthode nous a servi à collecter des données vraies en concrétisant les pratiques et productions médiatiques des jeunes dans leur quotidien.

1.3.1 Limites de cette méthode.

Avant d'expliquer les limites de cette méthode, il nous semble important de conceptualiser les avantages et désavantages de cette méthode, pour justifier les limites dans notre recherche.

Sudhir VENKATESH relève certains avantages dans l'utilisation de l'observation participante au delà des autres méthodes de recollection de données. Cela inclut le fait d'accéder à une culture dans son quotidien. Elle permet aussi une description richement détaillée, interprétée comme une mise en relief de l'objectif qu'on a à décrire : « comportements, intentions, situations et événements qui sont compris pour les informants »¹⁸⁵ et donnent des opportunités pour voir et participer aux événements non programmés. Alain TOURAINE ajoute à ce propos que « l'observation participante est la compréhension de l'autre dans le partage d'une condition commune »¹⁸⁶. Cette méthode d'observation est un outil qui améliore la qualité de la recollection et l'interprétation des données ; elle facilite ainsi le développement de nouvelles questions et hypothèses de recherche.

En revanche, il existe plusieurs désavantages à utiliser cette méthode, dont, par exemple, le fait que le chercheur peut ne pas s'intéresser à ce qui se passe au-delà du niveau superficiel. Il est un lecteur extérieur qui doit s'appuyer sur des informants-clefs.

¹⁸⁵ VENKATESH Sudhir. *Off the books : the underground economy of the urban poor*. Massachusetts : Harvard University Press, 2006, p. 30-37, traduction personnelle.

¹⁸⁶ TOURAINE Alain. *Sociologie de l'action*. Paris : LGF, nouv.éd, 2000, p. 356.

D'autres problèmes se posent, en rapport avec la représentation d'événements et l'interprétation. Il peut arriver que le chercheur ait sélectionné des sujets qui lui ressemblent ou que « les informants soient leaders ou participants marginaux du lieu de recherche »¹⁸⁷.

Ces désavantages concernent certaines limitations dans l'usage des observations comme outil de récollection des données. Par exemple : le fait d'être une femme nous a donné accès à certaines informations mais pas à d'autres. Nous avons eu accès à des personnes, scénarii et situations différents, les informations fluctuaient selon les situations données. Kathleen DEWALT et Billie DEWALT¹⁸⁸ mentionnent que l'observation participante biaise la recollection de données. Comme jeune chercheuse, nous avons dû comprendre comment notre sexe, notre ethnie, notre classe sociale et l'approximation théorique affectaient notre observation, notre analyse et notre interprétation.

Nous voudrions relever le fait d'être d'une autre nationalité, en l'occurrence, bolivienne, et le rôle qu'a joué cet élément dans le travail de terrain. Quand nous nous présentions auprès des jeunes sans cacher notre identité réelle, en créant une collaboration synchrone des « interactants », comme le mentionne bien Yves WINKIN¹⁸⁹, la première remarque faite était celle de l'accent « étranger ». Cette remarque déclenchait tout de suite une conversation pour arriver à découvrir l'origine, la langue maternelle, le métier, l'âge, etc., et nous faisions la même chose. C'est alors que cette plongée dans le quotidien des jeunes des quartiers populaires déterminait si notre présence sur le terrain était acceptée ou non.

Il y a plusieurs facteurs, au-delà de l'ethnie, qui ont joué en notre faveur ; l'âge, par exemple, est un autre facteur marquant dans l'acceptation de notre présence auprès des jeunes.

Certains facteurs peuvent aussi bloquer l'acceptation du chercheur, telle que nous l'avons vécue. Ce blocage est en relation avec des caractéristiques « naturelles » du chercheur. D'abord les coutumes et ensuite les normes culturelles inscrites dans les quartiers en rapport avec l'interaction et le comportement. Dans le premier cas, nous étions questionnée sur notre religion et sur les différentes coutumes de notre pays d'origine. De la même manière, pour le deuxième cas, notre comportement devant les

¹⁸⁷ LEPOUTRE David. Op. Cit., p. 32-34.

¹⁸⁸ DEWALT Kathleen , DEWALT Billie. Op. Cit p.21-23.

¹⁸⁹ WINKIN Yves. *La nouvelle communication*. Paris : Seuil, Nouvelle édition, 2000,p. 68.

jeunes garçons n'était pas jugé de la même manière que devant les jeunes filles. Il existait toujours un jeu d'équilibre entre les lieux, genres et situations de vie. Nous avons remarqué ces ajustements au cours de la journée et encore plus la nuit où les codes sont complètement différents de ceux de la journée.

Ainsi, nous avons dû induire dans notre démarche une forte confiance en soi dans l'action tout en restant « objective »¹⁹⁰. Nous avons affronté certaines confusions au sein des quartiers acceptant un « inhabituel » dans leur quotidien. Parfois nous étions vue comme un danger potentiel pour les jeunes ou comme une « journaliste qui pose des questions tout le temps ».

La retro-alimentation. Journal de bord, Agen, 10 février 2008.

« ...je suis restée étonnée de toutes ces questions que Mohammed a posées. On était à côté de la salle de Baroudi et le bruit « rappeur » était moins évident qu'à l'intérieur. Je me suis sentie comme si je soutenais ma thèse. Ma thèse devant un jeune que j'essaie d'observer. Quand je lui ai proposé de participer à la recherche il a commencé à me questionner. Les questions étaient du genre : qu'est-ce que j'allais faire avec les résultats ? Pourquoi je suis venue ici et pas ailleurs ? Je vais montrer ces résultats dans mon pays ? Avant c'était moi qui posais les questions, maintenant c'est à eux de savoir ce que je fais là ? Qu'est-ce que je veux savoir ? et bien sur : pourquoi je pose des questions tout le temps ? »

De même, le langage utilisé sur notre terrain de recherche devait être un mécanisme déclencheur plus qu'une barrière entre le sujet observé et nous-mêmes. Or, un chercheur peut tomber facilement dans le piège de se montrer comme eux (parler ou mimer leur gestes) sans savoir que cela peut gêner les informants et rajouter d'autres limites. Cette exclusion peut aller plus loin. Certains jeunes par exemple vont parler en « verlan » ou dans d'autres langues pour ne pas être compris, ils vont changer de sujet de discussion si nous nous approchons ou tout simplement vont refuser de répondre à certaines questions qui engagent leurs jugements ou les autres. « Tous les chercheurs

¹⁹⁰ VENKATESH Sudhir Op. Cit., p. 30-37.

VENKATESH Sudhir parle de l'objectivité comme un concept à approfondir et sans définition. Il mentionne qu'il est très difficile à mettre en pratique surtout quand il faut maîtriser plusieurs observations, stratégies, discours, en même temps notamment sur les terrains dits « difficiles ».

peuvent s'attendre à être exclus dans une étape du processus d'investigation, particulièrement au début »¹⁹¹.

C'était important pour moi de passer par cette étape, et surtout de comprendre le pourquoi de cette exclusion. Après un certain temps de **partage** sur le terrain, nous étions acceptée mais toujours avec un certain recul. Et c'est ici que se pose la question de savoir jusqu'où aller dans notre participation dans la vie de ces jeunes ? Faut-il intervenir toujours dans une situation donnée ? Ces questionnements se posent tout au long des enquêtes réalisées sur le terrain. Nous pourrions garantir que les étapes d'observation doivent se faire au fur et à mesure et que de cette façon on peut observer au plus près leurs productions médiatiques.

En paraphrasant Yves WINKIN¹⁹², nous pouvons affirmer que la qualité de l'observation participante dépend de l'habileté du chercheur à observer, à se documenter et à interpréter. Il est important qu'au début du processus d'investigation le chercheur prenne des notes précises du champ d'observation, sans imposer des catégories préconçues par sa propre perspective théorique. Mais il faudrait lui permettre de prendre du recul par rapport au terrain.

1.3.2 Le journal de bord.

Le journal est un instrument précieux pour enregistrer l'information, sur le coup. C'est un recours de narration et de réflexion sur la pratique de recherche. Yves WINKIN¹⁹³ mentionne très autoritairement « dès l'arrivée sur le terrain, vous devez vous obliger à tenir un journal parce qu'il est un instrument de recherche essentiel lors d'une immersion quelconque ».

Ce journal a trois fonctions : une cathartique, une empirique et une réflexive.

Dans le premier cas, il est le lieu du **nous** face au monde social étudié, un lieu « intime » comme Yves WINKIN¹⁹⁴ l'intitule.

¹⁹¹ LEPOUTRE David. Op.Cit., p. 37.

¹⁹² WINKIN Yves. *Anthropologie de la communication : de la théorie au terrain*. Nouvelle édition. France : Seuil, 2001, p. 146.

¹⁹³ WINKIN Yves. Idem., p. 146.

¹⁹⁴ WINKIN Yves. Idem., p. 147.

En deuxième lieu, nous y notons tout ce qui nous saute aux yeux lors de nos journées d'observation.

Et finalement, la dernière fonction, analytique, qui pourrait nous donner d'autres pistes intéressantes que celles que nous avons pu naturellement observer.

A travers ces étapes, nous avons découvert aussi d'autres fonctions que le journal de bord peut nous apporter lors de notre présence sur les quartiers, par exemple des propositions de changements. Quand nous avons réalisé qu'il y a des outils ou actions qui ne correspondent pas aux contextes sociaux de recherche nous avons développé un diagramme fonctionnel à suivre : une fonction d'**expérimentation** de ces changements, pour mettre en place des actions précises et, finalement, la **consolidation** d'une nouvelle démarche d'action sur le terrain. Il y a aussi une partie de cette consolidation qui s'est faite par les réunions de débriefing que nous avons avec l'équipe de recherche.

Cette auto-alimentation de l'outil nous a servi à améliorer les différentes actions sur chaque terrain pour que les processus d'observation et de participation soient plus complets, systémiques et scientifiques. Nous avons eu une évolution dans notre manière d'entreprendre ce journal. Au début de l'observation sur les terrains, notamment à Talence et à Bègles, nous avons enregistré vocalement nos journées. Tout cela pour de raisons de facilité à l'oral en français et d'expression plus claire qu'à l'écrit. Néanmoins, nous sentions que l'absence de certains détails importants était acceptable à l'oral, mais qu'elle s'accroissait à l'écrit.

Donc, nous avons décidé de reprendre le stylo et l'ordinateur comme de bons alliés du chercheur, et de noter les observations. La langue écrite joue un rôle important, donc plusieurs parties de ce journal ont été rédigées en espagnol et d'autres en français. Sans nuire, bien évidemment, à l'objectivité et au détail de notre démarche scientifique. Cette introspection quotidienne nous a servi à dégager toute l'information recueillie dans la journée. Chaque rencontre ou discussion, même hors sujet, était accentuée dans ces notes pour continuer dans la démarche « j'observe, je prends de notes ». Parfois les observations étaient incontestablement très longues ou sans intérêt, mais nous devions les noter même si elles ne donnaient pas de réponses, surtout parce que nous étions dans une démarche déductive : nous devions être attentifs à toute observation.

Nous pouvons résumer nos conceptualisations de journal de bord dans le diagramme qui suit (figure 3) :

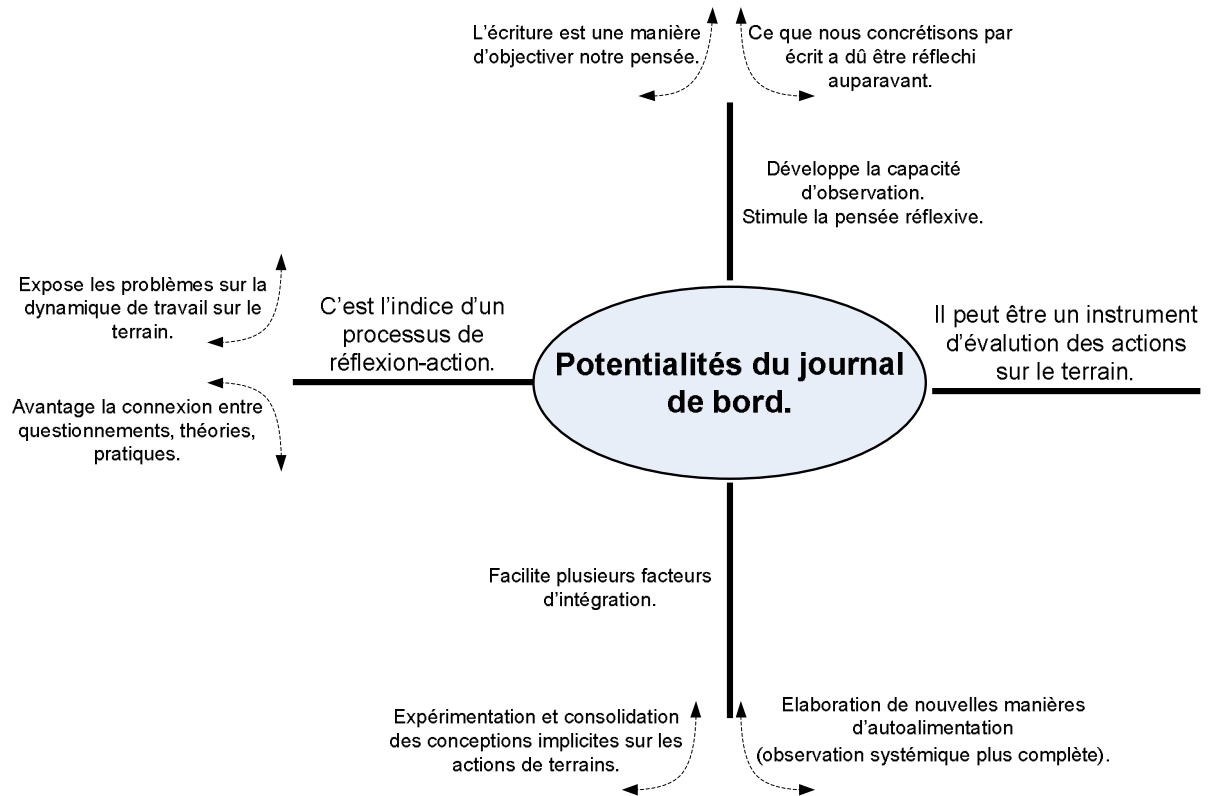


Figure 3. Potentialités du journal de bord.

1.4 La méthode visuelle.

1.4.1 Contexte et histoire.

Les mondes anthropologique et sociologique de la recherche anglo-saxonne, ont développés « différentes » propositions pour introduire des usages et techniques d'un point de vue méthodologique. Tels sont, par exemple, les travaux pionniers dans l'usage de la photographie qui ont été réalisés par Bronislaw MALINOWSKI (1992) ou par Margaret MEAD et Gregory BATESON (1942). Ces chercheurs commençaient à prendre en photos les personnes qui faisaient partie de leurs recherches, pour démontrer, en quelque sorte, l'aspect tangible de leurs observations.

Margaret MEAD et Gregory BATESON, dans leur ouvrage intitulé *Balineses Character, a Photographic Anaylis*, décrivent leur expérience commune en anthropologie

visuelle. Tous les deux ont réuni des photographies commentées et classées selon diverses thématiques concernant la vie quotidienne et religieuse du groupe étudié, en arrivant à mettre en scène des dessins qu'ils réalisaient sur certaines positions et attitudes corporelles.

Mais celui qui a créé le tournant fondamental pour l'utilisation de la photographie dans le champ des Sciences Humaines, fut John COLLIER qui, en 1967, publie un ouvrage des méthodes de l'anthropologie visuelle photographique. Sa démarche s'inscrit « dans les perspectives des sciences sociales de l'époque notamment dans le domaine de la communication non verbale : la **proxémie** d'Edward T. HALL (1959) ou la **kinésie** de Ray L. BIRDHISTELL (1952) »¹⁹⁵. Dans cet ouvrage, il systématise tout son vécu en tant que photographe et accompagnant d'anthropologues, pour mettre en évidence le lien entre ces deux métiers. Il y a certains critiques de l'œuvre de John COLLIER, qui soulignent, comme Peter BIELLA, l'empirisme et l'absence de conceptualisation théorique¹⁹⁶. Dans son article il explore clairement le cheminement de John COLLIER et sa contribution, de la même manière que l'humanisme et l'empirisme de l'auteur. Dans ces « leçons », il explique les fondements qui ont confirmé sa vision de l'anthropologie visuelle. En revanche, d'autres experts comme Donna SCHWARTZ¹⁹⁷, Jean François WERNER, Emmanuel GARRIGUS ou encore Luiz Eduardo ROBINSON ACHUTI, revendiquent leur filiation avec John COLLIER dans leurs études et recherches ethnologiques.

A partir de là, Howard S. BECKER et autres auteurs, livrent des réflexions sur l'exploration de la société par l'intermédiaire de la photographie¹⁹⁸. En revanche, en France, ces méthodes ont eu du mal à se mettre en place et à évoluer dans le monde scientifique. L'anthropologie visuelle a été comprise comme une discipline liée aux seules techniques de prises de vues cinématographiques qui bénéficient d'une reconnaissance

¹⁹⁵ DUTEIL-OGATA Fabienne. *La photo-interview dialogues avec des japonais*. Ethnologie Française. 2007, vol 37, p. 70.

¹⁹⁶ BIELLA Peter. *The Legacy of John Collier. The Origins of Visual Anthropology* [en ligne] 2001-2002, p. 51. Disponible sur : <http://online.sfsu.edu/~biella/biella2002c.pdf> (consulté le 30 mai 2007), traduction personnelle.

¹⁹⁷ Notamment avec sa recherche sur la population de Waucoma dans l'Iowa en 1992 qui a donné naissance à un livre intitulé « Waucoma Twiligh : Generations of the Farm ». Dans cet ouvrage elle documente l'histoire de cinq familles fermières avec 214 photos en noir et blanc et plusieurs photo-élicitations avec les membres de ces familles. Elle revendique ainsi qu'en montrant des images qui appartiennent à un groupe social, dans son cas les familles, cela facilite l'expression des interviewés. Les informateurs sont plus à l'aise devant leurs propres photographies.

¹⁹⁸ CONORD Sylvaine. *Usages et fonctions de la photographie en anthropologie*. Ethnologie Française. 2007, vol 37, p. 11.

depuis les années 1960. Nous pouvons citer les travaux de Jean ROUCH, Marc PIAULT ou Jean ARLAUD¹⁹⁹ sur ce sujet. Il a fallu attendre les années 1990 pour que la photographie soit prise en compte comme une méthode scientifique et de rendu des réalités, comme le décrivent les travaux de Jean Philippe BONNIN (1989) avec son article « Imaginations intérieures : la photographie comme méthode », Emmanuel GARRIGUES (1991) qui a coordonné un ouvrage intitulé « Ethnographie et photographie », Albert PIETTE qui, en 1992, a publié « Le mode mineur de la réalité. Paradoxes et photographies en anthropologie » et enfin Paul TERRENOIRE (1985) avec son article « Images en sciences sociales : l'objet et l'outil » publié dans *La Revue Française de sociologie*²⁰⁰.

Ces publications témoignent d'une évolution dans le champ photographique considéré comme un outil de recherche. En revanche, au-delà de l'idée de photographier les informants, comme un miroir du réel (mimesis-iconographique), certains auteurs l'utilisent comme un instrument de transposition (code-symbole), d'analyse et de transformation du réel : Christian METZ (1974) avec son ouvrage « Langage and cinema », Roland BARTHES avec « La Chambre claire » (1980), Jean-Louis BAUDRY avec son livre « Les images » (1963), Pierre BOURDIEU (1965) avec son livre « Un art moyen. Essai sur les usages sociaux de la photographie ». L'image comme transposition est impliquée dans l'usage de la photographie comme symbole des règles sociales que les personnes veulent matérialiser.

1.4.2 La photographie dans l'investigation exploratoire.

Tout au long de certains processus de recherche exploratoire, quelques auteurs ont donné une place fondamentale à la photographie. John COLLIER²⁰¹ a défini trois niveaux d'usage de la photographie dans la recherche :

- comme soutien et appui d'une information existante,
- dans la recollection d'informations,
- enfin, comme résultat premier de la recherche.

¹⁹⁹ CONORD Sylvaine. Op. Cit., p. 11.

²⁰⁰ CONORD Sylvaine. Idem.

²⁰¹ COLLIER John. *Visual anthropology as a research method*. New York : Rinehart and Winston, 1967, p. 19-29, traduction personnelle.

Pour sa part, David DODMAN²⁰² simplifie son usage et la définit comme : registre, organisation, classification et présentation du matériel informatif. En revanche, Philippe DUBOIS définit la photographie comme « l’empreinte lumineuse, trace dont les effets de réalité pour le lecteur sont forts »²⁰³. Si nous nous référons à ces écrits, l’acte photographique implique non seulement une détermination spatio-temporelle mais aussi l’acte mimétique d’une empreinte. La photographie contribue à la mémorisation d’un certain nombre d’indices comme une logique de preuve visible procédant d’une démarche d’observation dans le cas d’un chercheur.

Dans ce sens, les travaux de Roland BARTHES sur la photographie et la réaction immédiate du spectateur devant celle-ci, nous éclairent sur différents concepts essentiels et attributs de la photographie par rapport aux autres documents visuels. Pour Roland BARTHES, ce support iconographique est « délimité par un cadre formel, subjectif, construit par le choix technique et esthétique du sujet photographiant issu des relations que ce dernier entretient avec le monde et les sujets photographiés »²⁰⁴. C'est-à-dire qu’il existe « une double position conjointe : de réalité et de passé »²⁰⁵. Elle atteste de quelque chose qui est passé, dans un contexte précis mais elle « ne dit pas (forcément) ce qui n’est plus, mais seulement et à coup sûr, ce qui a été. Cette subtilité est décisive. Devant une photo, la conscience ne prend pas nécessairement la voie nostalgique du souvenir, mais pour toute photo existant au monde, la voie de la certitude : l’essence de la photographie est de ratifier ce qu’elle représente [...] »²⁰⁶.

En effet, quelques chercheurs se basent sur l’idée que les images peuvent « être faites par les chercheurs, ou par les personnes qu’ils sont en train d’observer ; elles peuvent prendre forme en films, photographies, diagrammes, etc. »²⁰⁷ ou dessins, collages, legos et autres. Tel est le cas de David GAUNTLETT²⁰⁸, chercheur innovateur en

²⁰² DODMAN David. *Shooting in the city : an autophotographic exploration of the urban environment in Kingston Jamaica*. Aerea, vol. 35, 2003, p. 296, traduction personnelle.

²⁰³ DUBOIS Philippe. *L’Acte photographique et autres essais*. Paris : Nathan, 1990, p. 46.

²⁰⁴ BARTHES Roland. *La chambre claire. Note sur la photographie*. Paris : Gallimard, Le Seuil, 1980, p. 120-121.

²⁰⁵ BARTHES Roland. *Idem.*, p. 121.

²⁰⁶ BARTHES Roland. *Idem.*, p. 124.

²⁰⁷ GILLIAN Rose. *Visual methodologies : an introduction to the interpretation of visuals materials*. Second edition. London : SAGE Publications, 2007, p. 240, traduction personnelle.

²⁰⁸ GAUNTLETT David. Exemples, théories et recherches. Disponibles sur : <http://www.theory.org.uk/david/> (consulté le 01 juin 2007).

Sciences de l'Information et Communication de l'Université de Westminster en Angleterre. Il est important de mentionner que ces images ne représentent pas un simple aspect de la recherche, comme Marcus BANKS²⁰⁹ le nomme : « une représentation visuelle redondante de quelque chose décrit dans un texte ». Au contraire, dans ces méthodes, les images sont utilisées activement dans le processus de recherche, accompagnées d'autres types d'évidences produites par des interviews ou par un travail de champ ethnographique.

De ce fait, la photographie qui fait partie du vaste monde de l'image peut être utilisée comme un instrument visuel pour la recherche. Nous pouvons comprendre alors l'image photographique dans la recherche, comme une « construction de continuités entre la culture que nous étudions et la recherche académique (en regroupant des collaborateurs autour du sujet traité) »²¹⁰.

Tout au long de ces conceptions, nous pouvons constater que la photographie est un outil présent dans les recherches en sciences humaines et sociales. Mais cette ressource peut aussi prendre une autre dimension : celle de la réponse. Nous sommes, donc devant une autre possibilité que ces photographies peuvent nous donner. Ces images répondent à des questions concernant un cadre plus large que le sujet immédiat. Ainsi, nous pouvons comprendre que ces images permettent d'accéder à une dimension d'échange, d'affirmation, de négation, d'interprétation, de lecture, de réflexion, etc., qui peuvent se trouver au cœur d'une photographie.

1.5 Photo elicitation.

Nous allons maintenant exposer les usages complémentaires que l'image fixe peut nous donner dans notre discipline, et notamment, l'usage que nous avons entrepris dans cette recherche. Au-delà des qualités esthétiques de la photographie, de son rapport particulier au temps, à l'espace, elle peut aussi fournir des modes d'accès au réel, différents et complémentaires.

²⁰⁹ BANKS Marcus. *Using visual data in qualitative research*. London : Sage Publications, 2007, p. 32-33, traduction personnelle.

²¹⁰ PINK Sarah. *Doing Visual ethnography*. Second edition. London : Sage Publications, 2007, p. 56, traduction personnelle.

Dans cette perspective, les images photographiques offrent souvent une grande richesse d'informations, c'est donc ceci qui peut transformer l'image en un instrument de recherche à part entière. Elle peut jouer le rôle de **médium**, entre le chercheur et l'informant. Dans ce sens, Marcus BANKS a divisé les méthodes visuelles en trois activités principales :

- « faire des représentations visuelles (en étudiant la société en produisant des images),
- examiner des représentations visuelles préexistantes (en étudiant les images pour l'information de la société),
- collaborer avec les acteurs sociaux dans la production de représentations visuelles »²¹¹.

Ces activités peuvent, de manière générale, être anticipées avant le travail de terrain, dans notre cas avec la mise en œuvre de l'atelier photo, c'est-à-dire, en se concentrant sur le troisième volet cité par Marcus BANKS. Pour Sarah PINK, les méthodes visuelles qui sont réalisées en collaboration avec les informants doivent se développer et se redéfinir au fur et à mesure que la recherche avance²¹².

L'utilisation de la photo comme méthode visuelle pourrait donc devenir un outil de discussion et d'incitation à la prise de parole²¹³. La photo *elicitation* est basée sur la simple idée d'insérer une photographie dans un entretien de recherche. La différence entre les entretiens utilisant images et textes et les entretiens utilisant seulement les paroles se situe dans les types de réponses de ces deux formes symboliques de représentation. John COLLIER présente dans son livre « *Visual Anthropology : photography as a research method* », un chapitre entièrement consacré à la photo interview. Il énumère les divers avantages de cette utilisation : elle favorise la prise de contact et permet de procéder à plusieurs interviews de la même personne sans que le contenu informatif s'en trouve pour autant réduit. Autre atout, comme Fabienne DUTEIL-OGATA²¹⁴ le mentionne « la présence du cliché établit entre le chercheur et la personne interviewée un rapport plus souple et convivial que lors d'un entretien classique ».

²¹¹ BANKS Marcus. Op. Cit., p. 34.

²¹² PINK Sarah. Op. Cit., p. 59.

²¹³ BANKS Marcus. Idem., p. 36.

²¹⁴ DUTEIL-OGATA Fabienne. Op.Cit., p. 71.

Cette relation triangulaire (chercheur, photographie, interviewé), tend à réduire la distance frontale d'un entretien en profondeur classique en le ramenant, grâce à la présence des photos, à un « effet divertissant »²¹⁵. Nous l'avons déjà évoqué, la *photo elicitation* ou *photo interviewing* est basée sur la simple idée d'insérer une ou plusieurs photographie(s) dans un entretien en profondeur. La photo peut être prise par le chercheur ou par l'informant ou l'observé. Dans le cas de la *photo-elicitation* « on peut argumenter que pendant la conversation d'un entretien ordinaire on peut aborder plusieurs sujets. En revanche, en discutant une photo avec un interviewé on peut obtenir beaucoup plus de dialogue sur différentes choses »²¹⁶. En effet, John COLLIER²¹⁷ dans ses premières approches de la photo-elicitation, indique que c'est seulement à travers un entretien sur une photographie que l'information a pu être accessible par le chercheur.

La photo-elicitation a été utilisée dans différents disciplines et domaines pour :

- a) Déterminer l'identification ethnique (GOLD 1986).
- b) Comprendre des comportements (ENTIN 1979, WESSELS 1985).
- c) Augmenter la récupération de la mémoire (ASCHERMANN et alii. 1998)
- d) Travailler avec des enfants/des étudiants (DIAMOND 1996, WEINIGER 1998, FOSTER et alii. 1999, SALMON 2001)
- e) Entreprendre des évaluations de programme (BROWN et alii. 1980, TUCKER and DEMPSEY 1991, BUCHANAN 1998)
- f) Fournir un outil pour soins et la recherche médicale en gérontologie (HAGEDORN 1996, HIGGINS & HIGHLEY 1986, MAGILVY et alii. 1992)
- g) Apprendre aux étudiants tertiaires (KILLION 2001, SMITH AND WOODWARD 1999)
- h) Parler de concepts abstraits et difficiles (CURRY and STRAUSS 1994, BENDER et alii. 2001)

A partir de ces études et exemples, Rosalind HURWORTH²¹⁸ a subdivisé la photo-elicitation en trois types d'utilisation que nous allons décrire ci-dessous.

²¹⁵ DUTEIL-OGATA Fabienne. Idem., p. 75.

²¹⁶ GILLIAN Rose. Op. Cit., p. 140.

²¹⁷ COLLIER John. Op. Cit., p. 49.

²¹⁸ HURWORTH Rosalind. *Photo-interviewing for research*. Social research updates : sociology of Surrey [en ligne] 2003. Disponible sur : <http://sru.soc.surrey.ac.uk/SRU40.html> (consulté le 15 aout 2007), traduction personnelle.

1.5.1 L'auto-driving (l'auto-conduite).

C'est la forme de photo-elicitation la plus commune et la plus développée par les chercheurs. L'auto-driving entraîne les interviewés à conduire la discussion par rapport aux photographies que le chercheur fournit. Les photos sont choisies par le chercheur dans l'objectif d'approfondir l'opinion et les aperçus du sujet d'intérêt, en lui donnant une certaine autonomie dans le choix des images²¹⁹. Cette forme de photo-elicitation a été nommée « auto-conduite » parce qu'elle indique que l'interviewé produit les informations et le chercheur voit son comportement devant les photos. L'auto-driving permet d'acquérir de nouveaux points de vue.

Selon CLARK-IBAÑEZ²²⁰ les entretiens en auto-driving peuvent être conduits au cas par cas ou avec un groupe de sujets. Les deux formules présentent des avantages et des inconvénients. Parfois dans les commentaires faits dans un entretien de groupe un interviewé peut déclencher les points de vue d'un autre informateur. D'autre part, l'opposé pourrait arriver aussi, c'est-à-dire qu'un informateur peut devenir timide en présence d'autres, ou devenir réticent parce qu'il n'est pas d'accord avec les commentaires faits par d'autres. Ce sont là les désavantages des entretiens de groupes ou *focus group*.

1.5.2. Reflexive-photography (photographie réflexive).

Elle utilise des photos prises par les participants. La photographie réflexive implique les interviewés qui prennent des photographies qui reflètent, comme dans un miroir, des significations plus profondes, significations qui sont exprimées lors de l'entretien. Certains exemples ont été développés par Charles HARRINGTON et Timothy SCHIBIK en 2003, qui examinaient les perceptions de Freshman Collège où les étudiants disposaient de caméras jetables et prenaient des photos traduisant leurs impressions sur l'Université. Ceci était suivi d'une interview réflexive pour découvrir leurs réactions. Ils proposent de cette manière « une technique de recherche qualitative alternative qui

²¹⁹ PINK Sarah. Op. Cit., p. 151.

²²⁰ CLARK-IBANEZ Marisol. *Framing the social world with photo-elicitation interviews*. American Behavioral Scientist. 2004, n° 47, p. 1507-1527, traduction personnelle.

examine l'interaction dans l'environnement individuel phénoménologiquement orienté, connue comme photographie réflexive »²²¹.

En 2001, Helene BERMAN et son équipe étudiaient les enfants réfugiés au Canada primo-arrivants de Bosnie âgés de 11 à 14 ans²²². Les participants avec des caméras jetables étaient invités à prendre des photos des lieux et événements. Les significations de ces photos étaient ensuite exploitées par les chercheurs.

1.5.3 Photo-novella (photo-roman).

Cette forme de photo-elicitation signifie « image avec une histoire ». Dans ce cas, les chercheurs utilisent des images pour faire parler des routines quotidiennes des informants. Comme dans la photographie-réflexive les caméras ne sont pas utilisées par les chercheurs ou par des photographes professionnels mais sont distribuées aux informants de manière à discuter leurs prises de vue lors de leur journée : de travail, de chômage, d'école, d'hôpital et autres événements qui dépeignent au mieux leur journée.

Le composant le plus important de la photo-novella c'est le dialogue où les participants montrent leurs photographies et parlent de leur signification et signifiants. Cette base d'images dans l'expérience réelle est la clef qui donne aux photographies infiniment plus de valeur qu'un jeu d'images créées par des étrangers.

Dans le même esprit la photo-novella a été aussi appelée par certains auteurs *photo-voice* (photo-voix). Le terme *photo-voice* a été utilisé par Caroline WANG et Mary Ann BURRIS²²³ (1997) au lieu de photo-novella. C'est un processus par lequel les gens peuvent identifier, représenter et développer leur communauté par une technique photographique spécifique.

²²¹ HARRINGTON Charles, SCHIBIK Timothy. *Reflexive photography as an alternative method for the study of the freshman year experience*. NASPA journal. 2003, vol. 41, n° 1, p. 24, traduction personnelle.

²²² BERMAN Helene et alii. *Portraits of Pain and Promise : a photographic study of Bosnian youth*. Canadian journal of nursing research. [en ligne] 2001, vol. 31, n° 4, p. 21- 41. Disponible sur : <http://www.crvawc.ca/documents/Portraits%20of%20Pain%20and%20Promise%20Berman%20et%20a1.pdf> (consulté le 23 mai 2007), traduction personnelle.

²²³ WANG Caroline, BURRIS Mary Ann. *Empowerment through photo novella : Portraits of participation*. Health Education Quarterly, 1994, n ° 21 (2), p. 171-186, traduction personnelle.

Caroline WANG²²⁴ mentionne aussi que c'est une technique qui peut être utilisée pour la recherche d'action participative par laquelle les gens créent et discutent des photographies comme un moyen permettant le changement d'une communauté et l'engagement personnel. Caroline WANG a récemment travaillé en utilisant cette technique auprès de clochards dans Ann Arbor (Etats-Unis), en se servant de photos du quotidien de ces personnes pour répondre aux besoins les plus importants en matière de santé. Elle propose dans ce cadre un mélange de techniques : *photo-voice* et recherche-action. Samantha WARREN²²⁵ a utilisé cette technique pour la recherche dans le management où elle explicite comment cet outil a servi aux managers pour établir de nouveaux rapports dans le cadre des relations humaines avec les employés et vice-versa.

1.6 Entretien Photo-Réflexif (EPR).

Cette méthode est le résultat d'une réflexion collective à partir d'une approche pragmatique qui vise à rendre un atelier photo plus efficace pour une recherche. Cet atelier intitulé « L'écriture de soi » avait pour objectif de proposer, à la population jeune de ces quartiers, d'entreprendre l'écriture visuelle de leur roman personnel. Les jeunes réaliseraient eux-mêmes un inventaire photographique de leur espace intime : la chambre, le quartier, la maison, les amis, etc. En étant sur le terrain comme observatrice, je devais aussi mettre en place l'atelier photo mentionné. Il fallait donc séparer l'observation participante et la démarche fondée sur cet atelier. Sur le premier terrain, Thouars, nous nous sommes rendue compte que ces deux dispositifs organisés pourraient bien se marier en se complétant méthodologiquement, étant donné que l'atelier était d'une manière ou d'une autre un « engagement » des jeunes auprès de moi. Il est devenu par la suite un élément fondamental pour l'observation participante. Ainsi, ces deux méthodes ont créé de nouvelles perspectives pour la recherche.

Dans ce sens est né l'entretien photo réflexif, qui n'est qu'un prolongement, avec certaines différences, de la reflexive-photography déjà décrite. La démarche consistait à distribuer des appareils photos jetables auprès des jeunes informants qui voulaient participer. Chaque jeune participant a été pourvu d'un appareil photo jetable en argentique

²²⁴ WANG Caroline. *Using photovoice as a participatory assessment tool : A case study with the homeless in Ann Arbor*. Community-based participatory research for health, 2003, p. 179-196, traduction personnelle.

²²⁵ WARREN Samantha. *Photography and voice in critical qualitative management research*. Accounting, Auditing & Accountability Journal, 2005, vol.18, n°6, p. 21, traduction personnelle.

de 27 photos. Cette distribution a été accompagnée d'une feuille avec 19 consignes. Ces consignes ont été préparées par l'équipe de recherche de façon à rassembler certains points sur « l'intimité » identitaire du jeune en question et compléter ainsi la grille d'entretien qui répond aux attentes du projet de recherche régional.

Le jeu photographique auquel les jeunes participaient s'inscrit dans un processus : d'abord le jeune réalise ses photos en nous montrant son intimité, ensuite nous discutons de ses prises de vues et nous conduisons nos entretiens (entretien en profondeur) et enfin le jeune est pris en photo par le photographe Vincent BENGOLD qui a essayé de faire des portraits des jeunes de la façon la plus naturelle possible²²⁶.

Dans la figure 4 ci-après, nous présentons le questionnaire de l'équipe de recherche tel que nous le remettons aux jeunes.

²²⁶ Annexe No.1. *Portraits jeunes*. Exposition photo Univers-Cités. CD joint.

Identités & Médias - Atelier photo

Dans le cadre du projet Identités & Médias, nous proposons un atelier d'expériences photographiques.

CONSIGNES :

Tu reçois un appareil photographique argentique jetable de 27 photos. Pendant deux semaines tu devras photographier chaque étape, sans en oublier. A la fin tu remets l'appareil photo à Nayra. Après tu reçois les photos que tu as prises, et on fait ton portrait.

- | | |
|---|---|
| 1) Autoportrait dans un miroir. | 10) Mes amis. |
| 2) Mes parents. | 11) Me vêtements préférés. |
| 3) Mon album de famille ou de photos accrochées au mur. | 12) Quelque chose qui représente la France. |
| 4) Quelque chose de beau. | 13) Quelque chose qui représente mes origines et celles de ma famille. |
| 5) Quelque chose qui représente mon espace de vie intime. | 14) L'objet auquel je tiens le plus. |
| 6) Quelque chose qui représente mon quartier. | 15) Mon plat préféré. |
| 7) Un souvenir d'enfance. | 16) Mon sport favori. |
| 8) Ce qui me fait rêver. | 17) La chaîne de télévision que je regarde le plus. |
| 9) Mon école. | 18) Mon portable. |
| | 19) Autres photos de mon identité (poste Informatique, Mp3, blog, etc.) |

Figure 4. Questionnaire photo.

A partir de cette grille le participant avait un temps pour la remise de l'appareil qui était fixé à deux semaines. C'était un temps provisoire pour la production de photos. En réalité, 85% des jeunes participants ont remis l'appareil dans un délai de trois et quatre semaines.

1.6.1 Description de l'Entretien Photo Réflexif (EPR).

L'EPR s'est divisé en deux étapes : la première était la réalisation des photos, de la part des jeunes ; pour la deuxième il s'agissait de la photo-elicitation ou échange entre chercheurs et jeunes. Cet EPR s'est réalisé en ma présence, en tant que doctorante et réalisatrice de l'enquête de terrain, ainsi qu'en la présence d'Alain BOULDOIRES, en tant que directeur du programme, donnant un regard extérieur lors des entretiens. Vincent BENGOLD, le photographe, a essayé de créer un lien avec jeunes interviewés avant la prise de vue.

L'équipe de recherche s'est engagée ainsi à leur donner une copie des photos prises. Après la photo-elicitation, le portrait individualisé, réalisé par le photographe, a été mise en valeur dans une exposition photo intitulée « Univers-Cités » et présentée dans les cinq municipalités enquêtées. Celle-ci a permis de mettre en valeur certains clichés prises par le jeune lui-même. Cet échange était en quelque sorte une façon d'encourager les jeunes à réaliser les photos et participer à notre étude. Nous n'allons pas analyser ni les portraits ni les photos prises par les jeunes. Nous allons évaluer les discours de ces jeunes à partir de ces photos en complément de notre grille d'entretien et de l'observation participante.

1.7 Opérationnalisation des hypothèses : grille d'entretien et questionnaire photographique.

Nous avons réalisé une grille d'entretien avec l'équipe de recherche. Après nous l'avons mise en rapport avec le questionnaire photo. Chaque photographie évoque une partie de la grille d'entretien, si ce n'est la totalité. Cela nous a permis d'aborder chaque sujet à partir de la photographie. Parfois, le jeune a pris des photos qui ne suivent pas les consignes, et nous avons été obligés de continuer l'interview sur la grille d'entretien en ajoutant à cela les photographies proposées par le jeune. Ce type de technique est souple et il doit être en relation avec le travail que le jeune a réalisé avec l'appareil photo.

D'autres jeunes ont participé à l'atelier photo en réalisant d'autres photographies que celles demandées et qui, selon eux, sont plus parlantes de « leur identité ». Nous nous sommes donc situés face à de nouvelles propositions photographiques, parfois très intimes. Cela nous a amenés à écouter davantage ce que le jeune était en train de nous dire

et à approfondir ses paroles à travers le *médiascape* et la construction identitaire de l'interviewé.

Dans le tableau 3 qui suit, nous proposons une triangulation complémentaire de la grille d'entretien, du questionnaire photo et des hypothèses. Cela nous permet de voir comment nous avons fait évoluer le dispositif et la mise en place de ces instruments de recherche. Dans le respect de la dynamique que le jeune proposait, cette triangulation s'est vue confrontée plusieurs fois à un recadrage immédiat des questions. Chaque EPR était unique et il se réglait au fur et à mesure des dialogues. Pour une meilleure compréhension de cette triangulation, nous avons séparé par thèmes les sujets traités.

Nous avons opérationnalisé les hypothèses de travail avec les techniques de recherche utilisées : grille d'entretien et questionnaire photo. Nous rappelons les trois hypothèses de ce travail et les relations que nous avons élaborées pour avoir une compréhension générale du terrain :

Hypothèse 1 : Les actions numériques du jeune participent à la construction de son *médiascape* ou médiapaysage, quête d'une émancipation de soi.

Cette hypothèse fait référence au sujet jeune du quartier populaire et à ses déterminations, donc nous allons l'aborder à partir de la médiation individuelle décrite par Jesús MARTIN BARBERO et la narration de soi de Paul RICOEUR, théories déjà développées dans le cadre théorique²²⁷.

Hypothèse 2 : Les processus de production médiatique, déterminés par les médiations, servent à particulariser leur environnement social et leur cadre spatio-temporel.

Avec cette hypothèse nous essayons de cerner les médiations qui interviennent dans des espaces et situations précis. Nous revenons donc aux médiations familiales, institutionnelles, au groupe de pairs, ainsi qu'au « territoire ».

²²⁷ Consulter : Cadre Théorique. Chapitre 2. p. 63-96.

Hypothèse 3 : Les produits médiatiques permettent aux jeunes une narration de soi et une insertion dans une culture expressive propre aux quartiers populaires.

Cette hypothèse porte sur la conception de produits médiatiques comme formes d'expressions identitaires qui leur sont propres. Ces expressions médiatiques seront comprises comme pratiques de la communication. Nous avons donc construit une grille de questions par rapport à leurs pratiques et à leurs productions médiatiques.

Pour détailler ces rapports nous avons construit ce tableau qui retrace le chemin suivi et les différents sujets que nous avons abordés par le biais de L'EPR ainsi que par le questionnaire photo qui a été distribué auprès des jeunes.

Hypothèse 1	Grille d'entretien	Questionnaire Photo
<p>Cherche à répondre : Culture de soi des jeunes. Leurs déterminations et médiations individuelles.</p>	<p>Comment définir sa culture ? Rapport : famille, amis, institutions, médias ? Quel rapport au territoire ? (monde, pays, ville, quartier). Quel rapport à l'identité : nationale, cité, individuelle ? Quelles références : ethnique, nationale, religieuse, idéologique, sexuelle ? Qu'est-ce qui est sacré : famille, religion, quartier ?</p>	<p>Autoportrait dans un miroir. Quelle chose qui représente la France ? Mon plat préféré ? Mon sport favori ? L'objet auquel je tiens le plus ? Quelle chose qui représente mon lieu de vie intime. Quelle chose qui représente mes origines et celles de ma famille ?</p>
<p>Hypothèse 2</p> <p>Cherche à répondre : L'environnement social et le cadre spatio-temporel des jeunes. (médiations familiales, institutionnelles et d'alterité).</p>	<p>Grille d'entretien</p> <p>Quels échanges avec les parents ? Héritage culturel ? Quels liens avec la famille ? Quels échanges entre les jeunes ? Qu'est-ce qui est partagé : valeurs, espoirs, révoltes ? Rapports hommes/femmes ? Codes vestimentaires ? Rapport au corps ? Quelles part de l'autonomie de l'individu dans le quartier ? différences en dedans et en dehors du quartier ?</p>	<p>Questionnaire Photo</p> <p>Mon école Quelle chose qui représente mon quartier. Album de famille ou photos accrochées au mur. Mes amis Mes vêtements préférés.</p>
<p>Hypothèse 3</p> <p>Cherche à répondre : La conception et les usages médiatiques des jeunes : productions & pratiques médiatiques.</p>	<p>Grille d'entretien</p> <p>Radio ou pas ? Laquelle ? A quel moment ? Participation ? Quel programme TV ? Avec qui ? Quels moments ? Quel équipement informatique ? Quels sites ? Quels blogs ? Leur blog ? Leur production ? Le portable, quel usage : SMS, photos, films, musiques ?</p>	<p>Questionnaire Photo</p> <p>MP3 (autres photos de mon identité) Poste de TV ? Ma chaîne de TV favorite ? Poste informatique, ordinateur ? Mon portable ?</p>

Tableau 3. Recoupements entre les hypothèses, la grille d'entretien et le questionnaire photo.

Nous structurons ces hypothèses sur la base de la théorie des médiations expliquées auparavant. Nous montrons aussi les relations sur le point le plus important de notre recherche : les productions médiatiques, la représentation photographique des outils technologiques, et enfin, l'insertion de ces outils dans le médiascape du jeune.

Nous avons aussi posé certaines questions par rapport à leurs représentations et stratégies identitaires, c'est-à-dire, la reconnaissance en dehors du quartier en termes de légitimité culturelle, minorité et injustice. De la même manière, nous avons voulu savoir quelles stratégies les jeunes mobilisent pour répondre à la différenciation, l'assimilation ou bien l'identification en elle-même. Dans ce recouplement nous voyons qu'il n'existe pas une relation avec le questionnaire photo vu qu'il est difficile de représenter ces points en photo. Toutefois, à chaque EPR nous avons évoqués ces thématiques avec les jeunes.

1.7. 1 Le paradigme de l'Entretien Photo Réflexif.

Nous venons d'évoquer la triangulation de nos méthodes et techniques de recherche. Nous voudrions approfondir certains points qui nous semblent importants pour mieux comprendre la relation avec l'EPR. La différence la plus importante avec la photographie réflexive tout court, est que nous avons donné aux jeunes une série de consignes à suivre pour réaliser leurs photos. Dans l'autre cas, le chercheur laisse aux informateurs le choix des photos à prendre à partir d'un sujet explicite. Nous avons voulu laisser un guide qui, d'une manière ou d'une autre, devienne un aide-mémoire pour qu'ils trouvent les représentations visuelles de leur identité. Néanmoins le guide n'a pas été totalement suivi par le jeune participant et nous nous sommes rendu compte qu'il existe un besoin énorme d'être indépendant dans la prise de photos.

Nous avons ensuite travaillé sur la conception que nous avons donnée à cette démarche atypique de recherche. L'EPR applique consciemment un paradigme constructiviste et non essentialiste, dans le cadre de cette recherche, notamment sur la construction identitaire et les productions médiatiques. Ron LEVY²²⁸ explique bien que la connaissance prend forme dans l'interaction chercheur-sujet de recherche. Le monde des constructivistes est fait d'éléments personnels, sociaux, culturels et la connaissance

²²⁸ LEVY Ron. *Croyance et doute : une vision paradigmatique des méthodes qualitatives*. Rupture : revue transdisciplinaire en santé [en ligne] 1994, vol 1, n° 1, p. 92-100. Disponible sur : http://www.medsp.umontreal.ca/ruptures/pdf/articles/rup011_092.pdf (consulté le 20 juin 2007).

émerge de cette complexité par le biais de significations données à la réalité. Celle-ci est donc faite de plusieurs vérités qui ne sont ni pures ni absolues.

En ce sens, cette démarche est un type d'activité où le jeune nous transmet son identité sur un mode «visuel». Lors de cette démarche, le participant construit des règles ou des principes auxquels il accorde rapidement un caractère de participation et d'engagement dans la démarche. L'entretien photo-réflexif, notamment la prise de photos, est un processus actif et constructif où le jeune :

- agit sur nos questions (demande de photos),
- en sélectionne certaines et en rejette d'autres,
- comprend que les informations ne s'associent pas entre elles automatiquement mais sont l'objet de traitement,
- organise des repères identitaires en augmentant la probabilité d'intégrer de nouvelles informations de manière significative,
- crée des stratégies propres pour gérer les tâches à accomplir,
- parfois il partage ses doutes et réflexions sur la méthode de recherche en nous impliquant comme partie du processus.

Ainsi cette méthode multiplie les moments réflexifs des participants. Dans les analyses que nous avons menées, nous avons découvert trois manières de voir cet engagement²²⁹ :

1 - Prendre des photos de soi. C'est un moment productif et expressif de l'identité de soi. EPR promeut diverses réponses visuelles, qu'elles soient négociées ou interdépendantes. Les jeunes choisissent les images à prendre en sachant que les photos peuvent être utilisées dans une exposition ou autre démarche similaire. Il y a aussi une acceptation d'y participer parce que quelqu'un du réseau d'amis participe. En fait 42 sur 49 participants ont signé l'autorisation de publication des photos et portraits. Dans ce contexte, prendre des photos de leur vie et de leur environnement, en relation avec les

²²⁹ HONG-MERCIER Seok, VACAFLOR Nayra. Self images of identity: reflexive photography interviewing applied to the suburban migrant youth in Aquitaine. In : ECREA Congres Communication Policies and Culture in Europe. Section : Diaspora Migrations and the Media, 25-28 nov.2008, Barcelone.

questions, était un acte de communication sociale, en d'autres termes, un acte de négociation avec l'image publique de leur identité.

2 - Ensuite les prises de vues. Les participants expliquent comment et pourquoi ils ont choisi ces photos. En effet, nous réintégrons le modèle partagé des actions menées du côté du chercheur et du côté de l'informant. Ainsi, le moment de la photo-élicitation est très important pour la signification que ces photos ont, pour la façon dont le jeune informant va extérioriser ses réponses, pour l'expérience individuelle de cette méthode qui aide effectivement à trouver d'autres narrations de soi et de son rapport aux médias.

Les actions menées auparavant pour que les clichés existent, permettent le partage de leur environnement et de leur vie intime. Toutefois, dans l'adoption d'une démarche réflexive, le sujet prend conscience de l'herméneutique de soi qui le renvoie à une idée de lui-même. Le pouvoir donné à un jeune de produire, construire et déconstruire un concept, est une façon de lui reconnaître une capacité d'action participative au sein de notre étude.

3 - Enfin, cette méthode (EPR) n'est pas qu'une méthode adaptée à la question de l'identité comme l'explique bien David GAUNTLETT²³⁰. Pour lui il est « plus facile de répondre ou d'exprimer l'identité avec des méthodes visuelles et créatives, de cette manière, les participants sont encouragés à prendre un peu de temps pour refléter leur propre identité ». On leur demande, dans notre cas à travers les photos, un modèle métaphorique de leur soi. Ainsi, cette méthode peut être non seulement un outil d'investigation de l'identité mais elle est aussi une méthode visuelle qui prend sa place positivement dans la recherche en Sciences de l'Information et de la Communication.

1.7. 2 Les démarches de l'atelier photo.

Pour réaliser cet atelier photo nous avons développé certaines stratégies de mise en place. La première était la prise de contact avec les animateurs ou éducateurs qui mettent en place des activités du type artistique, par exemple : musique, danse, arts plastiques ou autres. Dans cette rencontre nous expliquons la démarche investigatrice et c'est lui/elle qui choisit les jeunes qui peuvent éventuellement être intéressés par notre démarche.

²³⁰ GAUNTLETT David. *Creative Explorations : new approaches to identities and audiences*. Londres : Routledge, 2007, p. 15, traduction personnelle.

Nous demandions la plupart du temps à les rencontrer pour leur expliquer le processus à suivre. Nous avons eu très peu de refus au moment de l'explication. Les refus constatés le furent pour les raisons suivantes :

- Deux cas à Talence (Thouars) : les jeunes n'étaient pas du tout attirés par l'idée. Il y en a même un qui nous a dit : « *si tu me donnes un appareil je vais jamais le faire* ».
- Sur Bègles, quatre refus de filles qui ne voulaient pas se voir prendre des photos dans leur quartier et qui avaient d'autres occupations plus importantes : deux d'entre elles avaient des enfants en bas âge.
- Sur Agen et Floirac les refus se sont faits moins évidents et les jeunes étaient beaucoup plus réceptifs envers l'atelier photo. J'ai eu deux refus, mais ces deux jeunes-là (Amine et Abou) m'ont laissé découvrir leur univers quotidien.
- Finalement sur Pau, la distribution s'est avérée la plus difficile et les refus étaient presque immédiats. Nous avons noté dans le journal de bord six refus.

Malgré ces refus immédiats nous avons réussi à construire notre réseau de participants. Parfois nous avons expliqué le projet de recherche à des jeunes qui étaient favorables (en tout cas c'est ce que nous ressentions) et puis ils n'ont jamais pris une seule photo, et les appareils ont disparu, à l'exception de trois qui ont été rendus neufs (deux sur Floirac et un sur Agen).

Dans le tableau ci-après, nous montrons les pourcentages de réussite de cette démarche visuelle.

Commune	Appareils Photos distribués	Appareils Photos reçus	Pourcentage de réussite
Talence	8	6	75,00 %
Bègles	15	9	60,00 %
Floirac	16	11	68,75 %
Pau	13	9	69,23 %
Agen	15	12	80,00 %

Tableau 4. Pourcentages de distribution des appareils photos.

1.7.3 Le suivi.

Nous avons suivi les jeunes qui ont accepté de participer à l'atelier photo pendant toute l'observation participante. Ce temps nous a servi à nous approcher des jeunes participants. Le tout était d'équilibrer le temps d'observation et le temps d'atelier. Parfois il y a eu des demandes plus précises pour expliquer comment s'y prendre dans l'atelier.

Comment répondre à certaines questions difficiles sur la façon de s'abstraire et de se représenter en photo ? Nous ne voulions pas intervenir dans le choix des jeunes, mais parfois il fallait donner certains indices d'orientation. Ce suivi a connu plusieurs étapes :

- a) Une semaine après la fourniture de l'appareil photo, j'ai réalisé un état des lieux pour savoir où ils en étaient dans l'avancement du questionnaire photographique.
- b) Le travail de suivi s'est réalisé beaucoup par téléphone mobile, parce que je ne pouvais pas être auprès de tous les jeunes participants d'un quartier en même temps.

- c) Au moment de faire le point sur l'avancement, plusieurs contraintes et questionnements se sont posés : « *mon père il ne veut pas que je participe désolé !* », « *mes parents ne veulent pas que je les prenne en photo* », « *je peux prendre plus de photos d'une chose que d'autre ?* », « *on ne peut pas avoir des appareils numériques ?* », etc. Ces questionnements se sont répétés tout au long des terrains et nous avons dû y répondre au fur et à mesure.
- d) Pendant la réalisation, il y a eu des jeunes qui n'ont pas poursuivi l'atelier. Il y en a eu d'autres qui n'ont fait que quelques photos. Pour un pourcentage minimal, l'atelier était « compliqué » à mettre en place et demandait beaucoup de réflexion pour répondre au questionnaire photo.

C'est ainsi que nous avons essayé d'être le plus concret possible en leur donnant des explications claires et simples. Cela nous a permis aussi de trouver des avantages à l'atelier photo : la participation à une recherche scientifique, un portrait réalisé par un photographe professionnel à la fin de l'atelier, une exposition photo et la participation à un film de recherche, etc. Ainsi nous avons mis en place une complémentarité entre la grille d'entretien et l'atelier photo.

Avec ces apports riches en termes méthodologiques, nous allons maintenant présenter les cinq terrains où nous avons réalisé la mise en place de la triangulation méthodologique proposée. Pour le déroulement de cette deuxième partie nous allons donner :

- une description brève de la population rencontrée,
- une description générale des participants,
- les points forts et faibles que nous avons surpassés en tant que chercheuse.

CHAPITRE 2 : Notre terrain de recherche : évolution méthodologique et modèle analytique.

Ce chapitre décrit les cinq différents terrains observés sur la Région Aquitaine dans la période 2007-2008. C'est un chapitre clé dans cette thèse car il rassemble les détails sur son déroulement, les procédures et les évolutions au niveau méthodologique. Nous avons retenu les points les plus importants aussi bien en termes positifs que négatifs. Cela veut dire, qu'au-delà des attachements avec les jeunes participants, nous avons essayé de comprendre « l'autre » dans le partage et l'implication personnelle. Etudier les productions médiatiques des jeunes nécessitait une observation constante pour être au plus près de leur réalité, de leurs actions et de leurs pratiques culturelles. Les Cultural Studies et l'anthropologie mettent l'accent sur l'intégration, l'immersion, la participation dans le milieu ou le contexte analysé. C'est pour cela qu'il nous a paru essentiel d'aller sur le terrain et d'être face à cette réalité.

Nous décrivons, à la manière d'un récit de vie, les difficultés rencontrées, les réussites, les moments forts et la mise en pratique de la triangulation méthodologique auparavant expliquée. Nous croyons que cette recherche s'est construite sur les terrains. Cela veut dire que même si les bases des hypothèses et la problématique étaient présentes, les terrains ont dévoilé des points que nous avons dû traiter par la suite. Avec les outils méthodologiques mobilisés, le travail sur le terrain s'est caractérisé par la participation des deux acteurs impliqués : observateur ↔ observé.

Notre tâche en tant que *fieldworker* est consacrée entièrement à la participation des jeunes dans l'atelier-photo. Cela nous a apporté une profonde réflexion sur l'interaction et l'observation sur les terrains. Nous présentons ainsi une démarche qui n'est pas seulement une observation participante, dans un sens traditionnel, mais qui se distingue par la mise en place d'une méthode visuelle entièrement participative.

Dans ce chapitre, nous analysons l'approche qualitative de notre triangulation méthodologique. Pour cela nous valorisons le consentement mutuel obtenu par l'instauration d'une relation symétrique ou paritaire entre nous et les jeunes, ce qui a rendu possible la construction d'une recherche atypique, tout en prouvant que ce consentement est le principal vecteur de scientificité de la recherche qualitative.

2.1 L'organisation des terrains.

L'équipe de recherche a consacré plusieurs réunions à l'organisation des terrains. Notamment la prise de contact auprès des Mairies pour les informer systématiquement de notre dispositif de recherche et au passage leur demander leur soutien institutionnel. De la même manière l'organisation devait se faire sur le terrain avec les différentes associations et institutions municipales qui travaillent sur ces quartiers et ainsi « négocier » notre présence. Chaque terrain avait une singularité et une personnalité propre. Aucun des terrains ne se ressemble soit dans leur organisation municipale soit dans leurs structures d'accueil pour les jeunes.

L'ouverture des institutions aux jeunes du quartier lui-même, nous a permis de voir la possibilité et faisabilité de l'observation participante et la mise en place de notre dispositif de recherche. Certains terrains ont eu beaucoup d'animations lors de ma présence et donc plus de moments d'observation et d'échanges. D'autres se sont révélés plus fermés en termes administratifs et cela nous a demandé beaucoup plus de temps dans l'acquisition de confiance de la part des structures institutionnelles.

Nous allons décrire dans les lignes suivantes les points les plus importants de notre démarche sur chaque terrain. Cela nous permettra d'établir les points forts et faibles de chaque terrain et notre évolution et réflexion en tant que jeune chercheuse guidée par une équipe de recherche.

2.2 Premier terrain : Talence (Thouars).

Nous avons commencé par la municipalité de Talence avec les quartiers de Thouars et Château Rabat. La Mairie de Talence a été l'une des mairies ayant besoin de beaucoup d'informations pour que je puisse intervenir en tant que chercheuse au sein de ces quartiers. Alain BOULDOIRES, directeur du programme et moi-même, avons dû passer par l'acceptation de tout le cabinet du Maire, notamment par celle des services impliqués : service jeunesse, service culture, service urbanisme... Pour ce rendez-vous de présentation nous avons dû attendre plusieurs semaines avant de pouvoir démarrer ce premier terrain.

Après avoir reçu une lettre d'acceptation de notre enquête sur le terrain, nous avons pu finalement contacter les différents organismes qui travaillent sur ces quartiers. Je me suis entretenue avec la directrice du service Jeunesse de la Mairie, avec le directeur de la Maison des Droits de l'Homme et de la Citoyenneté, avec les différents animateurs et éducateurs qui travaillent sur le terrain avec les âges qui nous concernaient : 15-25 ans.

C'est sur ce terrain que nous avons testé les techniques de recherche que nous étions en train de mettre en place. L'enquête de terrain à Thouars a débuté le 18 juin 2007 et s'est terminée le 27 juillet 2007. Au début nous avons essayé une première tentative d'immersion au sein d'une famille dans les dits quartiers. Mais des difficultés et contraintes administratives apparaissaient. Tout d'abord se posa la question du choix d'une famille et de l'acceptation de ma présence au sein de cette famille. A vrai dire, l'équipe de recherche et moi-même, nous nous sommes rendus compte que cette démarche n'était pas simple. Ensuite, les soucis d'assurance, de place dans l'appartement, dépenses, intimité, etc. sont apparus comme des contraintes majeures.

Néanmoins, nous avons essayé de trouver au moins une famille d'accueil. J'ai rencontré deux familles : une d'origine française à Château Rabat, que j'ai suivie pendant la première semaine avec deux visites. Une deuxième d'origine togolaise à Thouars, qui n'avait pas de chambre pour m'accueillir. J'ai suivi les jeunes de cette famille du début à la fin de l'observation.

Avec ces difficultés nous avons décidé de continuer l'observation participante de manière « libre », c'est-à-dire au sein du quartier, en découvrant l'environnement social et en construisant des réseaux d'information, au fur et à mesure de l'avancement de l'observation. A ces réseaux d'information se sont ajoutées les deux premières rencontres familiales qui ont été conseillées par le Centre Social de Thouars. Un de nos points de référence était la Maison des Droits de l'Homme et de la Citoyenneté qui se trouve au Château de Thouars (en face de la cité de Thouars). On y trouve des services d'animation et notamment l'espace Informatique « La Souris » qui m'a servi à étoffer mes réseaux d'informants au début de la recherche. C'est une structure ouverte où les jeunes accèdent à l'Internet (ceux qui ne l'ont pas chez eux) dans les moments de « libre service », c'est-à-dire trois fois par semaine en période scolaire et de vacances, mais pas pendant les vacances d'été.

Dans la figure qui suit nous pouvons avoir l’aperçu du programme hebdomadaire de cet espace informatique. Doté à cette époque de cinq ordinateurs, l’animateur me disait que les jours où il y a beaucoup d’affluence les jeunes doivent respecter des temps précis pour que chacun ait accès à l’ordinateur.







 LOCAL INFORMATIQUE & MULTIMÉDIA « LA SOURIS » 					
	LUNDI	MARDI	MERCREDI	JEUDI	VENDREDI
9h30	Local fermé	 LIBRE SERVICE 9h30 - 12h	Activités enfants (sur projets)	Local fermé	Local fermé
12h00					
14h00	 LIBRE SERVICE 14h – 17h	ALPHABÉTISATION	 ACCUEIL ENFANTS ou JEUNES	STAGE FORMATION 14h30 – 16h30	 LIBRE SERVICE 14h – 17h
17h00					
18h30		STAGE FORMATION 18h30 – 20h30			
20h30					

Figure 5. Programme du local informatique & multimédia « La Souris ».

L’aide précieuse des animateurs nous a servi pour prendre contact avec d’autres jeunes. C’est ainsi que nos premiers contacts ont commencé à nous donner les premières réflexions sur notre démarche d’observation participante et la mise en place de l’atelier photo. Les pensées autour des techniques de rapprochement comme l’informateur-clef, les entretiens en profondeur, le processus d’articulation relationnel de l’atelier photo, ont aidé à une meilleure compréhension des atmosphères quotidiennes et médiatiques des jeunes du quartier. En effet, ces nouvelles expérimentations nous ont aidés à avancer dans des situations tout à fait gérables et à prendre du recul quand il fallait le faire. Ces deux options ont permis un équilibre dans les observations qui n’a fait qu’améliorer notre démarche investigatrice.

Nous avons aussi eu l’opportunité d’avoir un local prêté par DOMOFrance (après quelques négociations) au sein de la Résidence Lorenzaccio en plein cœur du quartier. Ici nous avons pu réaliser certaines pauses dans la journée et à la fin du terrain il nous a servi comme lieu pour la réalisation des EPR.

2.2.1 Les participants.

Nous avons réussi à avoir six participants pour l'atelier photo et la réalisation de l'EPR. Nous voudrions mentionner que la réalisation de cette enquête de terrain s'est déroulée pendant les vacances d'été, donc une grande partie des jeunes avaient des activités de loisirs ou partaient en vacances. Nous avons aussi proposé au groupe de Rap « La Riposte » de participer à l'atelier photo, mais ils n'ont pas voulu s'engager dans ce processus. Néanmoins, nous avons pu les interviewer en groupe pour connaître les processus de production musicale et médiatique que ces jeunes, habitants de Thouars, entreprennent. Nous y reviendrons.

Dans le tableau 5 ci-après qui suit nous détaillons les participants à la recherche :

Participants	Age	Quartier	Sexe
Prudence	21	Thouars	F
Ornella	20	Thouars	F
Ikram	15	Thouars	F
Sarah	15	Thouars	F
Kaoutar	17	Thouars	F
Benacher	18	Thouars	M

Tableau 5. Participants Talence.

Les EPR étaient réalisées avec des jeunes entre 16 et 19 ans. Au total cinq filles et un garçon on fait partie de la recherche. Ce sont les mêmes jeunes qui on participé à la construction de l'atelier photo qui a donné des résultats intéressants et a servi à créer encore plus de liens de confiance chez les jeunes participants. Certaines caractéristiques positives du terrain peuvent être soulignées :

- l'acceptation d'une chercheuse dans leur espace territorial,
- la facilité de parole entre eux a servi pour enclencher la recherche d'informateurs clefs,
- l'hospitalité et l'ouverture des familles des jeunes, phénomène remarquable dans presque tous les cas.

Même si parfois ce quartier s'est présenté comme un terrain un peu « nomade » et épisodique (vu le temps des vacances et les beaux jours), les jeunes vivent et essaient de délimiter leur endroit physique et matériel au sein du quartier. C'est une des caractéristiques principales de l'identité que nous dévoilait le terrain. Ces composantes, ces processus inhérents en construction constante, deviennent visibles quand les jeunes parlent de celui-ci comme du lieu d'apprentissage, de visibilité, de vie et « d'encapsulation » sociale.

2.2.2 Les premières découvertes.

Etant donné que les jeunes étaient dans une période de longues vacances, le suivi a été fait de 9 h à 22 h 30, tous les jours de la semaine, pendant les trois mois mentionnés. Ce temps a servi à connaître et identifier leurs quotidiens médiatiques, leurs groupes d'appartenance qui changent pendant les vacances, leurs réseaux familiaux situés dans un temps plus souple ou en vacances, leurs relations institutionnelles et relationnelles lors des différents événements du quartier.

Au début de cette enquête nous avions l'impression d'être devant des jeunes consommateurs de médias, mais le terrain nous révélait tout autre chose. La pénétration dans leur monde des médias était plus vaste que la réception de Prison Break, Plus Belle la Vie ou Koh-Lanta 2007. Il y avait une re-spatialisation de la consommation médiatique et notamment de la production médiatique. Ce qu'on était en train d'expérimenter c'était un processus complexe. Les identités, le territoire, la consommation, les productions sont tous imbriqués les uns dans les autres.

Ce qui nous frappe d'emblée ce sont les mouvements des jeunes au sein du quartier, se comportant comme des « nomades ». Ceci se répètera dans tous les autres quartiers de niveaux plus au moins similaires. Ces jeunes bougent de façon permanente. Nous avons mentionné dans notre journal de bord que *« c'est une façon d'être citoyen non pas de France mais du Monde entier. A l'image d'un escargot, chacun se charge de son territoire, de sa culture, de sa construction identitaire, etc. de manière circulaire et on avance avec ce poids, en ajoutant d'autres au fur et à mesure de sa route, tout en laissant une trace »*.

Ces jeunes créent leurs propres logiques et routines mais dans une troisième dimension. C'est-à-dire que ces processus émergent spontanément d'une diversité d'événements et impriment leurs propres façons d'agir et de vivre dans un quartier dit « sensible ». Nous nous sommes rendue compte que nous ne faisons pas parler un territoire, c'est le territoire qui nous parle.

2.2.3 Remise en cause des techniques, hypothèses et questionnements.

Plusieurs questions que nous avons en tête, trouvent des pistes ou des réponses. D'autres se forment et prennent une complexité considérable. Les hypothèses s'élaborent au fur et à mesure et demandent plus de réflexion et d'approfondissement. Nous avons commencé à voir les limites de l'atelier photo, l'indisponibilité des jeunes pour la réalisation de cette démarche, le manque d'un espace au sein du quartier pour l'isolement et la réflexion ou simplement pour les prises de notes, l'amplitude de l'étude, les fatigues physiques et morales ne sont pas négligeables quand on réalise ce type de travail. La communication auprès des jeunes devient indispensable et donc, les factures de téléphone mobile qui en résultent coûtent cher. Tous ces problèmes ont été étudiés au sein de l'équipe de recherche pour leur trouver des solutions.

Etant donné que le travail d'observation participante est un travail solitaire, parfois il y avait un besoin de verbaliser certains épisodes vécus. L'équipe de recherche m'a donné tout son soutien avec la communication téléphonique. C'est ainsi que notre organisation a commencé à avoir une forme plus précise et utilisable pour les terrains suivants. A partir de Thouars nous avons mis en place des comptes-rendus hebdomadaires dans les autres terrains. Après ce terrain nous avons établi des réunions

de « débriefings » avec le but de réfléchir tous ensemble sur le fonctionnement et mise en place des méthodes. Ces interventions nous ont aidée à prendre du recul, à penser notre pratique de terrain et à instaurer une distanciation entre nous (chercheuse) et le terrain.

2.3 Deuxième terrain : Bègles (Yves Farges, Maurice Thorez, Verduc).

Après avoir pris un peu de repos (vacances d'été) le deuxième terrain, Bègles, devait se mettre en place. Ce terrain a été un terrain très vaste et riche d'enseignements. Il a commencé la semaine du 24 septembre pour se terminer le 7 novembre 2007. Dès le début, les contacts avec la Mairie se sont révélés positifs. Nous avons réalisé une réunion avec l'adjoint au maire avec une présentation succincte de la recherche et de notre démarche. Cela a suffi pour avoir la permission d'enquêter dans les différents quartiers populaires de Bègles.

Bègles était un quartier en plein renouvellement urbain lors de notre présence. Pour cette raison, avant nous il y avait eu d'autres enquêteurs qui cherchaient à savoir comment les habitants de ce quartier s'approprièrent leur nouvel habitat. Parfois certains animateurs croyaient que nous étions « un de plus ». Pourtant, nous passions dans tous les centres de loisirs qui accueillent des jeunes, pour présenter notre démarche et celle du programme « Identité et Médias ». L'information de l'acceptation « officielle » de notre présence par la Mairie n'a jamais été transmise dans aucun des terrains visités. Malgré cela, l'accueil dans ces centres a toujours été excellent. Cinq lieux ont été visités pour expliquer notre recherche et notre présence prolongée sur les différents quartiers. Trois dépendant de la Mairie de Bègles : Le Centre Social et Culturel L'Estey, La maison d'accueil d'Yves Farges (maintenant dénommée « Le point d'accueil Jeune Terres Neuves »), La maison des lacs (maintenant, « Le point d'accueil Jeune des Lacs »).

Deux autres associations : l'Association de Prévention Spécialisée de Bègles et Le Cabinet du docteur LARSENE. Ces cinq institutions ont joué un rôle important dans la construction du réseau de participants à l'atelier photo ainsi que dans l'observation participante.

2.3.1 Les lieux de rencontres.

Ce terrain s'est caractérisé par le mouvement, les animations et la participation fréquente des jeunes informants. Même si les premières semaines d'observation se sont révélées agitées, nous avons pu être en contact avec plusieurs jeunes qui fréquentent le cabinet du Docteur LARSENE²³¹ au cœur de la cité Yves Farges. Cette association accueille plusieurs des jeunes de cette cité, mais aussi quelques-uns des quartiers Maurice Thorez et Verduc. Ces jeunes participent à des ateliers d'écriture de Rap, ainsi que de création musicale assistée par ordinateur, ceci de manière complètement autonome (ce sont les jeunes eux mêmes qui créent leur maquette musicale pour, après, introduire leur paroles).

C'est dans cette association que nous avons rencontré une grande partie des participants et des jeunes qui voulaient simplement réaliser l'entretien en profondeur mais pas l'atelier photo. Il y en a eu certains qui nous demandaient de l'argent pour réaliser la démarche. « *Pour faire tout ce que tu demandes il faudrait du cash, c'est du boulot ça !* », nous disait l'un d'entre eux. Même si cela paraissait être une blague, nous avons réfléchi plusieurs fois sur cet aspect-là et nous avons trouvé trois points « faibles » à notre démarche :

- Le premier était que c'est un engagement qui prend un temps personnel (c'est un travail supplémentaire qui n'est pas demandé dans le cadre institutionnel classique : école, centre social, association, etc.).
- Le deuxième était qu'il s'agissait d'un projet qui ne leur apportait rien véritablement (en termes économiques, d'études, de loisirs).
- Enfin c'était un projet autonome, mode de fonctionnement qu'ils ne sont pas habitués à vivre.

Les réflexions qui naissent de ces commentaires s'approfondissent au fur et à mesure de l'avancement des terrains en nous faisant changer de discours ou choisir les mots précis pour persuader les jeunes de participer à notre recherche. Dans cette première semaine j'ai rencontré plusieurs filles d'origine gitane espagnole qui m'ont accueillie

²³¹ Cette association a pour but de former aux pratiques instrumentales en dynamisant et favorisant la création, la pratique, la diffusion dans le domaine des musiques actuelles. Cela est réalisé par le biais d'ateliers musicaux ouverts à tous types d'âges, dont la pédagogie active et ludique, est basée essentiellement sur la pratique « instrumentale ». Pour plus d'informations son site web est disponible sur : <http://dr.larsene.free.fr/> (consulté le 10 septembre 2007).

comme l'une d'entre elles à cause de la langue. Elles ont accepté de réaliser les entretiens en profondeur mais pas l'atelier photo. D'où de larges observations participantes chez elles, très riches en découvertes médiatiques.

Ce qui a déclenché plusieurs contacts a été la rencontre organisée par le Cabinet du Docteur LARSENE avec la rapeuse Kenny ARKANA, rencontre à laquelle une grande quantité de jeunes des différents quartiers populaires de Bègles a assisté. Cela nous a permis de réaliser une courte interview de la chanteuse mais aussi de parler et de demander des contacts téléphoniques aux jeunes qui sont intervenus lors de la discussion. Ce jour-là nous avons pris contact avec six jeunes dont quatre ont participé à l'atelier photo et les deux autres ont accepté des entretiens avec nous.

De la même manière l'engagement du Centre Social l'Estey, de Bègles, a été important pour continuer à construire notre réseau d'informants. Nous avons pris contact avec une animatrice de ce Centre, qui mettait en place un dispositif de travail rémunéré auprès des personnes âgées. Il s'agissait dans ce projet de leur apprendre à utiliser un ordinateur pour après pouvoir naviguer sur Internet. Elle avait donc contacté plusieurs jeunes le mercredi 17 octobre, pour faire des entretiens. Elle nous a proposé de nous rendre dans le Centre Social pour leur expliquer notre démarche d'investigation.

Nous avons contacté ce jour-là trois jeunes (Kevin, Mathieu, Elodie). A notre surprise aucun d'eux ne ressemblait aux clichés des «jeunes des cités», pourtant ils parlaient comme eux. Dans nos premières impressions de ce jour-là nous avons écrit :

Stéréotypes. Journal de bord, Bègles, 13 octobre 2007.

« Peut-être vais-je me trouver avec une population plus mixte qu'à Thouars ? Peut-être tous et chacun des quartiers sont différents ? Peut-être pas, et c'est juste pure coïncidence. Je me dis que j'ai encore beaucoup d'a priori. C'est peut-être mon regard d'étrangère sur d'autres étrangers ? Je ne sais pas. A voir ce qui va se passer demain[...] »

D'autres filles ont été contactées par le biais de la Maison des Jeunes d'Yves Farges : Ilham et Chadia ; elles ont participé à l'atelier photo. Chadia étudie à Marseille donc elle n'a pas pu participer aux portraits ni à l'EPR. En même temps par le cabinet du Docteur LARSENE, nous avons réussi à avoir la participation de trois jeunes rappeurs qui

sont tous les jours en train de travailler leurs morceaux devant le seul ordinateur disponible aux usagers. Cet ordinateur n'est pas connecté à Internet.

Dans les autres espaces d'accueil, les salles informatiques sont en petit nombre et peu équipées. Cela nous a donné peu de pistes sur les modes de production médiatique des jeunes dans ces quartiers. Heureusement nous avons parlé avec certaines filles en tant qu'informants-clefs, dans l'intimité de leur maison, à propos de leurs productions médiatiques. Ce manque de « centres informatiques » rendait moins évidentes les discussions autour des pratiques et productions médiatiques. Par exemple dans le centre d'accueil des jeunes à Yves Fargues il n'y a pas non plus de libre accès à aucun ordinateur. Il existe un poste seulement utilisé par les animateurs.

Le seul centre d'accueil qui dispose d'un petit équipement informatique est la Maison des Lacs. Les jeunes ont accès à Internet mais l'usage est restreint « aux projets éducatifs, d'animation, de recherche d'information ». Certains jeunes « privilégiés » ont accès à cette salle mais ils sont constamment surveillés par les éducateurs et animateurs du Centre. Quand nous étions dans ce centre nous nous sentions aussi observés. Nous ne nous sentions pas du tout libre de poser des questions aux jeunes par rapport à cette interdiction. Nous imaginions que cela était lié à une surpopulation d'animateurs dans cette institution. « *On est plus d'effectifs que de jeunes dans ce centre* » me disait en rigolant une des animatrices du centre. Mais au-delà de nos ressentis personnels, nous n'avons jamais eu aucune interdiction de parole, au contraire ils étaient très ouverts envers la recherche et notamment pour l'atelier photo.

2.3.2 La distribution des appareils, déroulement de l'atelier- photo et participants.

Nous pensons que Bègles, un terrain très étendu, nous a empêchée de mieux gérer l'atelier photo. Mais nous pensons que les observations ont été riches, grâce à plusieurs visites dans des maisons différentes, celles de Farid, Ilahm, les gitanes (Sofía et Soledad), Dalida et Fatou. Nous nous sommes retrouvée chaque fois avec des univers complètement différents, avec des familles nombreuses (entre 5 et 10 membres) et avec plusieurs images en tête. Peut-être certains jeunes comme Farid, Driss, Kader, ont-ils acquis très vite confiance en moi et cela a peut-être joué dans leur non-engagement avec l'appareil photo.

Malgré tout, quinze appareils photos ont été distribués sur ce terrain. Neuf ont été retournés. En complément à l'atelier photo et à la demande des jeunes, nous avons réalisé sept entretiens en profondeur, et deux groupes de discussions lors de notre immersion. Cela implique évidemment de faire des choix pour l'analyse. C'est sur ce terrain que nous nous sommes rendue compte de la mobilité de ces jeunes et de la nécessité d'être informée du lieu où ils se trouvaient pour aller les rejoindre. Cela entraînait la nécessité d'avoir un portable (forfait illimité) que l'équipe de recherche a rendu accessible pour le terrain suivant : Pau.

La récupération des appareils a été longue. Nous avons fait les démarches pour avoir une salle pour réaliser les EPR avec les jeunes pendant la semaine du 22 au 27 octobre à la « Maison de Chantier » au cœur d'Yves Farges. Mais nous nous sommes rendue compte que la démarche ne fonctionnait pas. Nous avons dû fixer des rendez-vous en fonction du temps libre des jeunes participants. Deux des EPR se sont réalisés à la Maison des Lacs, au Verduc, avec deux des trois jeunes participants de ce quartier.

Il faut aussi mentionner que dans certains endroits nous n'avons pas eu l'intimité souhaitée. C'était très difficile, notamment sur Bègles, de réaliser un EPR sans être interrompue par quelqu'un de l'extérieur. Les EPR se sont déroulés parfois avec des coupures assez longues et il fallait reprendre à chaque fois. Nous avons essayé sur tous les terrains de créer au maximum une ambiance intime pour réaliser les EPR, mais nous croyons que, même s'il y a eu certains bruits extérieurs, la méthode permet de ne pas se déconcentrer et de revenir sur les photos comme support de libération de parole.

Dans le tableau 6 ci-dessous, nous pouvons voir la quantité de jeunes participants à l'atelier photo :

Participants	Age	Quartier	Sexe
Cindy	19	Maurice Thorez	F
Melissa	20	Maurice Thorez	F
Ilham	20	Yves Farges	F
Mathieu	17	Yves Farges	M
Julien	25	Yves Farges	M
Smahil	25	Yves Farges	M
Marjolaine	22	Verduc	F
Jean Vincent	18	Verduc	M
Kevin	17	Verduc	M

Tableau 6. Participants Bègles.

2.3.3 Implication, partage de vie.

Ce fut l'un des terrains où le partage de la vie des jeunes est arrivé à un très haut niveau de confiance. Par exemple l'intimité familiale, nous l'avons déjà expliquée, mais aussi des épisodes et circonstances très difficiles que nous avons vécus : les soirées des jeunes au sein du quartier, le vol d'articles dans un supermarché par certains jeunes que nous accompagnions et spécialement le contrôle de papiers par un policier de la Brigade Anti Criminalité (BAC) :

Contrôle de police. Journal de bord, Bègles, 10 octobre 2007.

« [...] je suis plus qu'énervée. J'étais avec Farid, Kader et Driss. Nous parlions tranquillement près du petit centre commercial d'Yves Farges. J'étais avec eux comme presque tous les après-midis. En fin de soirée Farid me dit : « voila un keuf ». Moi qui ne connais pas encore très bien l'argot, je lui demande de m'expliquer la signification de « keuf ». Il me dit : « pas le temps regarde il vient direct vers nous ». Tous les jeunes, assez gênés mais aussi habitués, montrent leurs papiers d'identité. Moi je ne les avais pas sur moi : j'avais laissé mon sac-à-dos dans la voiture. Il me dit : « tu fais quoi ici ? t'es éducatrice ? » J'étais assez étonnée qu'il me tutoie. J'ai répondu négativement. Les jeunes riaient, riaient. Je croyais être dans une caméra cachée ou quelque chose comme ça, mais non ! Le policier avec son accent du « sud » me dit : « animatrice ? assistante sociale ? J'ai dit non, je réalise une recherche auprès des jeunes ». Il ne me croit pas à cause de mon accent. Farid intervient et dit : « c'est vrai elle nous observe ; explique-lui ». Le policier lui fait signe de se taire en ajoutant qu'il parle avec moi. Driss et Kader interviennent également en lui disant de se calmer que je ne fais rien de mal. Driss lui dit : « vous ne voyez pas, elle n'est pas comme nous ». Et le policier insiste pour savoir si j'étais de l'Europe de l'Est ? J'ai dit non, je suis bolivienne et lui me répond : « Bolivie, Bolivie ? T'as de la cocaïne, cocaïne ? ». Les jeunes n'en revenaient pas. Moi pire. Je me suis sentie très mal à l'aise, et je lui ai dit : « Ecoutez Monsieur le fait d'avoir un accent ne signifie rien. Je suis chercheuse à l'Université Bordeaux 3 et je vais vous montrer mon titre de séjour. On va dans ma voiture ». Les jeunes m'ont suivie pour voir comment le policier allait réagir. En chemin il commence à me demander qu'est-ce que je recherche exactement ? Je lui ai dit brusquement : « pratiques médiatiques et construction identitaire ». Il reste silencieux. J'ouvre ma voiture, je prends mon titre de séjour, je lui montre que je suis en règle et je lui demande son nom et prénom, parce que j'ai trouvé injuste sa position envers les jeunes d'abord et envers moi en me tutoyant et en jugeant les personnes sans les connaître. Je ne pensais pas que c'était ça le métier d'un policier. Il me prie de l'excuser, il me donne son nom et prénom et je lui dis : « vous allez voir je vais écrire sur vous ». Il s'excuse de nouveau. Les jeunes n'arrêtaient de me regarder. Il part en s'excusant. Driss, Kader et Farid me disent que c'est très rare de se pointer comme ça tout seul, que peut-être il s'initie au métier et son supérieur l'a envoyé, comme une épreuve, qu'en plus ils l'ont jamais vu sur le lieu [...] ».

Cette expérience nous a servi à comprendre un peu plus le mécontentement des jeunes envers la police. Nous n'aurions jamais pu écrire quoi que ce soit si nous n'avions

jamais vécu cette situation. C'était peut-être une chance d'avoir eu à faire à ce monsieur dont nous gardons en tête le nom et prénom. Pour vérifier s'il était un vrai policier, nous avons pris contact avec la BAC qui fait des contrôles sur ces quartiers et nous avons vérifié tout simplement qu'il existait. Cela nous a énormément servi à réaliser que le mot « chercheur » impressionne et que cela a un pouvoir dans un contexte précis comme c'était le cas. Nouveau dans les services il a sûrement réalisé cette tâche sans aucune explication au préalable. Il a sûrement appris quelque chose ce jour là aussi. Cet épisode est resté présent pendant les semaines d'enquête qui ont suivi. Plusieurs jeunes me demandaient :

- « *Comment est-ce que tu as réussi à calmer un « keuf », quelles sont tes techniques ou stratégies, t'es sans papiers ?... ».*

Cela nous a servi de leçon : ne jamais nous débarrasser de notre sac-à-dos et de nos documents officiels.

2.4 Troisième terrain : Pau (Saragosse, Ousse des Bois).

Pau était le premier terrain hors Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB). Cela a demandé beaucoup de logistique depuis Bordeaux pour coordonner les rendez-vous auprès des services de la Mairie de Pau, pour expliquer notre projet de recherche. Cela a été réalisé en parallèle avec la présence sur le terrain de Bègles. Il fallait aussi trouver un logement pour le temps que nous allions rester sur Pau et finalement repérer les ZUS et les différentes institutions qui interviennent dans les quartiers choisis.

Le temps de remise en cause de certains soucis que nous avons vécus à Bègles a été très court. Nous étions un peu fatiguée et il fallait prendre la route pour nous installer dans un autre lieu. La découverte d'une nouvelle vie nous motivait énormément mais nous savions que cela impliquait l'adoption de nouveaux repères. Nous allions être logée dans une résidence universitaire, nous allions partager certains locaux, nous n'allions pas pouvoir rentrer tous les week-ends sur Bordeaux, plusieurs situations qui nous conduisaient à travailler différemment.

Néanmoins les associations et institutions sur les terrains se sont montrées ouvertes à notre démarche, à l'exception d'Ousse des Bois et de leurs intervenants qui répétaient assez souvent le fait d'être un quartier difficile, avec beaucoup de problèmes institutionnels, en renouvellement urbain et avec la création d'une nouvelle dénomination : « Quartier du Hameau ». D'autres organismes de la Mairie étaient aussi prêts à collaborer avec nous comme le Contrat de Cohésion Sociale de la ville de Pau. C'est avec ces perspectives que nous avons commencé notre terrain le 12 novembre jusqu'au le 21 décembre 2007.

2.4.1 L'implication des institutions.

Deux des Maisons des Jeunes et de la Culture (MJC) se sont investies sur notre projet et notamment sur notre démarche d'observation participante : la MJC des Fleurs, de la cité Saragosse et la MJC de Laiï, fréquentée par les jeunes de l'Ousse des Bois, vu qu'il n'existe pas de structure d'accueil des jeunes dans ce quartier (les structures existantes ont été incendiées et puis après démolies en 2005). Malgré cela ce quartier compte un Centre Social et certaines associations qui s'impliquent auprès de la jeunesse.

Trois associations ont été importantes dans cette recherche :

1. Léo Lagrange qui possède une salle informatique. Son public n'est pas du tout mixte, la plupart des bénéficiaires sont des jeunes garçons. Aucun contact pour la réalisation de l'atelier photo n'a été réalisé ici. Par contre les observations sur leur utilisation du numérique ont été abondantes. La salle informatique offre deux fonctionnements :
 - L'accès libre, gratuit et ouvert à tous (à partir de dix ans) : Création d'adresse mail, consultation des courriers électroniques et des offres ANPE, recherches sur Internet, rédaction de rapports de stage, ateliers informatique, jeux, etc.
 - Le partenariat avec les associations du quartier : Mise à disposition des ordinateurs pour leur travail administratif (secrétariat, comptabilité...), leurs actions de communication (portail des associations, blogs et sites, création d'affiches et de tracts, etc.).

De la même manière, quand nous étions sur le terrain il existait le projet de création d'un pôle multimédia qui aurait pu être très intéressant pour notre recherche mais l'équipement n'était pas encore arrivé à l'époque. Ce pôle aurait comme fonctions :

- Le développement de la nouvelle salle de travail qui offre des activités telles que : MAO (Musique Assistée par Ordinateur), retouches images (photographies numériques).
- Le son (Web radio), montages de vidéos numériques entre autres.

2. Projet Pour un Quartier (PPQ).

Cette association travaille dans plusieurs domaines notamment comme médiateurs des problèmes juridiques et sociaux auxquels les habitants de ce quartier peuvent être confrontés. Cette association a une permanence pour les jeunes tous les mardis de 15 h à 19 h. Cela permet de créer ou financer certains projets que les jeunes ont envie de réaliser. Cette association a plus de filles participantes et quatre d'entre elles ont accepté de participer à notre recherche.

3. Radio Pau d'Ousse RPO 97 FM.

C'est une radio associative qui accueille plusieurs animateurs de différents univers. Cette association nous a servi pour voir les types de productions musicales qui existent sur le quartier. Quelques animateurs s'impliquent dans la vie des jeunes dans le quartier, notamment ceux qui ont fait partie du quartier. Avec cette association nous avons contacté deux jeunes qui n'étaient pas susceptibles (à cause de leur âge) de participer à notre recherche. Néanmoins nous avons suivi un peu leur travail et différentes activités sur leur Skyblog.

En plus de la démarche de diffusion de certains morceaux des jeunes rappers ou d'autres styles de musique, ces animateurs mettent en place des programmations pour établir le contact avec des jeunes prisonniers du quartier. A travers des dédicaces, les jeunes qui sont en prison peuvent écouter leurs chansons préférées et parfois écouter la voix de leur famille enregistrée pour quelques secondes.

2.4.2 Les participants.

C'est, sans aucun doute, dans les quartiers de Pau que nous avons eu le plus de difficultés à mettre en place les EPR et à faire participer les animateurs : quand nous avons expliqué le projet, très peu d'entre eux accrochaient à l'idée.

Treize appareils photos ont été distribués, mais nous savions déjà par les autres expériences que certains de ces jeunes n'allaient pas aller jusqu'au bout. Seuls neuf appareils nous ont été rendus.

La stratégie de distribution consistait donc à donner l'appareil photo quand il y avait acceptation de participer au projet de recherche. Cela dit, nous avons même tenté de donner plus pour recevoir plus. L'objectif étant toujours d'avoir au minimum dix participants. Dans cette implication nous avons eu des jeunes qui avaient l'air d'être motivés pour le projet mais quand nous avons réalisé les appels pour l'avancement du questionnaire photo, leur mobile était toujours sur répondeur.

Le rôle qu'ont joué certains animateurs des MJC pour faire participer leurs adhérents à des ateliers comme par exemple (danse Hip-Hop, graffitis, sport) a été déterminant pour prendre contact avec des jeunes de ces quartiers et échanger des informations personnelles, pour réaliser le suivi et l'observation participante de certains jeunes qui nous intéressaient le plus, pour approfondir leurs pratiques et productions médiatiques voire culturelles.

Dans le tableau 7 ci-après, nous présentons les données des participants des différents quartiers de Pau :

Participants	Age	Quartier	Sexe
Yamina	18	Saragosse	F
Sebastien	15	Saragosse	M
Selma	20	Saragosse	F
Oscar	20	Saragosse	M
Jerome	19	Saragosse	M
Eric	19	Saragosse	M
Elias	18	Saragosse	M
Marie	18	Ousse des Bois	F
Carole	18	Ousse des Bois	F
Hraf	17	Ousse des Bois	M

Tableau 7. Participants Pau.

2.4.3 Le sommet de l'observation participante.

Plusieurs facteurs ont fait que ce terrain a dû être arrêté au milieu de l'enquête puis repris. Tout d'abord la fatigue intellectuelle et physique se faisait présente au cours de nos observations. Cela ne nous permettait pas de progresser et de nous impliquer dans nos observations. Ensuite dans ce terrain nous avons voulu dépasser nos propres limites. Nous avons cherché à aller plus loin dans notre qualité d'« observateur » et regarder ce que nous n'avions pas regardé encore très profondément : la nuit. Nous avons décidé de participer à

la découverte de la nuit des quartiers Ousse des Bois et Saragosse avec deux jeunes connus des structures d'accueil. Avec cette confiance nous sommes partis avec eux à la découverte de leur territoire.

La nuit, comme nous nous y attendions, est une autre facette des quartiers populaires. Il se passe des choses (notamment dans l'aspect médiatique) que nous n'aurions peut-être jamais vues sans franchir ce pas. Nous avons découvert par exemple les lieux où les jeunes se réunissent pour, entre autre, regarder des clips musicaux à la TV, des films et des matches de foot quand il y en a. Ceci se passe dans un appartement où tout est permis : fumer des joints, boire, rigoler, deals, économie souterraine.

Cette nuit là, nous nous sommes aventurée et ils nous ont permis d'entrer dans cet univers. Nous nous sommes sentie chercheuse, naïve devant la réalité. Or, si nous n'avions pas pris ce risque, comment aurions-nous pu donner une visibilité scientifique à cette recherche ? Les jeunes nous ont montré comment ils se réunissent sur la petite place du quartier. Toutes les voitures arrivaient comme une espèce de danse synchronisée et elles se mettaient l'une à côté de l'autre. Dans toutes, on écoutait du Rap à fort volume. Les paroles se faisaient quasi inaudibles. Jusqu'à ce moment là nous ne nous sommes pas rendue compte que nous étions la seule fille, la seule femme parmi tous ces garçons.

Après on a fait le tour des autres quartiers : Saragosse et Berlioz. La plupart des garçons croyaient que nous étions une policière et ils couraient pour s'échapper. Notamment dans le quartier de Saragosse, notre informant, « Zozo », devait toujours expliquer que nous étions tout d'abord : *bolivienne*, ensuite *étudiante* enfin, « *elle veut parler et savoir de nous.* » Evidement à cet instant là nous ne voyions rien non plus, juste le plaisir de pouvoir discuter avec des jeunes que nous ne voyions pas le jour. Parler de leur portable et de la musique qu'ils écoutaient lorsque nous avons essayé de discuter avec eux. Mais dix minutes après « Zozo » et son ami nous disaient qu'il fallait déjà s'en aller. La temporalité complètement différente, pour eux dix minutes c'était déjà trop de temps. Nous sommes partis vers la cité de l'Ousse des Bois vers 18h30. C'est à ce moment là que nous sommes rentrée dans cet appartement. L'appartement du « chinois » :

La nuit se dévoile. Journal de bord, Pau, 14 novembre 2007.

« J'ai monté deux escaliers, on a tourné à droite, Zozo a sonné, un petit homme, typé asiatique, sort et demande : « qui est-ce ? » en me montrant. Zozo lui répond très rapidement « rien, rien ». Le « chinois » répétait : « Non, non, non, police ? ». Je lui explique que je suis étudiante, que je viens parler avec les jeunes. Il me laisse entrer avec Zozo. Il toussait très fort. L'appartement était dans un état lamentable, mais un grand écran TV occupait le salon. Un film de Britney Spears passait cette nuit là. Je regarde les jeunes déjà assis autour de la TV. Zozo explique à tous (en arabe) qui je suis. Après il me dit : « ils ne me croient pas ». Je leur explique alors que je fais mes études justement sur les médias. Ils me regardent bizarrement. Un des garçons me dit « t'es une flic c'est ça ? Vas-y dis nous tout, qu'est-ce que tu fous ici ? T'as rien à faire ici ! ». Il était assez énervé. J'ai regardé la porte, au cas où. Le chinois l'ouvrait pour vendre des boissons aux jeunes qui frappaient. Je me suis dit dans ma tête : « si cela se passe mal, je me casse. Je sors ». Mais j'étais confiante. Les autres rigolaient en me faisant signe comme quoi il est un peu fou. Il me répète : « vas y dis-nous tout... » Je lui dis : « tu ne me crois pas ? ». Il me dit : « t'sais ce que signifie une fille entre tant de garçons ? ». Je lui réponds : « tu pense que je suis une pute ? Bah ! je pense que tu te trompes ». Il me dit « bah alors t'es une flic, qu'est-ce que t'as dans ton sac à dos ? » « Rien à cacher », j'ai répondu. Il prend mon sac en disant « elle nous embobine avec son accent et tout, peut-être les flics l'ont embauchée pour faire ça ». Il fouille dans mon sac à dos et bien évidemment il y a tout ce que j'utilise sur les terrains : ordinateur portable, deux dictaphones, journal de bord, portables (celui du projet et le mien), grilles d'entretiens, questionnaires photos et appareils photo jetables. Si quelqu'un regarde ça il peut effectivement penser que je suis flic. Le jeune dit à ses copains : « voyez tout ça c'est pas une étudiante qui le porte ! N'importe quoi, vas-y qu'est-ce que tu veux savoir ? ». Il prend mon portefeuille, voit que j'ai un titre de séjour et le montre à tous. Je lui dit « tu vois c'est rose pas bleu » ; il ajoute « mais c'est peut-être un faux ! qu'est-ce que tu veux savoir ? » je lui dit « rien, juste savoir pourquoi vous regardez ce film là ou si tu as un portable, si tu filmes avec ou si tu prends des photos ? Qu'est-ce que tu fais avec ? » « N'importe quoi, allez vas-y casse toi ! » me dit-il. Zozo me regarde et me dit que ça va qu'il est toujours comme ça. Mais il continue : « Tu veux savoir qu'est-ce que c'est une cave ? on peut te faire mal ici » me dit-il. Moi j'ai eu la trouille à ce moment là. Je voulais partir. Je lui ai répondu : « Non, je ne pense pas que tu veux me faire du mal, tous ce que tu as vu est vrai. J'étudie à la fac, à Bordeaux, et je veux démontrer que vous êtes des jeunes « normaux », que vous regardez des films : de Brithney Spears ou bien d'autres. Que vous êtes des jeunes quoi ! ». Il prend un sabre que le chinois avait sur la grosse TV et il fait comme s'il allait me frapper. Tous les autres jeunes lui disaient d'arrêter. Moi je n'ai pas bougé. Et il dit aux autres. « Elle a même pas peur cette meuf ». Mais en moi les questionnements sur la peur se posaient. Je demande à Zozo si on peut repartir. Il me dit que oui. On sort et on va vers la voiture. Il était 23h40 quand on est sortis de l'appartement ».

« Zozo » nous a dit que celui qui nous a agacée est toujours comme ça, qu'il est un peu rigolo, qu'il faisait ça pour nous faire rire et faire rire les autres. Nous, nous n'avons pas trouvé ça drôle. Nous le déposons dans son entrée et son ami nous dit qu'il veut faire l'entretien avec nous qu'il veut que notre « livre » soit bien perçu par les gens. Pendant cette courte interview on n'a jamais parlé des médias. Il nous a juste raconté sa vie : ses souffrances, ses échecs, ses réussites, ses parents, sa famille, son bled. Il nous a aussi raconté les graves difficultés économiques, des épisodes d'incendies dans le quartier, des moments de calme dans le quartier avec les amis, des amis en prison ou des amis accros. A ce moment là nous nous sommes dit qu'il avait besoin de parler, de se livrer lui-même. Nous ne posions même pas de questions, il nous racontait tout sans arrêt, dans la voiture avec le chauffage, devant le snack de Moussa (un ex-animateur du quartier) qui nous fait signe de venir manger. Nous préférons partir. Nous arrivons à la résidence universitaire. Nous enregistrons toute cette nuit. Nous avons encore peur.

C'est le lendemain que nous nous sommes rendue compte de tout. A 9h quelqu'un de la Mairie nous appelle pour nous dire qu'ils savent que nous étions à l'Ousse des Bois la nuit. Il nous dit que nous avons pris un gros risque, que depuis cinq ans les éducateurs du soir ne peuvent plus travailler dans ce quartier. Comment avons nous fait pour entrer ? Qu'est-ce que nous avons vu ? Nous sommes restée en réserve, nous n'avons rien dit. Après cet appel c'est le directeur du Centre Social de Hameau qui nous appelle pour me voir en urgence et déjeuner avec lui. Nous sommes un peu inquiète. Nous déjeunons avec lui ; il nous explique la même chose, que toutes les personnes qui ont accepté que nous soyons là prennent aussi une responsabilité envers nous. Mais nous attendons jusqu'à la fin pour contacter l'équipe en lui envoyant notre compte-rendu. Evidemment, l'équipe n'était pas du tout d'accord pour que nous continuions à aller voir la nuit dans ces quartiers.

Plusieurs mails de retour. Réunion imminente. Notre directrice de recherche et le directeur du programme nous demandent d'arrêter, de nous reposer, de prendre du recul. Ils nous guident et nous demandent de ne jamais répéter cet épisode-là. Nous avons pris une semaine de repos, mais tout le travail que nous avons réalisé était déjà en place. Les animateurs nous appelaient pour savoir où nous étions. Nous sommes retournée sur le terrain, pour finir ce que nous avons commencé, avec plus d'énergie. Et les choses se sont très bien déroulées.

2.5 Quatrième terrain : Agen (Tapie, Rodrigues, Montanou, Passelaygues, Paganel & Barleté).

Ce terrain a débuté le 28 janvier 2008 et il a fini le 8 mars 2008. Nous avons pris plus de recul, le de temps de digérer ce que nous avons vécu à Pau, avant de commencer ce terrain. Les fêtes de fin d'année ont servi à se ressourcer, trouver des moments autres que l'observation et surtout à prendre le temps de se recentrer sur nos propres actions en tant que jeune chercheuse. Lors de ces fêtes nous avons reçu des SMS, des vœux de plusieurs jeunes que nous avons rencontrés lors des derniers terrains : Thouars, Bègles, Pau. Cela nous disait que les jeunes voulaient rester en contact avec nous et que nous n'étions pas tout-à-fait hors du terrain, en l'étant physiquement, et que peut-être nous n'allions jamais l'être. Cela nous permettait aussi d'avoir de leurs nouvelles tout en les suivant dans leurs productions médiatiques (blogs, skyblogs, chat).

Sur Agen nous avons pris plus de précautions pour notre recherche, notamment dans les décisions d'observations (trier ce qui est important pour la recherche, ce qui pourrait nous donner des réponses autres sur nos questionnements). A ce moment-là plusieurs réunions au sein de l'équipe de recherche ont eu lieu pour accompagner de manière plus conséquente notre cheminement. Le fait d'être dans une autre ville, de vivre dans une autre cité universitaire, de laisser de nouveau « Bordeaux » ne nous paraissait plus un ennui. Au contraire nous pensions que nous étions partie avec une nouvelle vision d'immersion, d'observation et de réflexion.

La dimension de la ville nous a aidée à trouver très vite les réseaux des jeunes participants et surtout l'engagement du quartier Montanou auprès de notre recherche. Les autres quartiers : Tapie, Rodrigues, Passelaygues, Paganel et Barleté n'avaient pas une grande population jeune (selon les animateurs et éducateurs), ou bien ces jeunes étaient moins visibles que dans les autres quartiers où nous avons enquêté. En conséquence il n'existe pas beaucoup d'animations pour eux, voire aucune, donc la prise de contact directe avec cette population s'est faite plus difficilement dans ces quartiers.

2.5.1 Les institutions et la participation des jeunes.

Sur Agen les institutions se sont associées à notre démarche. La première action a servi à expliquer notre démarche au sein des institutions municipales et associatives. Pour les institutions municipales nous avons contacté, sur les quartiers de Barleté, Rodrigues, Passelaygues, Paganel et Tapie :

- le Centre Social Sud-Est (Tapie),
- le centre informatique Barleté,
- et la Mission Locale d'insertion professionnelle (cité Rodrigues).

Pour les associations nous avons rencontré les « Petits Débrouillards » qui travaillent plutôt avec des enfants et des adolescents. Ils nous ont vivement conseillé d'aller à la cité de Montanou, étant donné que c'est un quartier où la population jeune est plus large.

Dans le quartier de Montanou nous avons aussi présenté le projet de recherche au Centre Social Nord-Est avec tous les animateurs et éducateurs qui interviennent auprès des jeunes et des familles. Cela nous a évité d'expliquer à chaque animateur individuellement notre démarche, comme c'était le cas sur les institutions des quartiers Sud-Est. Dans ce quartier nous avons réalisé nos observations dans des lieux précis :

- d'abord l'Espace Informatique Montanou, d'accès gratuit, qui a huit ordinateurs en réseau connectés sur Internet. Il est ouvert aux jeunes du quartier une fois par semaine,
- ensuite, l'Espace d'Animation Musical, animé par un ex-habitant du quartier. Cet espace permet aux jeunes de créer, enregistrer, mixer leur propres morceaux de musique avec la MAO (Musique Assistée par Ordinateur).

Une association qui a été aussi un lieu d'observation fut « Le Florida : musiques amplifiées & multimédia »²³² en Centre Ville d'Agen. Cette association a pour but de former à l'accompagnement des pratiques musicales amplifiées, et cultivant la participation, l'investissement, l'exploration sensible de ces musiques par tout un chacun. Cette association permet aux jeunes de quartiers populaires d'avoir une salle pour répéter et de réaliser des séances « free style » avec des musiciens de plusieurs univers.

Dans ce sens, nous avons commencé la recherche, tout d'abord en essayant de repérer les jeunes qui participent déjà à des activités organisées par les institutions municipales. Mais les jeunes des quartiers Sud-Est se faisaient rares dans les structures d'accueil. C'est ainsi que nous avons commencé à aller vers les jeunes que nous voyions dans la rue. C'est là où nous avons rencontré une grande partie de notre réseau initial de participants. Notamment Zouer et tous ses frères, Malik, Anaëlle (qui faisait son stage dans le Centre Social de Tapie), Inès, que j'ai rencontrée dans un repas familial et qui a été Conseillère Jeune de la ville d'Agen, Kathia et Ibtiissime qui habitent dans une cité sans issue. Enfin Ibtiissime K. qui travaillait dans un restaurant de couscous. Tous ces jeunes ont accepté de participer à l'atelier photo juste après la présentation du projet. A noter que la plupart des jeunes filles se trouvent dans ces quartiers du Sud-Est et ce sont elles qui nous ont ouvert leur univers familial, notamment leur maison, à certains moments de la journée.

Dans le quartier de Montanou les ateliers et les animations se font beaucoup plus présents. Plusieurs jeunes assistent aux formations de création de musique assistée par ordinateur et c'est grâce à cet animateur que nous avons pu présenter notre démarche devant onze jeunes qui avaient entre 14 et 25 ans. Le mercredi 13 février 2008, pendant l'après midi, nous avons distribué six appareils photos auprès de ces jeunes qui nous ont posé beaucoup des questions en relation à notre démarche, nous y reviendrons.

Dans les lignes suivantes, nous présentons le tableau 8 final avec toutes les participations des jeunes de ces quartiers :

²³² Pour plus d'informations le site web de l'association est disponible sur : <http://www.le-florida.org/>

Document	Age	Quartier	Sexe
Amine	22	Montanou	M
Abou	24	Montanou	M
Adelene	21	Montanou	M
Mohamed Reda	17	Montanou	M
Khalid	17	Montanou	M
Khaled	16	Montanou	M
Kathia	16	Passelaygues	F
Ibtissame	21	Passelaygues	F
Ines	17	Tapie	F
Ibtissame	16	Tapie	F
Zouer	22	Tapie	M
Malik	23	Barleté	M
Anaëlle	22	Rodrigues	F

Tableau 8. Participants Agen.

2.5.2 Remise en question en tant que chercheuse.

Le mercredi 13 février restera gravé dans notre mémoire. C'est ce jour là que nous nous sommes remise en question, non pour la peur, ni pour les doutes, mais comme « chercheuse » ce qui pourrait devenir notre profession le reste de notre vie. Ces jeunes, qui au début de notre présentation étaient hyper-excités et n'arrêtaient pas de rigoler, ont écouté attentivement nos paroles. Après toute l'explication nous avons demandé qui serait intéressé pour faire partie de cette recherche. Un jeune timidement lève la main et nous demande : « *On comprend ta démarche mais pourquoi ici et pas ailleurs ? Pourquoi tu ne vas pas faire ça en centre ville il y a plein de jeunes là-bas ?* ».

La réponse ne fut pas très claire. Que dire ? Leur dire qu'ils sont « intéressants » ? Nous leur avons dit que nous nous intéressions depuis toujours aux cultures populaires et notamment aux cultures jeunes, qu'il faudrait comprendre quels sont les processus médiatiques qu'ils réalisent pour justement démontrer comment ils vivent autour des médias. La réponse n'était pas claire, pas précise. Les jeunes nous ont dit : « *là on n'a rien compris* ». Mais les questions se sont enchaînées, l'une derrière l'autre : « *à quoi cela aboutit-il ? Quels sont les résultats ? Nous y gagnons quoi avec ta recherche ? Est-ce tu as déjà des résultats des autres cités ? Quelle âge as-tu ? Combien d'années d'études pour faire ce que tu fais ? Combien tu es payée pour faire ceci ?, etc.* ».

A cet instant nous nous sommes sentie un objet de recherche à part entière. Les rôles se sont inversés. Nous avons essayé de répondre à toutes ces questions pour démontrer que tout était bien en place. Cela nous a déstabilisée un peu et nous a fait comprendre que l'observation participante nécessite d'être une personne attentive et qu'il faut absolument avoir un journal de bord pour décrire ce genre de situations. Dans ce terrain nous avons créé de forts liens avec deux jeunes : Khalid et Khaled. Grâce à eux nous avons pu découvrir plus précisément les modes de création et de production des petits films. La prise de photos, les montages amateurs, les téléchargements, les consommations musicales et médiatiques. Cela nous a permis aussi de connaître leur famille, notamment les frères aînés qui, après plusieurs conversations, ont accepté de réaliser l'atelier photo.

Ces deux jeunes, nos informateurs-clefs, sont devenus nos « alliés ». On se rencontrait après les cours dans les cages d'escaliers pour discuter et échanger sur leurs productions médiatiques et notamment des films qu'ils font. Beaucoup de leurs copains venaient nous rejoindre pour continuer de larges discussions. En plus de cela, une répétition de Rap « free style » s'est organisée par le biais de deux animateurs, pour que nous découvriions comment ça se passe.

2.5.3 Les satisfactions d'un travail d'observation participante.

C'est peut-être sur ce terrain que nous avons commencé à ressentir que le travail mixte de l'observation participante et de la méthode visuelle donnait ses fruits, même si les questionnements continuaient à se poser tout au long de la recherche et de notre présence sur les terrains. Mais il a fallu qu'Agén nous donne le temps de nous accepter. C'est-à-dire que nous nous sommes laissée imprégner et absorber par les terrains pour leur être familière. Mais nous nous sommes rendue compte que nous sommes différentes. Nous observons, certes, mais nous sommes aussi observée. Nous avons découvert qu'il y a une posture à tenir, un rôle à jouer et qu'il n'y a pas de neutralité possible sur le terrain.

Le problème de l'influence de notre participation sur ce que nous observons, notre présence prolongée et assidue sur leur territoire, interviennent forcément dans leur quotidien. Nos observations, et notamment sur Agén, nous ont fait découvrir quelle est notre place véritablement au sein de ces quartiers populaires. C'est une découverte personnelle satisfaisante qui nous fait voir ce que nous sommes : une jeune chercheuse étrange, étrangère, curieuse, dérangeante. Parfois nous sommes sans doute trop complaisante et naïve.

Ce positionnement nous a valu des remarques du genre « *c'est cool le métier de chercheur, tu fais rien du tout la journée tu observes, tu manges avec nous, on t'invite aux activités du quartier ! T'es payée combien pour ça ?* ». Et c'est notamment ce qui nous donne un positionnement à respecter : les questionnements sur notre travail, notre présence, notre démarche d'atelier photo et l'utilisation des résultats. Ces terrains nous ont servi à nous découvrir jour après jour dans un engagement méconnu auprès de ces jeunes. Mais il y a toujours l'imprévu. Est-ce que l'on doit se laisser aller ? Parfois le terrain nous

le demande et la réponse se trouve juste après plusieurs jours de réflexion ou dans les résultats de l'atelier photo et les paroles que ces jeunes nous livrent.

Ce partage de l'intimité suppose une implication très forte, une participation comme condition première à l'observation. Travailler sur l'identité et les productions médiatiques de ces jeunes suppose de les partager véritablement sans retenue. Toute la difficulté de cette observation participante est de garder un équilibre et de surmonter tous les obstacles sans jamais lâcher la barre scientifique.

2.6 Cinquième terrain : Floirac (Bas-Floirac – Libération, Haut-Floirac – Dravemont).

Le dernier terrain était Floirac. Il a commencé le 31 mars 2008 et a fini le 3 mai 2008. Cette municipalité a été à l'écoute de notre démarche, mais avec un peu de méfiance à l'égard de cette réalisation. Les mêmes démarches administratives se sont réalisées dans cette municipalité auprès du Cabinet du Maire, service jeunesse et service politique de la ville. A l'égard de l'acceptation de notre démarche sur ce terrain nous avons commencé en nous présentant dans les structures d'accueil des jeunes dans les deux quartiers où nous avons enquêté : Libération et Dravemont.

Avant de commencer sur ce terrain nous avons eu des réunions de débriefing sur le terrain d'Agen pour traiter quelques doutes et questionnements, ainsi que la méthodologie que nous étions en train de mettre en place et qui, sur chaque terrain, évoluait un peu plus. Ces réunions servent entre autres à se confronter aux concepts théoriques, à la remise en question de notre étude, à l'observation participante et ses limites. Comme c'était le dernier terrain il nous fallait avoir résolu plusieurs problèmes, mais il y a toujours l'imprévu. Même si nos deux dispositifs : l'observation participante et l'atelier photo se révèlent complémentaires, il a fallu trouver des nouvelles astuces et techniques pour avoir un résultat encore plus complet.

Floirac au tout début se montrait à nos yeux un terrain difficile d'accès. Mais nous avons compris quelques jours après notre arrivée qu'il y avait eu des changements de dirigeants des différents services municipaux (notamment celui de la Culture et de la Jeunesse). Avec ces changements, certaines règles et mesures auprès des institutions

d'accueil ont été mises à l'épreuve. C'est pour cela que nous avons attendu que l'information officielle arrive jusqu'à ces services pour commencer notre recherche.

2.6.1 Institutions et lieux de recherche.

Notre démarche, comme toutes les autres, se passe tout d'abord au sein des institutions, qu'elles soient municipales ou associatives. La Mairie de Floirac compte, parmi ses services auprès des jeunes, cinq centres d'accueils répartis autour de ces quartiers populaires :

- La « Junior des Salles », au cœur du quartier Dravemont.
- La « Saga Cités » au cœur de la cité Libération.
- La « Suzanne », située sur le domaine de La Burthe qui accueille plus des adolescents jusqu'à 15 ans et il y a beaucoup de sport.
- Le Centre Social du Dravemont qui a quelques ateliers pour des jeunes notamment l'atelier Slam.
- La « M270 » médiathèque municipale, qui venait d'être inaugurée et les activités pour les jeunes n'étaient pas encore mises en place. Néanmoins un grand espace informatique existait pour donner des cours d'alphabétisation numérique aux adultes et enfants.

En termes associatifs nous avons approfondi notre enquête au sein de « En attendant demain »²³³ une association des jeunes du quartier Dravemont qui crée, produit et diffuse des films de leur propre quartier. Cette découverte nous a permis de développer une partie consacrée aux courts métrages réalisés dans les quartiers populaires comme vecteurs identitaires.

C'est aussi la première fois que nous avons réussi à contacter des jeunes dans le collège en ZEP Yves du Manoir situé au cœur de la cité Libération. C'est grâce au contact d'une ancienne enseignante d'espagnol que nous avons pris contact avec certains jeunes du collège. Nous avons trouvé des jeunes de 15 ans qui pouvaient participer à la recherche. Il y a eu une grande acceptation des jeunes filles.

²³³ Pour plus d'information de ce collectif son site web est disponible sur : <http://www.enattendandemain.com/> (consulté le 14 novembre 2007).

Les animateurs après plusieurs visites se sont intéressés à notre projet mais nous avons dû nous investir beaucoup dans la recherche des jeunes parce que les animations ne sont pas très fréquentes envers eux. Il existe des structures mais il n'y pas d'activités pour eux. Nous avons juste assisté à l'atelier Slam déjà mentionné. Il n'existe pas non plus de salles informatiques. Par contre un ordinateur mis en place sur la Saga Cités fait que la plupart des jeunes s'en servent pour réviser leur courrier, visiter quelques blogs, regarder les films d' « En attendant demain ». Mais le besoin n'est pas énorme. Nous avons donc demandé aux jeunes la raison et la plupart nous ont répondu qu'ils avaient une connexion Internet chez eux. Cela a été confirmé pendant les EPR. Mais aussi nous avons vu que ce quartier fonctionne beaucoup plus par la communication interpersonnelle. Elle est plus valorisante et plus constante.

2.6.2 Les participants.

Floirac a été le terrain où nous avons distribué le plus d'appareils photos. Néanmoins beaucoup nous sont revenus : sur seize appareils distribués cinq ont été retournés sans être utilisés. Mais cela a permis de garder le contact avec les jeunes qui se sont impliqués dans le processus et ont notamment réalisé l'entretien en profondeur.

Ces jeunes participants se sont trouvés très libres dans réalisation de l'atelier photo et notamment dans l'EPR. Une grande attente est née au sein de ce quartier. Notamment avec la participation de jeunes qui « *normalement ne font pas de projets* » nous disait un des animateurs. En plus de cela nous pensons qu'il y a eu une bonne partie des jeunes qui étaient motivés par l'idée de réaliser un projet de type visuel. Nous pensons que cela est lié à la présence du collectif « En attendant demain ». Ils sont déjà habitués à voir des caméras, des images d'eux-mêmes sur le net et donc la prise de photos n'est pas un problème.

Dans ces quartiers nous avons très peu d'accès au sein des familles, seul un des jeunes, Anys, nous a permis de rentrer dans son univers intime. Malgré cela nous avons découvert les lieux de vie en dehors des familles et des structures d'accueil. Des bancs dans certains lieux, des abris, des arbres, des escaliers spécifiques, des voitures qui servent à la diffusion des films. Les beaux jours commençaient aussi et cela accompagnait la mobilité des jeunes.

Nous avons été obligée de les questionner tout le temps sur leurs façons de faire et de produire des médias. Mais comme nous ne les voyions pas faire, nous ne pouvions vérifier les moments, les lieux, les processus auxquels les participants étaient soumis pour faire un blog, un Skyblog ou réaliser un film. C'est pour ces raisons-là que nous avons réalisé des entretiens avec ceux qui ont reçu des appareils photos mais qui ne sont pas allés jusqu'au bout. Il nous fallait des données pour les confronter avec nos hypothèses qui continuaient à se construire. Dans le tableau qui suit nous pouvons voir les différents participants :

Document	Age	Quartier	Sexe
Marion	22	Dravemont	F
Delia	25	Dravemont	F
Maeva	25	Dravemont	F
Moussa	25	Dravemont	M
Tarik	19	Dravemont	M
Naufel	22	Dravemont	M
Anys	20	Dravemont	M
Tatiana	15	Libération	F
Soumaya	15	Libération	F
Ines	15	Libération	F
Adama	21	Libération	M

Tableau 9. Participants Floirac.

2.6.3 Les dispositifs dans leur meilleur fonctionnement.

Sur Floirac les résultats des dispositifs se sont faits beaucoup plus visibles. Egalement la maturation des questionnements commençait à trouver des voies de réponses. L'engagement des jeunes auprès de notre démarche était plus sensible. Dans ce sens, lors des EPR nous nous sommes rendue compte que l'utilisation de l'image favorisait leur prise de parole et les aidait à exprimer plus facilement des choses sur leur identité. Les photos prises par eux mêmes nous ont permis d'aller au-delà de nos observations directes et d'entrer dans une autre partie de l'intimité de chacun de ces jeunes.

Dans ce terrain, avant tout, nous avons essayé de ne pas perdre de vue la place des médias dans le quotidien de ces jeunes. Mais pour comprendre le *médiascape* dans ces territoires, il a fallu comprendre aussi la part de l'individu, la part du groupe et la part de la société. Les indices d'observation que nous avons eus au cœur de Floirac nous montrent que ces jeunes sont très actifs face aux technologies de communication. On n'est plus devant des spectateurs passifs mais devant une génération qui s'affiche, qui se montre, qui veut être reconnue. On est bien dans une culture de l'image et de la communication.

Les EPR nous dévoilaient des réponses autour de leurs actions numériques et le rôle qu'elles ont dans leur identité. Ainsi que les productions médiatiques qui se faisaient de plus en plus évidentes et les manières dont elles remodelent leur vécu social. La manière dont ces jeunes s'approprient des technologies de communication nous donnait encore d'autres voies de réponses. Quel est le sens qu'ils donnent à leurs actions numériques ? La musique, notamment le Rap, les blogs, la personnalisation du mobile et la création des films témoignaient d'une production médiatique de soi. Toutes les actions numériques que ces jeunes réalisent sont au service d'une expression unique, authentique, propre à leur soi, propre à une culture des quartiers populaires.

Floirac finissait mais nous sentions que nous ne pourrions jamais lâcher ces terrains. Le dernier jour sur ce terrain, nous avons commencé un deuil. Un deuil de toute une partie de notre vie dans ce milieu populaire. Onze mois d'enquête cela ne paraît pas

énorme, mais dans notre pensée, nos réflexions, notre vécu et les attachements auprès des ces jeunes, cela nous a paru beaucoup plus long.

CHAPITRE 3 : La méthode d'analyse.

Dans ce chapitre nous montrons comment nous avons construit notre corpus d'analyse sur la base de 49 jeunes interviewés et participants à l'atelier photo. Les entretiens durent en moyen 45 minutes. L'analyse des transcriptions des entretiens, en tant que méthode qualitative, a nécessité un dépouillement juste et précis. Notre démarche a consisté à recueillir les données textuelles des entretiens et à analyser de manière sémantique ces entretiens.

Pour le choix du logiciel de traitement des données textuelles, nous avons fait une analyse comparative. Pour cela nous avons construit un tableau différentiel des trois logiciels connus, dont un a été utilisé pour l'analyse dans le cadre de notre mémoire pour notre Master 2 recherche.

L'analyse qualitative consiste à diviser en catégories, classer et comparer des segments de textes. Traditionnellement, cette activité se pratiquait à la main, en découpant et en regroupant des passages textuels. Des logiciels sont apparus qui simulent cette pratique et qui réduisent le temps de segmentation. NVIVO et ATLAS.TI sont les deux logiciels les plus répandus dans le monde anglo-saxon et francophone. Ils permettent de mettre en catégories des segments textuels puis de regrouper, de classer et d'analyser la distribution des catégories indexées. Matériellement, le chercheur ne découpe plus son texte à la main, mais conceptuellement, le travail est toujours manuel.

C'est ici que SEMATO présente une différence significative : le chercheur peut proposer des concepts de départ et SEMATO développe un réseau sémantique qui deviendra, avec l'approbation du chercheur, sa base de recherche. Nous avons voulu utiliser un logiciel qui propose une technologie linguistique, une assistance sémantique au niveau de la catégorisation et des explorations plus profondes sur le corpus. Nous avons donc décidé de travailler avec SEMATO, un logiciel qui est élaboré par ATO à la faculté des Sciences Humaines de l'Université du Québec Montréal où ils proposent ce logiciel web d'analyses mixtes qualitatives et quantitatives.

Dans le tableau 10 ci-après, nous pouvons regarder les avantages et désavantages de chacun d'eux.

Logiciel	Atlas. Ti	Nvivo	Semato
Type d'analyse.	Qualitative.	Qualitative.	Qualitative-quantitative.
Schème de codage.	Non hiérarchique (libre pour l'utilisateur).	Non hiérarchique et Hiérarchique (libre pour l'utilisateur et proposé par le logiciel).	Non hiérarchique et Hiérarchique (libre pour l'utilisateur et proposé par le logiciel).
Codage.	Personnel - très flexible.	Descriptif attribué par le logiciel.	Codage mixte.
Profondeur sémantique.	Analyse lexicale.	Analyse lexicale, plans lexicaux.	Analyse lexicale, champs sémantiques, réseaux lexicaux, contextes textuels.
Marge d'exposition.	Interactive.	Très peu interactive.	Complètement interactive.
Prix.	1,100 euros Pour un usager.	465 euros Pour un usager.	60 euros Plusieurs usagers.
Travail en équipe.	Possible mais payant pour chaque individu.	Possible mais payant pour chaque individu.	Possible, un projet payant pour plusieurs participants.

Tableau 10. Comparatif des logiciels

SEMATO logiciel nous a permis de réaliser une analyse qualitative avec des catégorisations de thèmes (qui permettront de classer automatiquement une majorité de contextes textuels). Cette catégorisation automatique proposée par SEMATO n'empêche pas pour autant la catégorisation manuelle. Un thème peut-être automatique, manuel ou mixte. Nous y reviendrons plus tard pour les choix dans notre corpus.

Le travail de catégorisation automatisée est reproductible. C'est à dire que les thèmes automatiques sont des programmes, donc des objets, que l'on peut présenter, publier et qui deviennent, par le fait même, falsifiables. L'analyse acquiert ainsi un degré

de scientificité inédit. Les thèmes transcendent le corpus dans lequel ils ont été trouvés ou pour lequel ils ont été construits. Les thèmes peuvent voyager d'un corpus à l'autre. Nous pouvons ainsi récupérer, pour un second projet appartenant à un domaine sémantique apparenté, une très grande partie du travail fourni au moment du premier projet. Il faut aussi mentionner que ce logiciel, très performant, est d'un prix accessible et que pour l'ouverture d'un projet, il peut y avoir plusieurs personnes qui travaillent simultanément dans n'importe quelle partie du monde, vu que ce logiciel fonctionne comme un service WEB.

3.1 La démarche avec le logiciel SEMATO.

Dans ce sous-chapitre nous allons décrire les types d'actions que nous avons réalisées avec ce logiciel. Il nous semble important de les mentionner pour comprendre les choix d'analyse par rapport à notre corpus textuel. Toutes ces actions ont fait l'objet d'une réflexion profonde pour que les résultats nous donnent des éléments concrets pour nos analyses.

3.1.1 Le fonctionnement.

Avec SEMATO, les mots de notre corpus ont été associés à un champ sémantique. Un champ sémantique n'est pas une catégorie, mais une liste d'autres mots trouvés dans le corpus et associés sémantiquement. C'est-à-dire que l'ensemble des champs sémantiques du corpus forme un réseau. Avec des procédures informatiques que nous allons développer plus tard, nous avons pu entrer dans ces réseaux pour trouver des ingrédients ou indicateurs linguistiques qui alimentent la constitution de nos catégories.

Certaines actions de SEMATO nous ont permis d'unir des parties du réseau principal, en répondant à certaines caractéristiques mathématiques, afin de proposer des nouvelles catégories. Il faut souligner que les propositions, que le logiciel offre pour les catégorisations, sortent de ce réseau et d'un dictionnaire comme dans les autres logiciels mentionnés ci-dessus. Les catégories sont en quelque sorte construites par le réseau sémantique du corpus lui-même. Cette approche est donc plus précise, vu qu'il va du centre à l'extérieur et cela nous a permis de développer une sémantique spécifique de notre corpus.

3.1.2 La démarche initiale.

Après un longue période de retranscription et correction des entretiens, quatre mois environ, nous avons suivi trois démarches initiales pour avoir la première proposition des catégorisations sémantiques du logiciel :

1) **Entrée express** est la méthode pour préparer et acheminer nos données textuelles et extra-textuelles vers SEMATO. Nous avons préparé les entretiens avec les consignes spécifiques du logiciel : uniformiser les mots, espaces, caractères, document word, etc., de cette manière le transfert de données est au même format pour que le logiciel reconnaisse qui est l'interviewer (question) et le locuteur (réponse). Pour ce faire, nous avons choisi INT, pour Interviewer et les initiales du jeune interviewé, Ilam : ILM, Zouer : ZHR, etc. Comme nous venons de l'exposer, SEMATO est installé sur un serveur et il fallait que le serveur soit disponible pour que le transfert soit toujours possible.

2) **Transfert des données textuelles** nous permet de transférer un à un nos entretiens. Il faut les introduire manuellement, dans ce cas nous en avons introduit 49 sur le serveur. On ne peut transférer plus de 100 ko à la fois. C'est une contrainte de transfert sur Internet. Quand notre document dépassait les 100 ko nous avons demandé à avoir plus d'espace et de facilités pour accéder aux données, sinon il fallait morceler chaque entretien pour arriver au poids « permis ». S'il y a des problèmes dans la lecture des entretiens, le logiciel nous indique l'erreur concernée et nous demande de le corriger. SEMATO avec **entrée express** nous a construit une base de connaissances à partir de nos données textuelles. Cette base est fondée sur une segmentation de nos données textuelles en unités, ce sont ces unités qui sont appelées *textes* dans SEMATO et qui seront les objets rapportés par les requêtes.

Cette démarche a demandé beaucoup de patience et de concentration, car cela prend du temps et si on se trompe une fois il faut tout recommencer.

3) **Transfert de méga-catégories associées aux données** est une étape facultative que nous avons voulu réaliser pour enrichir notre corpus. Ce transfert nous a

permis d'ajouter des catégories associées aux données textuelles transférées dans la première étape. Dans cette étape nous soulignons des catégories externes importantes pour l'analyse à savoir : sexe, âge, commune et niveau d'études des jeunes. Nous disposons donc d'une information complémentaire qui pourra être utilisée pendant l'interprétation.

3.1.3 L'indexation de textes.

Après ces trois étapes initiales, nous lançons la première requête au logiciel qui nous proposera une toute première indexation de textes. La deuxième étape consiste à construire une base de connaissances à partir de nos données textuelles et nos méga-catégories. Cette procédure a pris au total 4 heures d'attente vu le volume de données que nous avons.

Une fois nos textes indexés, nous avons accès à toutes les ressources d'exploration et d'analyse de SEMATO. En effet, avec l'indexation nous recevons un fichier avec toutes les données traitées par SEMATO. Ce fichier nous a permis d'explorer selon plusieurs points de vue nos documents et cela nous a donné une base pour approfondir nos requêtes spécifiques dans l'univers textuel.

Dans ce premier aperçu proposé par SEMATO, nous avons vu effectivement que les propositions de champs sémantiques, nœuds, relations, sont assez larges. On peut constater dans le graphe qui suit, si l'on met à part sa belle esthétique, qu'il est quasiment impossible à analyser tel quel. Néanmoins, ces résultats de base nous servent à prendre connaissance du contenu de l'ensemble de documents textuels. Dans le graphe qui suit trois principaux niveaux de la description linguistique sont présentés : les champs sémantiques, les synapsies et les thèmes.

Devant la complexité de lecture pour le graphe 1 ci-après, nous sommes obligés de le sectionner en parties de façon à établir une analyse plus concrète des champs sémantiques proposées par SEMATO.

Pour avoir une lecture complète de ce graphe nous devons tout d'abord cibler tous les champs sémantiques à rechercher. De cette manière le graphe initialement illisible devenait analysable. Dans les lignes qui suivent nous allons décrire les principales utilisations des couleurs, lignes de rapport entre mots et champs sémantiques ainsi que les types de repérage à suivre.

3.1.4 Le graphe express.

Le **graphe express** nous a permis de prendre connaissance du contenu d'un ensemble de documents textuels d'une façon synthétique et rapide. Les graphes de **graphe express** représentent les trois principaux niveaux de la description linguistique offerte par SEMATO : les champs sémantiques (représentés par des lignes noires), les synapsies (représentées par des lignes rouges) et les thèmes (représentés par des lignes vertes).

Un champ sémantique rassemble des mots apparentés sémantiquement. Voici par exemple le champ sémantique du mot **identité**, dans notre cas.

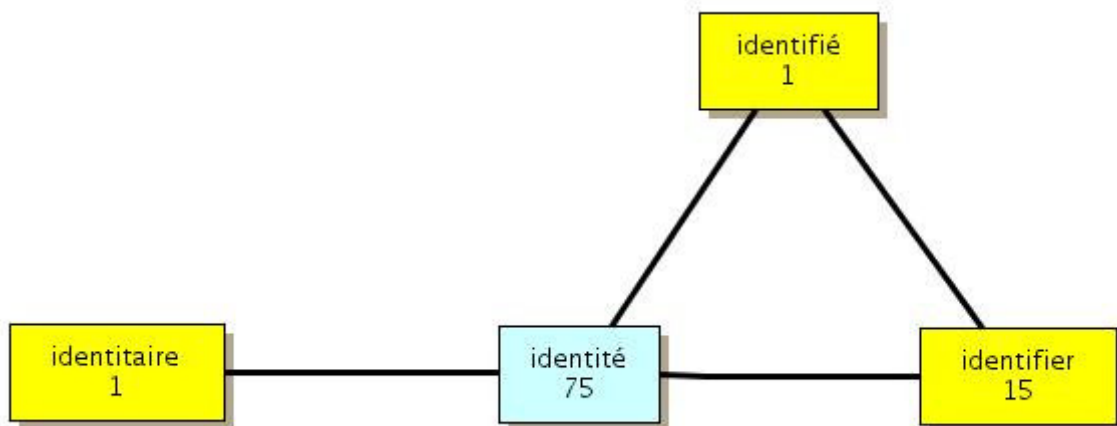


Figure 6. Exemple des champs sémantiques.

Les synapsies représentent des unités contextuelles fortes. Voici par exemple les synapsies trouvées autour du mot **média** :

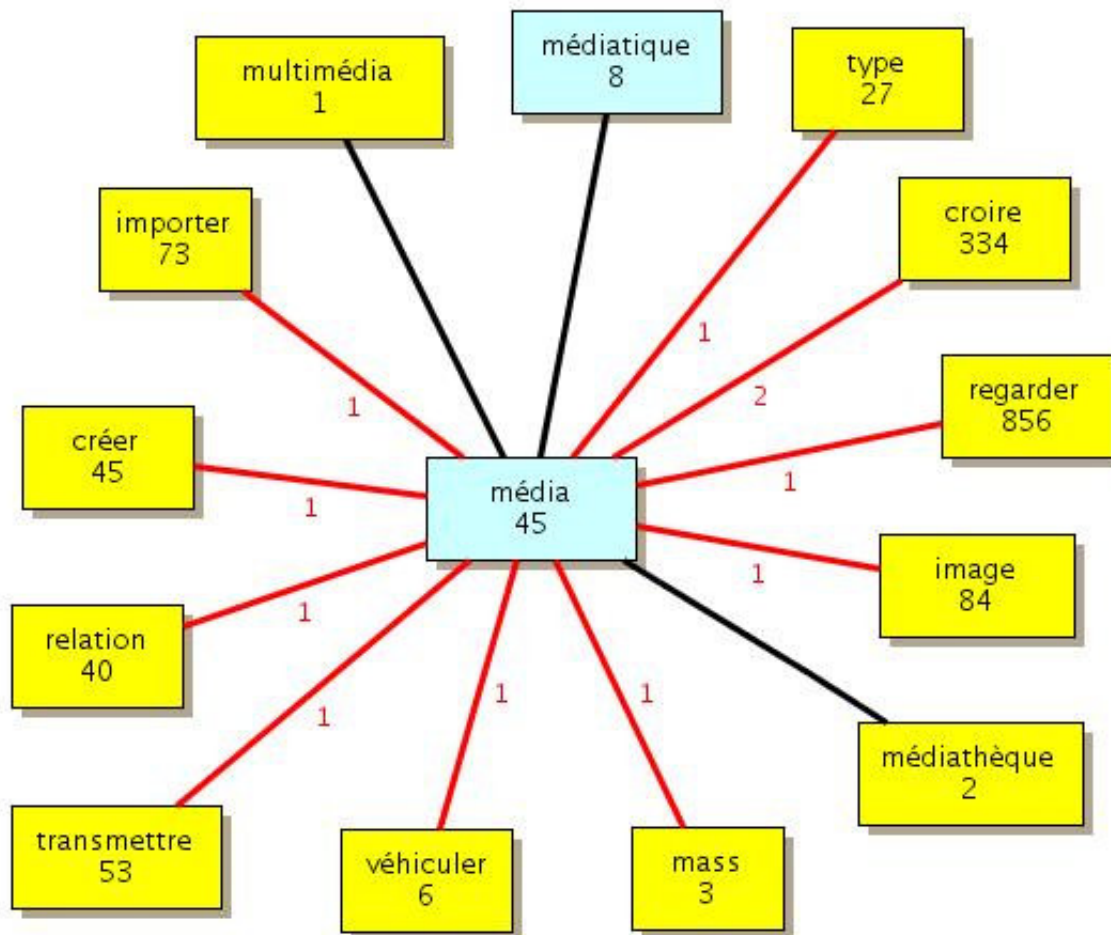


Figure 7. Exemple des synopsies.

Les chiffres sur les liens indiquent la fréquence d’occurrences sur tout le corpus des documents analysés. Ainsi, par exemple, nous voyons que le mot média se répète 45 fois. Cela ne veut pas dire qu’on trouve le mot lui-même dans le document, mais des mots qui ont un lien sémantique déterminé par SEMATO.

Les liens sémantiques sont calculés par le logiciel à partir de la base des données créée avec les documents que nous avons téléchargés (logiciel disponible qu’en version Web). Ce calcul est fait avec des règles bien établies, d’où le fait que ces résultats sont reproductibles avec les mêmes données d’entrée, ce qui constitue la base scientifique de l’utilisation de cette solution.

Le troisième niveau est celui des thèmes. Les thèmes sont obtenus de façon automatique par la fonction GTH (trouvée sur la page des Thèmes), ou par la construction

assistée (avec l'AST ou Assistant Scripteur de Thèmes), ou encore de manière manuelle par des arrimages directs aux phrases, ou textes du corpus.

3.2 Les types de requêtes

Nous avons eu 110 thèmes proposés. Vu le large rassemblement de thèmes nous avons décidé de cibler plus spécifiquement les thèmes pour trouver une meilleure cohérence des données. Pour cela nous avons décidé de faire une requête beaucoup plus ciblée en enlevant certains thèmes et en trouvant les relations entre thèmes plus précis et ainsi plus parlants.

Pour réaliser les requêtes nous avons deux possibilités : l'un est l'analyse express et l'autre le repérage

Analyse express permet d'obtenir, sans beaucoup de manipulations du logiciel, des statistiques descriptives sur les catégories des documents ainsi que sur des thèmes trouvés par SEMATO. La requête en repérage, celle que nous avons utilisée comme outil analytique, permet de faire des recherches dans le corpus, afin d'y trouver des textes spécifiques.

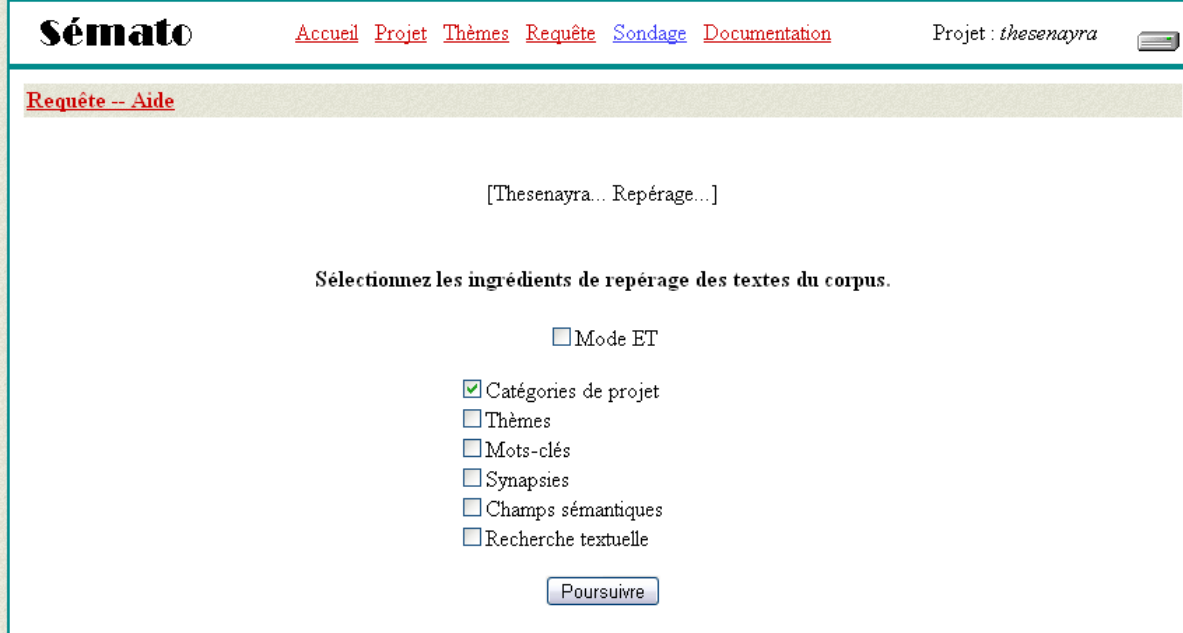
Les outils de repérage sont les suivants :

- 1 Catégorie de projet,
- 2 thèmes,
- 3 mots-clés,
- 4 synapsies,
- 5 champs sémantiques et
- 6 recherche textuelle.

Comme nous l'avons déjà expliqué, les **catégories de projet** regroupent les variables descriptives des données textuelles fournies au moment de l'indexation textuelle. Le repérage par **thèmes** nous a permis de retrouver les phrases et les textes catégorisés avec des méthodes de construction automatique et manuelle. Les **mots-clés**, **synapsies** et **champs sémantiques** sont des d'outils d'exploration du corpus, sensibles à la linguistique de SEMATO. **Mots-clés**, **synapsies** et **recherche textuelle** sont de puissants moteurs de recherche textuelle mais nous croyons que ce n'est pas très intéressant de les appliquer dans notre corpus attendu que nous cherchons des relations sémantiques spécifiques.

Nous allons maintenant introduire de manière synthétique les outils pour l'analyse dont nous nous sommes servis. Tout d'abord les catégories de projet correspondent aux variables descriptives des propriétés des textes du corpus. On aura quatre catégories : le quartier, le sexe, l'âge, le niveau d'études. Ces catégories de projet servent à identifier des textes (par exemple tous les textes qui ont une valeur « x » pour la catégorie du sexe). On peut aussi s'en servir comme outil de construction de sous-corpus pour restreindre le corpus aux seuls textes qui ont telle valeur pour telle catégorie. Mais nous avons plutôt utilisé la première pour trouver notamment les différences sexuées entre les discours des jeunes.

Ainsi par exemple : Nos choisissons de travailler seulement avec le corpus textuel des catégories de projet.



The screenshot shows the Sémato web interface. At the top, there is a navigation menu with links: Accueil, Projet, Thèmes, Requête, Sondage, and Documentation. The current project is identified as 'thesenayra'. Below the navigation, there is a header for the 'Requête -- Aide' section. The main content area displays the text '[Thesenayra... Repérage...]' and a prompt: 'Sélectionnez les ingrédients de repérage des textes du corpus.' Below this prompt, there is a list of search criteria with checkboxes: 'Mode ET' (unchecked), 'Catégories de projet' (checked), 'Thèmes' (unchecked), 'Mots-clés' (unchecked), 'Synapsies' (unchecked), 'Champs sémantiques' (unchecked), and 'Recherche textuelle' (unchecked). A 'Poursuivre' button is located at the bottom of the list.

Après nous pouvons choisir une ou plusieurs catégories (sexe/âge/commune).

Sémato [Accueil](#) [Projet](#) [Thèmes](#) [Requête](#) [Sondage](#) [Documentation](#) Projet : *thesenayra*

Requête -- Aide

[Thesenayra... Repérage... Catégories de projet...]

Sélectionnez une ou plusieurs catégories de projet.

Mode ET

Age
 Commune
 Document
 Etudes
 Interviewer
 Locuteur
 Sexe
 Typeqr
 Séquence

Dans l'exemple ci-après, nous choisissons juste de travailler avec le sexe féminin comme repérage.

Sémato [Accueil](#) [Projet](#) [Thèmes](#) [Requête](#) [Sondage](#) [Documentation](#) Projet : *thesenayra*

Requête -- Aide

[Thesenayra... Repérage... Catégories de projet... Sexe...]

Choix pour : Sexe

F
 M

Le premier écran est un récapitulatif de la requête. Celle-ci rapporte **22449** textes. Par la suite, une série de blocs de texte nous permet d'ouvrir autant de pages d'arrimages. Par défaut, chaque bloc de texte en contient 20. Les noms des textes sont rassemblés dans le second tableau. La colonne appelée **Saillance** donne le score (le total de cette colonne est 100) de chacun des textes. Les textes ont tous ici la même saillance : 100 divisé par 22449 : 0.1%. Ils ont tous, et de façon égale, la propriété d'avoir la même valeur pour la catégorie de projet « sexe ».

nato.uqam.ca/guidexpert-ato/guidexpert.asp?I=guidexpert-ato\guidexpert-ato

RealPlayer Windows Marketplace Windows Media Windows Renovation Appart

Requête	Repérage
Repérage	Catégories de projet
Catégories de projet	Sexe
Sexe	F

Blocs de textes : [1](#) | [2](#) | [3](#) | [4](#) | [5](#) | [6](#) | [7](#) | [8](#) | [9](#) | [10](#) | [11](#) | [12](#) | [13](#) | [14](#) | [15](#) | [16](#) | [17](#) | [18](#) | [19](#) | [20](#) | [21](#) | [22](#) | [23](#) | [24](#) | [25](#) | [26](#) | [27](#) | [28](#) | [29](#) | [30](#) | [31](#) | [32](#) | [33](#) | [34](#) | [35](#) | [36](#) | [37](#) | [38](#) | [39](#) | [40](#) | [41](#) | [42](#) | [43](#) | [44](#) | [45](#) | [46](#) | [47](#) | [48](#) | [49](#) | [50](#) | [51](#) | [52](#) | [53](#) | [54](#) | [55](#) | [56](#) | [57](#) | [58](#) | [59](#) | [60](#) | [61](#) | [62](#) | [63](#) | [64](#) | [65](#) | [66](#) | [67](#) | [68](#) | [69](#) | [70](#) | [71](#) | [72](#) | [73](#) | [74](#) | [75](#) | [76](#) | [77](#) | [78](#) | [79](#) | [80](#) | [81](#) | [82](#) | [83](#) | [84](#) | [85](#) | [86](#) | [87](#) | [88](#) | [89](#) | [90](#) | [91](#) | [92](#) | [93](#) | [94](#) | [95](#) | [96](#) | [97](#) | [98](#) | [99](#) | [100](#) | [101](#) | [102](#) | [103](#) | [104](#) | [105](#) | [106](#) | [107](#) | [108](#) | [109](#) | [110](#) | [111](#) | [112](#) | [113](#) | [114](#) | [115](#) | [116](#) | [117](#) | [118](#) | [119](#) | [120](#) | [121](#) | [122](#) | [123](#) | [124](#) | [125](#) | [126](#) | [127](#) | [128](#) | [129](#) | [130](#) | [131](#) | [132](#) | [133](#) | [134](#) | [135](#) | [136](#) | [137](#) | [138](#) | [139](#) | [140](#) | [141](#) | [142](#) | [143](#) | [144](#) | [145](#) | [146](#) | [147](#) | [148](#) | [149](#) | [150](#) | [151](#) | [152](#) | [153](#) | [154](#) | [155](#) | [156](#) | [157](#) | [158](#) | [159](#) | [160](#) | [161](#) | [162](#) | [163](#) | [164](#) | [165](#) | [166](#) | [167](#) | [168](#) | [169](#) | [170](#) | [171](#) | [172](#) | [173](#) | [174](#) | [175](#) | [176](#) | [177](#) | [178](#) | [179](#) | [180](#) | [181](#) | [182](#) | [183](#) | [184](#) | [185](#) | [186](#) | [187](#) | [188](#) | [189](#) | [190](#) | [191](#) | [192](#) | [193](#) | [194](#) | [195](#) | [196](#) | [197](#) | [198](#) | [199](#) | [200](#) | [201](#) | [202](#) | [203](#) | [204](#) | [205](#) | [206](#) | [207](#) | [208](#) | [209](#) | [210](#) | [211](#) | [212](#) | [213](#) | [214](#) | [215](#) | [216](#) | [217](#) | [218](#) | [219](#) | [220](#) | [221](#) | [222](#) | [223](#) | [224](#) | [225](#) | [226](#) | [227](#) | [228](#) | [229](#) | [230](#) | [231](#) | [232](#) | [233](#) | [234](#) | [235](#) | [236](#) | [237](#) | [238](#) | [239](#) | [240](#) | [241](#) | [242](#) | [243](#) | [244](#) | [245](#) | [246](#) | [247](#) | [248](#) | [249](#) | [250](#) | [251](#) | [252](#) | [253](#) | [254](#) | [255](#) | [256](#) | [257](#) | [258](#) | [259](#) | [260](#) | [261](#) | [262](#) | [263](#) | [264](#) | [265](#) | [266](#) | [267](#) | [268](#) | [269](#) | [270](#) | [271](#) | [272](#) | [273](#) | [274](#) | [275](#) | [276](#) | [277](#) | [278](#) | [279](#) | [280](#) | [281](#) | [282](#) | [283](#) | [284](#) | [285](#) | [286](#) | [287](#) | [288](#) | [289](#) | [290](#) | [291](#) | [292](#) | [293](#) | [294](#) | [295](#) | [296](#) | [297](#) | [298](#) | [299](#) | [300](#) | [301](#) | [302](#) | [303](#) | [304](#) | [305](#) | [306](#) | [307](#) | [308](#) | [309](#) | [310](#) | [311](#) | [312](#) | [313](#) | [314](#) | [315](#) | [316](#) | [317](#) | [318](#) | [319](#) | [320](#) | [321](#) | [322](#) | [323](#) | [324](#) | [325](#) | [326](#) | [327](#) | [328](#) | [329](#) | [330](#) | [331](#) | [332](#) | [333](#) | [334](#) | [335](#) | [336](#) | [337](#) | [338](#) | [339](#) | [340](#) | [341](#) | [342](#) | [343](#) | [344](#) | [345](#) | [346](#) | [347](#) | [348](#) | [349](#) | [350](#) | [351](#) | [352](#) | [353](#) | [354](#) | [355](#) | [356](#) | [357](#) | [358](#) | [359](#) | [360](#) | [361](#) | [362](#) | [363](#) | [364](#) | [365](#) | [366](#) | [367](#) | [368](#) | [369](#) | [370](#) | [371](#) | [372](#) | [373](#) | [374](#) | [375](#) | [376](#) | [377](#) | [378](#) | [379](#) | [380](#) | [381](#) | [382](#) | [383](#) | [384](#) | [385](#) | [386](#) | [387](#) | [388](#) | [389](#) | [390](#) | [391](#) | [392](#) | [393](#) | [394](#) | [395](#) | [396](#) | [397](#) | [398](#) | [399](#) | [400](#) | [401](#) | [402](#) | [403](#) | [404](#) | [405](#) | [406](#) | [407](#) | [408](#) | [409](#) | [410](#) | [411](#) | [412](#) | [413](#) | [414](#) | [415](#) | [416](#) | [417](#) | [418](#) | [419](#) | [420](#) | [421](#) | [422](#) | [423](#) | [424](#) | [425](#) | [426](#) | [427](#) | [428](#) | [429](#) | [430](#) | [431](#) | [432](#) | [433](#) | [434](#) | [435](#) | [436](#) | [437](#) | [438](#) | [439](#) | [440](#) | [441](#) | [442](#) | [443](#) | [444](#) | [445](#) | [446](#) | [447](#) | [448](#) | [449](#) | [450](#) | [451](#) | [452](#) | [453](#) | [454](#) | [455](#) | [456](#) | [457](#) | [458](#) | [459](#) | [460](#) | [461](#) | [462](#) | [463](#) | [464](#) | [465](#) | [466](#) | [467](#) | [468](#) | [469](#) | [470](#) | [471](#) | [472](#) | [473](#) | [474](#) | [475](#) | [476](#) | [477](#) | [478](#) | [479](#) | [480](#) | [481](#) | [482](#) | [483](#) | [484](#) | [485](#) | [486](#) | [487](#) | [488](#) | [489](#) | [490](#) | [491](#) | [492](#) | [493](#) | [494](#) | [495](#) | [496](#) | [497](#) | [498](#) | [499](#) | [500](#) | [501](#) | [502](#) | [503](#) | [504](#) | [505](#) | [506](#) | [507](#) | [508](#) | [509](#) | [510](#) | [511](#) | [512](#) | [513](#) | [514](#) | [515](#) | [516](#) | [517](#) | [518](#) | [519](#) | [520](#) | [521](#) | [522](#) | [523](#) | [524](#) | [525](#) | [526](#) | [527](#) | [528](#) | [529](#) | [530](#) | [531](#) | [532](#) | [533](#) | [534](#) | [535](#) | [536](#) | [537](#) | [538](#) | [539](#) | [540](#) | [541](#) | [542](#) | [543](#) | [544](#) | [545](#) | [546](#) | [547](#) | [548](#) | [549](#) | [550](#) | [551](#) | [552](#) | [553](#) | [554](#) | [555](#) | [556](#) | [557](#) | [558](#) | [559](#) | [560](#) | [561](#) | [562](#) | [563](#) | [564](#) | [565](#) | [566](#) | [567](#) | [568](#) | [569](#) | [570](#) | [571](#) | [572](#) | [573](#) | [574](#) | [575](#)

Voilà un exemple de la requête que nous avons réalisée juste pour la catégorie de projet Sexe Féminin. Nous pouvons cliquer dans chaque bloc de texte et nous retrouvons les réponses des filles participant au projet. De même si nous cherchons à savoir combien de fois elles ont répondu aux questions, pour avoir la plus large variété du projet.

→ 12065 textes rapportés par la requête (base = 22499 textes).

Saillance	Texte	Sexe
.01	656-anaelle-question	F
.01	657-anaelle-réponse	F
.01	658-anaelle-question	F
.01	659-anaelle-réponse	F
.01	660-anaelle-question	F
.01	661-anaelle-réponse	F
.01	662-anaelle-question	F
.01	663-anaelle-réponse	F
.01	664-anaelle-question	F
.01	665-anaelle-réponse	F
.01	666-anaelle-question	F
.01	667-anaelle-réponse	F
.01	668-anaelle-question	F
.01	669-anaelle-réponse	F
.01	670-anaelle-question	F
.01	671-anaelle-réponse	F
.01	672-anaelle-question	F
.01	673-anaelle-réponse	F
.01	674-anaelle-question	F

Ici nous voyons la quantité des textes, qui s'élève à **12065**, quant aux réponses de jeunes filles. Cela nous permet d'avoir une idée plus claire de ce que nous pouvons réaliser pour une analyse comparative des réponses, entre filles et garçons, en relation à notre sujet de thèse : les productions médiatiques. Nous y reviendrons.

Pour notre analyse nous avons utilisé l'outil repérage par Champs Sémantiques. SEMATO définit le champ sémantique par une liste de vocables (lemmes ou synapsies) ayant, pour un corpus donné, des affinités sémantiques. Par exemple, dans notre corpus sur la problématique identitaire, la synapsie du mot « identité » est : (identifier, identitaire, assimiler, reconnaissance, similitude, ressemblance, rapport). Les champs sémantiques sont programmables à la manière d'un réseau où l'on peut ajouter ou couper des liens.

Cet outil de repérage nous a offert deux moyens d'accéder aux champs sémantiques. Le premier est une liste des champs sémantiques les plus fréquents. Cette liste nous permet d'avoir rapidement une idée du contenu sémantique général du corpus. En cliquant sur un

élément de cette liste, nous ordonnons de rapporter les textes ayant des phrases qui contiennent cet élément ou un élément de son champ sémantique.

Le second moyen nous offre la possibilité d'insérer un lemme de départ et nous redonne pour fin de sélection, la liste des éléments du champ sémantique de ce lemme de départ, l'incluant dans cette liste. Nous pouvons ainsi avoir les champs sémantiques de premier niveau c'est-à-dire que nous pouvons accéder successivement à tous les éléments de tous les champs sémantiques. Nous accédons en quelque sorte au niveau deux du réseau sémantique du lemme de départ.

Cet outil de repérage, est celui qu'on a le plus utilisé. A partir de cela nous avons construit un fichier de type **graphml** représentant le graphique partiel des champs sémantiques sélectionnés. Les graphiques montrent trois niveaux de champs sémantiques à partir du lemme de départ. Ce graphique contient les **synapsies** et les **thèmes**. De cette manière l'interprétation des données s'est faite plus claire et didactique pour la lecture.

3.2.1 Les thèmes.

Les thèmes ont la fonction de catégoriser des phrases ou des textes du corpus. Cette catégorisation peut se faire par voie de programmation, un thème a alors l'aspect d'un script de recherche : un mini-moteur de recherche devant catégoriser toutes les phrases qui contiennent tel ou tel mot, à l'exception de tel ou tel contexte.

La catégorisation peut aussi se faire par voie manuelle, les thèmes sont alors directement arrimés aux phrases ou aux textes du corpus par décision humaine. Un thème peut aussi être mixte : il a alors une composante automatique et une composante manuelle. Il catégorise un certain nombre de phrases/textes de façon automatique et un certain nombre de façon manuelle.

Nous avons choisi de travailler avec la dernière option, c'est-à-dire que nous avons laissé les thèmes initiaux proposés par SEMATO puis nous avons arrimé certains thèmes (notamment des mots-clés pour notre recherche) de façon à retrouver les liens et relations sémantique plus pertinents par rapport à notre problématique.

Néanmoins, un thème automatique n'a d'automatique que le processus de catégorisation. Le processus d'écriture du thème, le choix de ses ingrédients n'est jamais automatique. SEMATO nous fait des propositions d'ingrédients, mais il faut toujours travailler avec l'AST (Assistant Scripteur de Thèmes) qui peut nous faire des propositions de thèmes entiers, c'est là le travail de la GTH (Génération de thèmes) mais la composition finale, la liste des ingrédients et des exceptions a reposé sur notre responsabilité.

3.2.2 L'Assistant Scripteur de Thèmes.

Il est notre principal outil pour créer des thèmes automatiques. Un thème automatique contient des ingrédients. Un ingrédient peut être un mot, un groupe de mots ou le nom d'un autre thème ; un thème peut en effet contenir d'autres thèmes comme ingrédients.

L'AST a pour fonction d'analyser les ingrédients d'un thème et de nous proposer d'autres ingrédients associés sémantiquement aux premiers. L'AST peut être appliqué n'importe quand dans la vie d'un thème. Il peut même servir à définir un thème car sa première page de dialogue permet d'inscrire des ingrédients de départ.

Nous avons ainsi créé des thèmes pour avoir les repères sémantiques dans les corpus des entretiens (EPR)²³⁴. Les thèmes proposés sont les suivants, néanmoins nous avons laissé tous les autres se générer automatiquement avec SEMATO²³⁵ :

²³⁴ Les 49 EPR réalisées lors de nos terrains se trouvent dans l'annexe N° 2. Elles sont divisées par communes. CD joint.

²³⁵ Les 110 thèmes automatiques générés par le logiciel se trouvent dans l'annexe N° 3 « Thèmes automatiques SEMATO ». CD joint.












th-blog		732	site web, site perso, Internet, skyblog, skyrock, MySpace, musique, mp3, mp4, Rap.
th-circulation-médiatique		528	passer, bluetooth, infrarouge, télécharger, mettre en ligne, communiquer, publier.
th-école		249	primaire, professeurs, prof, collège, université, fac, rue.
th-famille		1169	maison, chez moi, foyer, maman, papa, mère, père, frère, sœur.
th-film		447	filmer, portable, le mobile, appareil, téléphone, caméra, en attendant demain, daily motion, courtmétrage, you tube.
th-groupe-de-pairs		682	ami, pote, copain, amitié.
th-institution-publique		27	MJC, centre de loisirs, maison de quartier, centre d'accueil, centre social, saga cités, la junior de salles.
th-photo		376	portable, le mobile, appareil, téléphone, pixel.
th-production-médiatique		32	Producteur, technologie, digital, expression, création, numérique.
th-quartier		219	cité, banlieue, territoire, la tour, espace, immeuble, bâtiment.

Tableau 11. Thèmes proposés.

La méthode utilisée pour créer un thème manuellement doit avoir un nom. Il est aussi obligatoire de faire débiter le nom d'un thème par les caractères « th ». SEMATO nous donne la possibilité de filtrer nos thèmes par leur nom. Les filtres sur les thèmes permettent de restreindre la liste active des thèmes pour toutes les fonctions du logiciel. C'est pour ça qu'il est important de nommer nos thèmes en tenant compte de ces possibilités de filtrage.

Le bouton cible  que nous voyons dans le tableau 11 nous permet de commander le thème en requête. Nous avons avec ces boutons accès aux textes catégorisés par ce thème. A coté, le chiffre associé à chaque thème indique sa fréquence. Par défaut, la fréquence affichée est phrastique. Le chiffre indique le nombre de phrases rapportées pour un thème. La fréquence d'un thème pour une phrase est de 1 ou 0. La fréquence peut aussi être textuelle ; cela signifie que le chiffre indique le nombre de textes rapportés par le thème. La fréquence d'un thème pour un texte est alors de 1 ou 0.

Avec ces outils nous avons réalisé l'analyse qui sera présentée dans les pages suivantes. Cela nous a permis d'organiser les informations données par les jeunes lors des EPR. De la même manière nous nous sommes concentrée sur certains mots, thèmes et champs sémantiques pour les mettre en relation avec l'observation participante et notre journal de bord.

CONCLUSIONS.

Le questionnement central qui a orienté notre investigation, pointait sur les relations entre la construction identitaire et les usages de la communication. Pour cela il a été nécessaire de travailler avec un modèle mixte de recherche et un modèle concret pour l'analyse de données. Dans son déroulement, nous avons essayé d'explicitier ces méthodes en donnant un aperçu historique ainsi qu'en expliquant les manières dont ces méthodes peuvent être utilisés en SIC.

Pour la construction de ces modèles nous avons articulée une triangulation des méthodes qui a servi à répondre aux questionnements. L'observation participante, le journal de bord ainsi que l'EPR se sont avérés complémentaires et intégrateurs. Par ailleurs il est important de souligner que nous avons entrepris une démarche novatrice en utilisant les méthodes visuelles, notamment l'usage photographique, comme support de discussion et d'incitation à la prise de parole. Notamment, l'EPR a servi à l'investissement des jeunes observés dans une recherche scientifique qui a pris un caractère participatif.

Nous avons aussi mentionné les avantages et désavantages de ces méthodes et leur usage mixte. Nous croyons qu'il est important de souligner les limites de chaque méthode afin de comprendre comment nous pouvons considérer leurs limites. Ces dernières, se font plus évidentes dans la construction de la deuxième partie de ce chapitre. Nous avons décrit avec précision les obstacles que nous avons rencontrés lors de l'immersion dans les terrains enquêtés. A nos yeux, il nous a paru fondamental de décrire chacun des terrains à partir de la méthodologie utilisée. Dans l'ensemble, nous avons expliqué les faits remarquables de chaque terrain, le taux de participation pour l'atelier photo (EPR) ainsi que l'investissement des institutions envers cette recherche.

Nous avons également mentionné les démarches que nous avons réalisées pour l'analyse des données. Sachant qu'il y a eu un recueil informatif assez vaste, il nous a fallu mettre en relation tous les points méthodologiques pour répondre au mieux, et de manière générale, aux hypothèses de travail.

Enfin, nous avons décrit les différents fonctionnements du logiciel SEMATO qui a servi à la catégorisation obtenue des EPR. Le corpus prend une dimension d'analyse sémantique en essayant d'homogénéiser les EPR avec le journal de bord, c'est-à-dire les observations réalisées sur le terrain. Par ailleurs, les types de requêtes que nous avons réalisées se sont concentrés sur les mots clés de notre recherche à savoir : identité (avec les mots qui englobent les médiations : famille, école, quartier, amis) et production médiatique (avec les mots qui englobent ce terme : circulation médiatique, blog, film, téléphone mobile entre autres).

TROISIEME PARTIE

- ANALYSE ET INTERPRETATION DES RESULTATS - .

- INT :* Est ce que tu peux nous parler de cette photo, de cette production que tu fais?[en montrant la photo de l'ordinateur et le piano électrique].
- KD:* Ça c'est mon lieu d'travail, euh, si j'pouvais faire ça de mon métier je le ferais mais mon père : laisse tomber ! -rire-.
- INT :* Ça pourrait être ton rêve peut être ça ?
- KD:* J'sais pas, en fait j'sais pas.
- INT :* Pourquoi tu dis que ça pourrait être ton métier cette musique, cette utilisation ?
- KD:* Parce que ça je le fais, parce que j'aime bien, c'est pas pareil. Mais là comme ça on le fait par ordinateur ça fait deux ans presque et demi que je fais ça et chanter tout court, trois ans. Ouais, on a commencé jeunes, c'était deux, deux types qui ont sorti un album, ils ont commencé à nous former, après ils nous ont jeté dans la nature. On a volé de nos propres ailes.
- INT :* -Rire-. En fait [...] tu t'en fiches un peu d'être écouté, enfin que ta musique soit écoutée ou tu le fais pour toi ou...?
- K :* J'sais que je vais pas percer alors je...
- INT :* Oui ?ah tu sais, tu le sais ?
- KD:* Oui, je le sais. Il faut pas... il faut pas partir sur des bases...
- INT :* Tu rêves pas de ça ?
- KD:* Il ne faut pas rêver.
- INT :* Tu rêves pas ?
- KD:* Intérieurement je rêve, mais il ne faut pas le montrer.
- INT :* -Rire-. Ah c'est pas pareil. C'est différent !
- KD:* Il faut pas rêver de ça.
- INT :* Si, tu dis que tu rêves quand même.
- KD:* Ouais, mais vous n'êtes pas sensés le savoir.

(Extrait d'EPR Khalid, Agen, 17 ans).

INTRODUCTION.

L'analyse que nous présentons ensuite comporte deux chapitres :

- Le premier chapitre est une présentation générale des résultats qualitatifs intitulé : « Les productions médiatiques : expressions numériques de soi ».

Dans ce chapitre nous allons décrire les différentes démarches de la production médiatique, les règles et le cadre spatio-temporel ainsi que les différents types de productions que nous avons repérés à partir des actions numériques.

Cette première partie introduit les rapports de productions médiatiques, les actions numériques avec un positionnement temporel, spatial et circulaire. Cela nous permet d'avancer dans la compréhension du phénomène de production au sein des quartiers populaires comme une culture expressive, d'échange, participante.

- Le deuxième chapitre est une description plus profonde de chaque produit médiatique : aspects formels, processus de médiations dans chaque production, différences dans la production et temporalités. Il a été intitulé : « Les productions médiatiques de soi : entre affirmation identitaire et expressivisme ». Dans ces cas nous nous situons sur les différents lieux où les jeunes produisent et narrent leur identité. Dans cette culture expressive populaire, les jeunes configurent des nouvelles formes communicationnelles qui renouvellent les genres de narration de soi : ainsi nous décrivons en premier lieu les blogs, comme une production réflexive de soi, les MySpaces comme une technologie agrégative de soi et les créations de films comme vecteurs d'identité.

C'est dans ces deux chapitres que nous allons cerner les traits remarquables de la mise en expression de l'identité des jeunes en question. Avec ces deux parties nous allons répondre aux hypothèses de notre travail. Nous cherchons à connaître les niveaux de participation du *médiascape* des jeunes et leur émancipation de soi ainsi que les différentes médiations qui agissent sur leurs créations numériques. Cela nous permettra d'éclaircir le lecteur sur les différents types de narration de soi que ces jeunes entreprennent en indexant les thèmes et champs sémantiques correspondants.

Quelque soit le genre narratif adopté : blog, MySpace, film ou téléphonie mobile, ces jeunes dessinent, sous des modalités complexes et différentes, leur portrait identitaire. D'autre part notre recherche fera l'objet d'une interprétation sur l'utilisation du téléphone portable comme objet d'extimité, en montrant les agencements narratifs à travers lesquels les jeunes expriment une subjectivité produite dans un moment précis. Cela suppose de concevoir toutes ces technologies de soi, comme des outils à subjectivité plurielle et polymorphe.

CHAPITRE 1: Les productions médiatiques : expressions numériques de soi.

Dans ce chapitre nous allons analyser les productions médiatiques des jeunes comme des expressions numériques de soi. Cela va nous amener à positionner le débat sur les processus médiatiques des producteurs et à vouloir y répondre. Le monde médiatique actuel nous impose plusieurs formes de consommation mass-médiatique. Le jeune fait partie de ce monde tout en essayant de trouver son propre lieu de production. Dans ce chapitre nous montrons les contributions au modelage de la subjectivité des créations, productions ou expressions médiatiques de ces jeunes, dans leur espace individuel et collectif.

Ce modelage peut se réaliser à partir d'un lieu, d'un contexte, d'un espace avec certaines stratégies qui ont des fonctionnements propres. Nous allons décrire ces fonctionnements, les règles et routines avec lesquels le jeune interagit au quotidien lors de la production d'un média. Il s'agit donc ici d'analyser les méthodes liées à la production médiatique, ses logiques, et ses processus afin de mieux comprendre les jeunes des quartiers populaires.

Pour ce faire nous allons décrire de manière générale comment le jeune utilise son capital culturel pour sa création, ainsi que le temps et les facteurs qui s'impliquent dans cette production. Nous démontrons le processus évolutif de la production médiatique qui se distribue en trois étapes : organisation, structuration et codification (spécification ou individualisation du produit). En étudiant ces processus nous présentons les produits découverts à partir de leur utilisation numérique.

De cette manière, dans ce chapitre nous introduisons les différents types de collaborations pour la création d'un produit, le domaine de création, les thématiques et les contenus et surtout les frais économiques que ces productions médiatiques impliquent pour certains jeunes. Un autre niveau de compréhension des logiques de productions médiatiques que nous présentons ici, consiste à analyser les compétences du jeune ainsi que son cadre spatial et temporel de création. La médiatisation d'un « événement » ou d'une « thématique » est en fait le produit de plusieurs facteurs liés à ces deux sphères spatio-temporelles. Les

transformations qui affectent les différents espaces sociaux et internes du quartier, l'intensification d'usages du téléphone mobile et l'Internet comme outils de transposition visuel, sont décrits dans ce chapitre au cœur des actions numériques observées.

.

1.1 Fonctions et processus de la production médiatique.

Nous avons étudié ce que ces jeunes font des médias aussi bien à la maison, à l'école, au travail, que dans la rue et dans les institutions d'accueil de jeunes tels que centres sociaux, MJC, centres de loisirs entre autres. Nous avons voulu comprendre comment les nouvelles technologies contribuent à la construction d'une identité, d'un soi, dans un quotidien et un espace-temps très changeant. Nos questionnements consistent à interpréter l'utilisation des nouvelles technologies en tant que formes de productions médiatiques.

Nous avons vérifié sur le terrain que les productions médiatiques peuvent être de deux types : individuelles ou collectives. La plupart du temps, ces productions médiatiques sont numériques. Cela veut dire que ces productions deviennent numériques du moment où elles sont dépendantes d'un outil numérique : portable, ordinateur, caméscope, caméra photographique, etc. De la même manière, nous voudrions insister sur le fait que la plupart de nos observations se sont faites dans des moments et atmosphères d'affluence. On peut constater ainsi que les produits médiatiques créés par ces jeunes sont « novateurs » dans le sens où l'on se rapproche d'un résultat d'une activité complexe des acteurs et elle peut avoir plusieurs échelons :

1. le savoir cognitif de l'utilisation de certains outils (notamment les nouvelles technologies) sur une matière première pour la transformer et devenir un produit communicable et transmissible,
2. l'existence d'une double compétence :
 - le capital culturel de chaque jeune créateur-acteur avec ses médiations,
 - la capacité d'adapter ce capital à une situation où l'acteur présuppose que sa production aura une valeur ou reconnaissance sociale.

Cependant, on peut comprendre cette production médiatique comme quelque chose qui appartient à un soi. Nous voudrions souligner que ces productions paraissent comme l'accompagnement d'une exposition de soi, des objets culturels produits dans un certain but,

par un ou plusieurs acteurs-créateurs pour un ou plusieurs sujets. Cette production peut être un processus évolutif à différentes étapes de progression. Dans les sous-chapitres suivants nous essayons d'explicitier les étapes fondamentales de productions médiatiques individuelles et collectives.

La production médiatique est un processus de création de médias que cette population jeune peut mener pour satisfaire son désir et besoin d'expression. Ce processus se réalise dans différents espaces et lieux où ces jeunes passent leur temps (nous faisons référence au cadre spatio-temporel). Ces espaces s'intègrent dans leur quotidien et accomplissent une fonction dans la production médiatique comme nous le verrons plus tard.

Les jeunes se servent de ressources créatrices pour réaliser le processus de production médiatique. Ces ressources sont considérées comme des composants qui transforment la réalité et le paysage médiatique de ces quartiers. Dans ce sens, la production médiatique nous permet d'analyser les diverses formes dans lesquelles les jeunes peuvent combiner leurs ressources personnelles et matérielles de manière à communiquer, partager, transmettre leur produit médiatique.

Dans la production médiatique nous pourrions souligner les points suivants :

- La relation qui existe entre les outils et actions numériques et le produit final. La production médiatique que le jeune obtient résulte d'une combinaison de facteurs : travail et ressources matérielles comme nous l'avons déjà mentionné.
- Chacun des modes de production utilisés peut se diviser en formes infinies. Il est possible d'utiliser n'importe quel type de combinaison d'instruments (téléphone portable, ordinateur...) pour produire.
- Il existe une interdépendance entre les modes productifs utilisés et la valeur de la production médiatique finale.

Nous pourrions dire que tous les jeunes produisent numériquement en confirmant que tous possèdent un téléphone mobile. La plupart d'entre eux sont des producteurs d'images notamment en photographie et films. Néanmoins, nous voudrions souligner la différence entre les modes productifs de certains jeunes qui vont au-delà de petites productions. Nous avons comptabilisé la quantité des produits médiatiques (films, blogs et MySpace) lors de notre présence sur les terrains et lors des EPR réalisés. Cette comptabilisation s'est

réalisée au fur et à mesure des rencontres. Nous avons pris note de toutes les productions médiatiques (numériques) que les jeunes nous faisaient découvrir ou que nous observions. Même si parfois nous avons découvert d'autres productions numériques, hors échantillon, nous avons toujours privilégié les jeunes participants à l'EPR. Cela ne nous a pas empêchée de citer certains exemples de jeunes, non participants mais observés. Dans le tableau qui suit nous présentons le nombre de productions médiatiques réalisées par l'ensemble de jeunes étudiés et divisés par communes (quartiers).

Commune	Nombre de productions médiatiques recensées/nombre de participants
Talence	6/6
Beglès	6/9
Pau	8/10
Agen	24/13
Floirac	13/11

Tableau 12. Nombre de productions médiatiques par commune.

Chacun des jeunes présenter plusieurs types de production médiatique. Ceci se distribue aussi sur des temporalités distinctes et des espaces différents. Dans ce tableau nous constatons le nombre de productions numériques qui se transmettent et qui acquièrent une circulation médiatique. Nous soulignons, que ces données sont issues de nos observations et de la comptabilisation que nous avons réalisée à partir de 49 jeunes participants à l'EPR.

1.1.1 Processus évolutif de la production numérique individuelle.

Pour comprendre un produit médiatique il faut expliquer son processus de création. Les niveaux de production peuvent être compris dans un sens ample et général parce qu'ils nous renvoient à la création, transformation ou reproduction d'un objet médiatique. Il faut donc comprendre la production comme un processus en lui-même, qui a différentes échelles d'ordination, de structuration et de codification comme nous le résumons dans la figure qui suit.

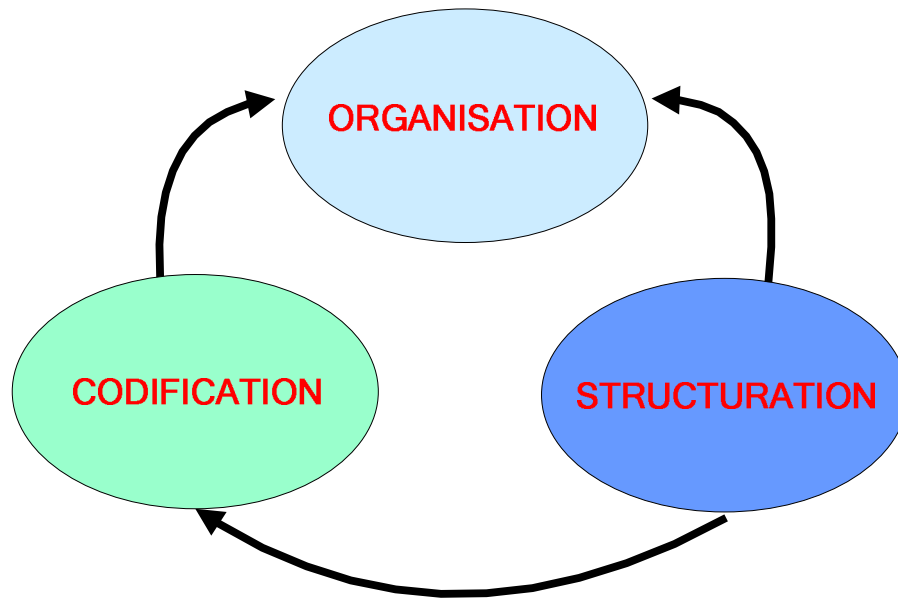


Figure 8. Processus évolutif de la production numérique individuelle.

Dans l'organisation de la production médiatique le travail du jeune doit être divisé. C'est-à-dire qu'il réalise une hiérarchisation de toutes les données qu'il a obtenues de diverses sources. Par exemple, dans son stockage en mémoire du portable, pour après leur donner un ordre, gré ou importance. Dans une deuxième étape il divise et groupe toutes les fonctions et activités en unités spécifiques, avec certaines similitudes pour après passer à l'étape suivante. C'est tout-à-fait le moment de choisir ce qu'il veut mettre en ligne ou garder pour lui tout en faisant attention à sa future stratégie communicationnelle.

Dans l'étape de la structuration le jeune promeut et viabilise le produit médiatique à travers une analyse des différents aspects et alternatives avec le but d'identifier les meilleurs choix. Par exemple il va devoir s'adapter aux horaires d'ouverture et fermeture des salles informatiques au sein du quartier, prévoir les différents outils pour réaliser un téléchargement (câbles, batteries, CD d'installation) et surtout diviser ces actions dans un cadre spatio-temporel. C'est-à-dire qu'auparavant il a déjà discuté et mis en place des réseaux d'échanges pour connaître les démarches à suivre, par exemple discuter avec un ami ou animateur, réserver l'ordinateur voulu, etc. Enfin, il respecte les temps et temporalités des lieux de structuration du produit médiatique. Par exemple le temps limité sur un poste s'il s'agit d'un poste d'une structure d'accueil ou bien, si c'est dans le cas où le jeune réalise la

« structuration » chez lui, il faut aussi arriver à négocier ce moment avec tous les membres de la famille, souvent nombreuses, qui partagent l'ordinateur du foyer²³⁶.

Enfin, la codification que le jeune réalise avec sa matière première lui permet de créer sa propre vision esthétique du produit médiatique, des codes visuels et textuels d'ordre commun et intime. Par exemple il y aura des choses qu'un public général peut comprendre mais il y en aura d'autres comme par exemple : des textes en arabe ou autres degrés linguistiques, des codes corporels et vestimentaires, etc. qui sont mieux compris dans le contexte du quartier.

1.1.2 Processus évolutif de la production numérique collective.

Dans le cas de la production collective le processus est un peu plus complexe et il implique une organisation plus condensée. En dépendant du groupe réuni pour « créer » un produit médiatique, l'étape organisatrice devient clé pour la poursuite des autres étapes. Dans cette première phase, le groupe commence par la distribution de tâches ou de récolte de données déjà existantes. Nous avons vu au long de l'observation participante, que les productions collectives incitent à la participation et à la promotion égalitaire de tous leurs membres. Cela crée chez eux non seulement un sentiment d'appartenance mais aussi une valorisation des expressions médiatiques.

On a observé ceci dans la production de films collectifs que nous avons découverts sur Bègles, Pau, Agen et Floirac. Ces deux types de productions se divisent en deux formes : la première dirigée par un animateur, éducateur ou autre intervenant pour créer un document audiovisuel (le cas de Pau, Agen et Bègles) et la deuxième, la création autonome de films, sans intervention d'un tiers (le cas de Floirac avec le collectif « En attendant Demain » et autres vidéos autonomes sur Agen et Pau). L'organisation implique pour les premières les apports et médiations « institutionnels » pour aboutir à la création d'un film et pour les deuxièmes les apports entièrement personnels des jeunes participants.

²³⁶ Le diagnostic de l'Aquitaine Numérique 2008 réalisé par le SIAD (Système d'Information et d'Aide à la Décision) conclue que 65% des ménages aquitains sont équipés d'un ordinateur, 53% ont une connexion Internet et 46% ont une connexion haut débit. Disponible sur : <http://siad.aecom.org/docs/ressources/diagnostic-2008.pdf>. Dans notre univers d'enquêtés, 82% des jeunes possèdent un ordinateur chez eux et 73% ont une connexion Internet.

La structuration se réalise sur la base organisatrice du groupe en question. Elle est peut-être l'étape où les jeunes peuvent proposer les thèmes ou sujets à transmettre en image et son. Dans la création médiatique, avec ou sans intermédiaire, les jeunes peuvent proposer et exprimer librement leur choix de thème. Nous croyons donc que c'est dans l'étape de structuration, que la culture expressive se fait plus éloquente.

L'ultime phase, la codification, peut aussi ajouter une touche personnelle et individuelle dans le traitement de l'image et du son. Dans la figure 9 qui suit nous pouvons formaliser les liens et relations entre les étapes du processus.

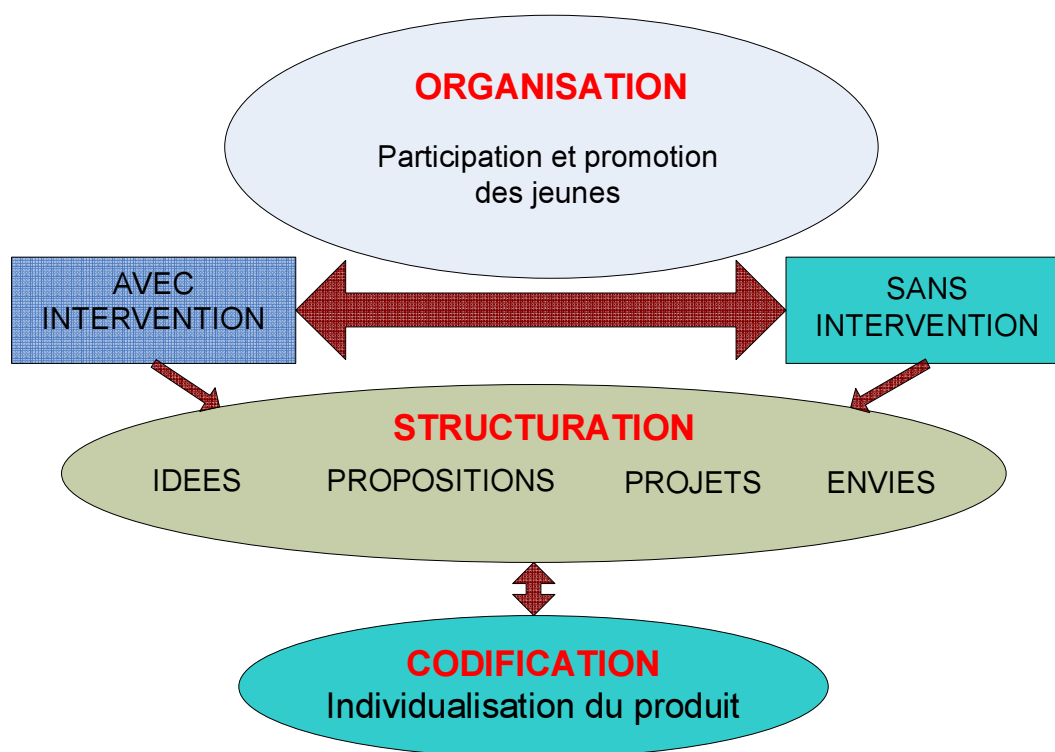


Figure 9. Processus évolutif de la production numérique collective.

En ce qui concerne les sites web, les MySpace²³⁷ et les blogs collectifs, la démarche est aussi participative dans la mesure où plus de deux jeunes réalisent ces productions. On parle ici notamment des jeunes rappers qui tiennent leur MySpace ou blogs collectifs où ils s'organisent avec le matériel audiovisuel qu'ils ont : diverses photos, vidéos des concerts,

²³⁷ Pour se faire mieux connaître certaines jeunes musiciens ou artistes ouvrent une page dans ce réseau social. Ouvert en 2003 par les américains Tom ANDERSON et Chris DEWOLFE, le principe du site consiste à mettre gratuitement à disposition de ses membres un espace web personnalisé, permettant d'y créer un blog, d'y entreposer ses compositions musicales et diverses informations personnelles.

enregistrements de leurs chansons, *freestyles*²³⁸, etc. Dans ce cas, la structuration et la codification sont complètement personnelles sans intermédiaire institutionnel. Nous avons repéré plusieurs fois dans les différentes municipalités l'utilisation de ces sites. C'était une manière stratégique pour faire avancer la recherche de construction de notre réseau d'informateurs à partir de ceux qui produisaient déjà quelque chose, dans ce cas, de la musique Rap. Nous nous sommes rendue compte très vite que la publication des vidéos, photos, musique, paroles, textes et esthétique visuelle appartient au groupe de jeunes rappers. En ce sens, ces jeunes s'auto-perçoivent comme sujets producteurs de communication. Néanmoins, à travers l'observation et l'étude détaillée des processus sélectionnés, nous avons découvert que la participation est parfois partielle.

1.1.3 Les règles dans la production médiatique.

Les jeunes ont un pouvoir et savoir-faire de la situation interne générée par le groupe (s'il s'agit d'une production collective) ou générée par une exigence individuelle (s'il s'agit d'une production personnelle). Dans les deux cas il existe une appropriation de normes non-explicites, la plupart de temps, qui oriente l'action numérique. Dans ce sens, la production tente de s'ajuster aux lectures des événements quotidiens du jeune.

Nous voudrions signaler qu'un produit médiatique peut-être créé de manière purement intuitive et sans réflexion, mais toujours avec une détermination individuelle. On parle ici d'une reproduction, d'un copier-coller, pas forcément stratégique ou conscient, qui aboutit quand même à la transmission de quelque chose. Nous pouvons voir que plusieurs jeunes mélangent des images déjà construites en les individualisant. Ils réalisent par exemple un montage de photos de leurs artistes préférés, ou, dans le cas contraire, de personnes non aimées jusqu'à la compilation de différentes musiques pour accompagner leurs créations filmiques ou à l'inverse des créations musicales qui accompagnent des vidéos non produites par eux.

Les règles de production, dépendantes du produit, pourraient se diviser comme indiqué dans le tableau ci-après :

²³⁸ Le *freestyle* se réfère à l'improvisation des textes de rap écrits auparavant ou dans l'instant. Le *freestyle* a été vu notamment sur Agen où la production musicale de rap est abondante (7 jeunes interviewés sont rappers). Nous avons assisté à plusieurs *freestyles* mais il y a en eu qui nous interpellaient parce qu'il y avait la participation de musiciens qui accompagnaient les jeunes rappers avec des univers musicaux différents : jazz, rock, classique, punk. Avec ceci les jeunes n'ont pas le repère musical habituel et, du coup, le *freestyle* devenait riche et mélodique.

Catégories	Blogs sites web	MySpace	Films	Photos	Musique
Signatures	reconnaisables (noms) anonymes (surnoms, inventions)	reconnaisables	reconnaisables	reconnaisables	reconnaisables
Types de collaboration	individuel / collectif	individuel / collectif	individuel / collectif	individuel / collectif	individuel / Collectif
Domaine	<i>skyblog.fr</i>	<i>MySpace.fr</i>	Court métrage, long métrage, film de mobile	JPEG, PING, TIF	MP3, CD, MP4
Thématique	libre	libre	libre / guidée	libre	libre
Contenu	libre	libre	objectif précis	dépend de celui qui prend la photo	libre
Frais économiques et matériaux	ordinateur, Internet	ordinateur, Internet	caméscope, téléphone portable, ordinateur, logiciel de montage, DVD, cassettes.	mobile, caméra, bluetooth, infrarouge, Internet.	portable, microphone, synthétiseur, amplificateur, logiciel pour créer les instrumentations.

Tableau 13. Règles de production.

Chacun de ces processus est sujet à différentes règles de production. Néanmoins certaines règles deviennent communes dans l'ensemble des processus. Dans le tableau ci-dessus nous pouvons remarquer qu'il existe deux types de signatures : anonyme et reconnaissable, c'est-à-dire, l'une est portée par un pseudonyme ou un faux profil, l'autre est créée sur la base d'un nom ou prénom précis ou un pseudonyme reconnu au sein du quartier. Par exemple, les filles ne veulent pas être reconnues par les autres, donc elles créent leur blogs ou profils de manière anonyme avec d'autres noms et prénoms mais en publiant leurs propres photos et films. Nous développerons plus tard les différences des productions à partir de l'identité sexuelle.

Dans le cas de MySpace, blogs et films collectifs, la production est réalisée par plus de deux jeunes, elle est entièrement authentique dans la conceptualisation, le design, les contenus et la circulation de l'objet médiatique. Ces groupes opèrent avec une règle non explicite, la signature des produits. Même si on parle de productions avec « intervention », elles sont aussi produites par les jeunes avec la différence d'être « encadrés » par quelqu'un. Un des animateurs, David, qui a fait partie de la création d'un clip musical pour deux jeunes rappeurs sur Bègles, affirme, je le cite :

« Nous ne pouvons pas laisser faire tout et n'importe quoi. Ces jeunes ont besoin d'un guide, d'un accompagnement. Sinon ils pourraient filmer des conneries tu vois ce que je veux dire ? » (Entretien David (animateur), Bègles, 30 septembre, 2007).

Le cas du collectif « En Attendant Demain »²³⁹ ou bien les films réalisés par Khaled sur Agen ou Oscar sur Pau, nous démontrent que les jeunes peuvent produire seuls. Peut-être que le sujet individuel ou collectif, s'identifie plus quand il a le contrôle total du processus. Ce n'est pas le cas pour certains produits dont l'anonymat joue le rôle de rétracteur et le jeune ne peut pas exercer le contrôle. Quant à la participation dans la création musicale, certains films, photos et textes du type « censurés » peuvent être les seuls contraintes pour la publication ou non, en ligne.

Evidemment, les sites qui hébergent les blogs maintiennent certaines normes institutionnalisées à l'égard des internautes (attentes au droit moral, contenus illicites, droit à l'image, entre autres). Le jeune a donc un contrôle relatif sur cela. Par conséquent, certains jeunes s'auto-définissent avec des noms génériques tels que le nom du quartier, d'une bande, des surnoms méconnaissables sans jamais s'identifier pleinement. C'est pour ces raisons là que le contrôle des animateurs ou éducateurs de rue se fait de plus en plus présent au sein des quartiers. Une situation spécifique dans le quartier Montanou à Agen qui fait écho à cette « interdiction » institutionnelle :

Interdiction médiatique ? Journal de bord, Agen, 15 février 2008.

« J'ai parlé quelques minutes avec Isham et Sarah, les deux animateurs qui étaient en train d'organiser la sortie vélo du samedi suivant. Ils discutaient entre autres avec Omar et Sofien. Sarah demande à Omar d'enlever la vidéo qu'il a publiée. Sofien répond sur un ton très agressif : « mais il y a rien de méchant ! ». Sarah dit : « bien sûr que si, il y a un accident, c'est quelqu'un

²³⁹ Nous montrons trois films du Collectif « En Attendant Demain ». Annexe N° 4.CD joint.

qui est en moto et qui se cogne contre un arbre. Tu trouves ça rigolo ? Tous les petits vont vouloir faire la même chose, tout le monde veut voir cette vidéo ». Omar : « Ouais, ouais...mais c'est que du cross du dimanche...tranquille. Il va bien, lui (celui de l'accident) ». Isham : Il faut l'enlever nous ne sommes pas d'accord avec ça. Va filmer une autre chose ! je ne sais pas, un match de foot, ton lycée mais pas le malheur des autres »

Nous pouvons constater que les jeunes ont aussi une interdiction de s'exprimer « librement » sur certains sujets dans le cadre du quartier. La vidéo a été enlevée à la demande de ces animateurs. Mais elle a été remise en ligne trois mois plus tard, après l'incident²⁴⁰ et continue à être sur Internet. Quant au critère individuel/collectif cela nous indique aussi le contrôle que le groupe ou le jeune peut exercer sur ses propres médias. Les MySpace ou blogs collectifs la plupart du temps sont élaborés par plus de deux jeunes. C'est un moyen communicationnel à travers lequel les acteurs individuels peuvent proposer leur musique, concerts, photos, films, textes, qui expriment différentes situations ou événements. Ainsi, l'énonciateur et/ou acteur de la production est le groupe lui-même, capable d'évaluer et reconnaître son discours. Dans le cas des vidéos, photos et musique de type collectif, les énonciateurs sont aussi identifiables, c'est plus logique de se montrer dans une production collective pour affronter, s'il y en a, les conséquences de la transgression dans la création collective. Il faut mentionner qu'au sein de ce processus certains jeunes prennent des initiatives plus que d'autres, et cela fait que les productions collectives sont souvent mieux organisées et structurées.

Dans le cas de photos et films, ces objets sont parfois le résultat d'un dialogue entre le(s) sujet(s) photographié(s) et le «photographe». De la même manière dans la construction d'un film il existe toujours une distribution de rôles de ce genre. Cela n'empêche pas que le fait de photographier ou filmer continue à être une action numérique libre. C'est à dire que le jeune peut aussi bien filmer un bébé de sa famille ou ses amis, sans autorisation, ainsi que le prof en cours, ou un vol dans le supermarché.

A partir de cette description nous pourrions déduire qu'il existe une tension *in-out*, c'est-à-dire que tous les processus de production qui ont comme énonciateur un seul individu peuvent être personnels (communication vers l'intérieur). En revanche tous les processus de production qui ont comme possible énonciateur un groupe, tendent à être collectifs (communication vers l'extérieur). Le critère d'extension sera analysé en se référant aux routines et médiations technologiques dans chacune des productions. Quant aux thèmes et

²⁴⁰ Annexe N° 5. Film Khaled. CD joint.

contenus des productions nous allons en mentionner seulement certaines qui émergent, bien évidemment, de l'action numérique que ces jeunes entament pour la construction de leur produit médiatique.

1.2 Des règles aux compétences dans le fait créatif.

Dans le tableau N° 13 que nous venons de développer, nous avons présenté quelques règles qui régissent la production et le processus auquel participent de manière indistincte les membres d'un groupe ou l'individu, tout seul, s'il s'agit d'une production propre. Cependant, le fonctionnement de ces règles a permis de trouver des éléments qui pointent la compréhension du jeune en tant que sujet compétent. Certaines règles, notamment celles qui définissent les signatures, nous ont permis de détecter la fréquence de participation notamment dans l'écriture de textes de certains jeunes et l'utilisation d'autres recours pour participer au produit.

Dans le fait créatif, le jeune réunit ses compétences culturelles et technologiques dans un même sac. Pour que la création d'un blog ait lieu, il faudrait mentionner de nouveau les outils nécessaires (ordinateur, connexion internet, savoir-faire basique). Dans ce contexte nous avons découvert certaines correspondances entre trois référents : la scolarité, l'accès aux matériaux et l'âge des sujets.

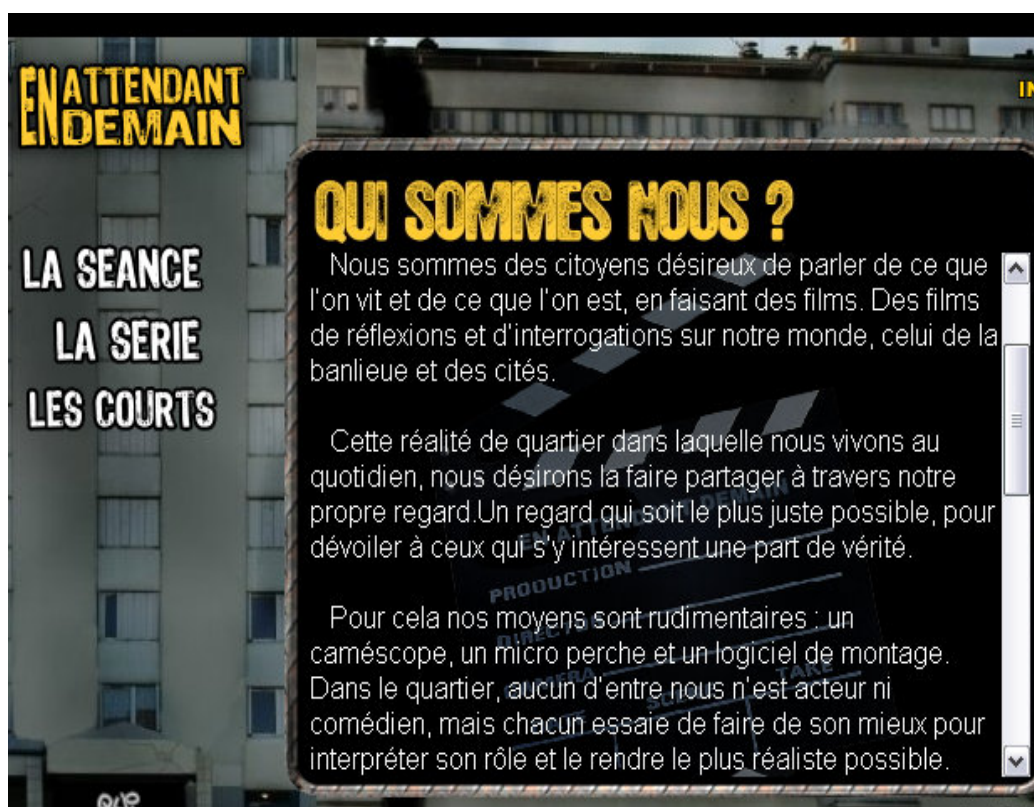
- les jeunes qui ont acquis un niveau de scolarité assez élevé ou qui sont toujours scolarisés, se manifestent avec plus de fréquence par un texte accompagné d'images.²⁴¹
- en rapport avec l'âge, les plus jeunes (15-17 ans) se manifestent plus avec des photographies et films et les plus âgés (18-25 ans) recourent aux mélanges plus élaborés de textes, sons et images.

De manière générale on peut classifier la construction d'un produit médiatique en référence aux trois codes : l'oral, l'écrit et l'iconographique. Trois langages qui définissent les propres champs d'opération, règles et usages, mais en fin de compte c'est du langage : « une législation, la langue en est le code. Nous ne voyons pas le pouvoir qui est dans la

²⁴¹ 53% des jeunes enquêtés ont un niveau d'études BEP et 41% sont arrivés au lycée. Juste 6% ont réussi à avoir leur BAC et 6% sont inscrits à l'Université.

langue, parce que nous oublions que toute langue est un classement, et que tout classement est oppressif. [...] Parler, et à plus forte raison discourir, ce n'est pas communiquer, comme on le répète trop souvent, c'est assujettir »²⁴². Le langage constitue, en plus de la condition humaine, une forme d'interrelation constante et une construction de sens. Dans cette production numérique il faut essayer de comprendre certains codes, notamment le langage SMS, qui devient un méta-code universel dans ces quartiers, en ajoutant aussi les différents types de verlan ou argot qu'on retrouve dans les quartiers²⁴³. Cet alphabet codé, est un langage chiffré qui unit et identifie mais en même temps sépare et marque la différence. Mon regard extérieur n'a pas pu accéder complètement et constamment au déchiffrement de messages, tant au niveau écrit qu'oral.

On peut regarder quatre exemples de blogs que nous avons suivis tout au long de leur élaboration depuis notre présence dans les quartiers. Nous notons les différents types de langages textuels qui sont utilisés dans la production de ces blogs. Nous spécifions les attentes de chacun d'eux en ce qui concerne leurs productions.



²⁴² BARTHES Roland. *Œuvres complètes*. V, Paris : le Seuil, 1977-1980, p.115.

²⁴³ Un collectif de jeunes a publié un dictionnaire *Lexik de cités* chez les éditeurs du Fleuve Noir en 2007. Il réunit 241 mots, dessins et exemples divers les plus utilisés dans les quartiers populaires. Il nous a aidé à comprendre plus précisément le quotidien narratif de ces jeunes.

Ce site web, créé par le groupe « En Attendant Demain », nous montre que l'image communicationnelle a été bien travaillée. Le langage, simple mais compréhensible, fait que ce site entre dans un niveau « universel » de lecture et compréhension.



FAMAS . MONTANA

[ [Ecouter ce morceau](#)] [ [Ajouter ce morceau à mon blog](#)]

Titre : Freestyle KARA-7-CLAN FAMAS et SOSA La politique devient lâche
Album : Montanou'Z GanG
Année : 2008
Paroles :

La politique devient lâche
Plus de parti convenable
Trop de coups de kalache (kalachnikov)
Qui partent de gauche à droite
Ils m'ont trop monté la pression
La détente est fragile
Mais j'ai toujours l'impression que le coup va partir
Une fois la balle partie elle ira droit devant
Et la aucun parti ne pourra se mettre en avant
Mettez moi président et j'arrangerai tous sa
La lois du Talion sera et règnera
C'est F.A.M.A.S pour tout les Rho (frère) de la Tess (cité)
C'est rafale de balles qui te mettent direct H.S
Je sui politicien de nature pas besoin de code civil
J'impose mon envergure et tout cela vous sera utile

[DEVENIR FAN DE KARA-7-CLAN SUR FACEBOOK](#)

« Famás » et « Sosa », deux jeunes qui ont participé à la recherche écrivent leurs textes de Rap dans leur blog-musique. Avec quelques mots qui font partie de la sphère très intime du quartier comme les mots qui suivent : kalache, FAMAS, Rho, Tess, mais chacun de ces mots est traduit entre parenthèses pour devenir compréhensible auprès d'un public généralisé. C'est un de leurs morceaux préférés. Un morceau qui a été travaillé dans différents ateliers d'écriture avec le Centre Social de Montanou et le Florida avec d'autres animateurs. Mais comme Khaled me disait un jour :

« Nous faisons surtout ces textes avec l'inspiration des grands t'sais ? Amine et Abou par exemple (groupe PLH) nous inspirent trop...je pense que c'est grâce à eux que nous faisons du Rap aussi » (Khaled, Agen, 16 ans).

ChUuuuT ____ ah Ué __!!



"Les Mc JIaI FUmRé JusKa en ChOpé L'cAncEr ____
Tu Di Ke dLa MerDe Com ToN Cul
MemE DanS L'coFFre Tu bOUge ta TetE TEleMent Ksa Tu"

[[Ajouter un commentaire](#)] [[47 commentaires](#)]

chuuut et li



moi j'aime les zarabes pas paske j'en
suis un
j'y ressemble pas trop tfasson
MAIS PASKE C DES ARABES ils
sont bien o fon serieuu
s'ils foutent la merde ici(en
france)che nou koi lol c paske
ya des gens ki ns aiment pas ok
et dotr ki ns zm bcp (yen pluss) beh
le problem
c ke ceux ki ns aim il ne le dizz pa mé
ce ki nou deteste il louvre
tro alr ns on retien ke ce ki ya de pa
bien
dc apré on sdefoul sur " ché nou " c

une otr forme "dexpression"
ils ont la parole on a les poin/des barre de fer/des briké/et des cervo eh uii
keux conaiss paaaa...bruler une poubell sa fé tro du bien abuzé
mé pa bcp de gen le comprenne puuff le gaspillage...
bref tout sa pour dir ke ya kelkchooz de pa fauxx
"la france aus francais et les francaises aux arabes"
et aussi kjm la france pa paske c la france mé paske ON Y EST

[[Ajouter un commentaire](#)] [[22 commentaires](#)]

Ces deux exemples de Khaled nous montrent leur manière d'écrire. Le langage codé est dans tous les textes. Des abréviations, du langage SMS et du français se mélangent, créant ainsi leur propre code linguistique.

Pour comprendre les compétences communicationnelles à partir de la production médiatique il faudrait la comprendre en termes de manipulation et dominance d'un code. Nous pouvons mentionner ainsi que la langue est un méta-code universel, non échangeable avec n'importe quel autre code particulier. Dans le cadre de cette thèse il est important de mentionner qu'un code joue une fonction sociale qui pourrait se comprendre comme celle de production et d'organisation du sens. Ainsi, pour pouvoir participer à cette production, le pré-requis non formalisé mais, malgré tout fondamental pour les jeunes des quartiers, est la compréhension et l'écriture des alphabets codés, des mots arabes, africains, en verlan, en langage SMS, qui varient selon la région en France, mais qui ont un degré de généralité.

S'il y a bien des mots qui se rapprochent de l'alphabet formel, il y en a bien d'autres qui se modifient complètement. Une parole écrite de cette manière est à première vue incompréhensible comme nous pouvons voir dans les exemples ci-dessus. D'autre part malgré l'utilisation de textes et d'images, nous avons trouvé que la plus grande richesse expressive est obtenue par la narration orale de soi exposée déjà sur Internet. Le jeune préfère partager ce moment avec ses pairs à voix haute. Le jeune montre aux autres ses réussites et échecs « digitaux », ses commentaires, la dernière photo ou vidéo téléchargée, les derniers sites découverts. « Le blog en tant que dispositif d'auto-publication de textes et d'images, répond tout à la fois à un besoin d'expression, de narration par une mise en récit de son identité personnelle et l'exposition de soi, et à un besoin intense de contact avec un « public », quel qu'il soit[...] »²⁴⁴. De cette manière la compétence du jeune est mesurée. Dans d'autres termes, la production discursive, narrative est valorisée pour le même groupe de pairs en relation à ce qui « est » et non à ce qui « devrait être ».

Cela peut nous indiquer que l'utilisation des codes se pratique plus dans le sens de son usage cognitif que dans le sens de sa fonction normative. Nous sommes peut-être devant l'un des principaux apports du groupe de pairs quant à l'auto-valorisation de ses propres pratiques pour les groupes marginaux. Il y a une intention de remplacer le stigma par l'emblème. Cela veut dire que traditionnellement les secteurs populaires se sont auto-disqualifiés au fur et à mesure, par exemple quand les jeunes interviewés disaient « je ne sais pas parler », cela voulait dire « parler comme vous parlez ». Ces jeunes ne veulent pas être jugés par rapport aux discours sociaux dominants. Serait-ce un indicateur d'une transformation du sens commun ? Le fait de se sentir exclus, inférieurs voudrait dire que les valorisations et règles

²⁴⁴ DUMEZ FEROC Isabelle. Op.Cit., p. 174.

du jeu peuvent s'inverser ? Ces questionnements peuvent actualiser, d'une certaine manière, les formes de l'exercice du pouvoir. C'est-à-dire que les jeunes osent de plus en plus dépasser les limites « formelles » de la société. Il faudrait donner une lecture cohérente de ces actions numériques qui sont parfois « osées ».

D'un autre côté, l'image avec la photographie, le film et l'audio avec la musique, se présentent comme des formes plus spécifiques de codes iconographiques et sonores. Elles recueillent les symboles et emblèmes que les jeunes adoptent comme les leurs et dont nous parlerons plus tard. On signale que parmi les jeunes, certains sont doués pour la photo et la vidéo et ceci est hautement valorisé au sein du quartier. En résumé les jeunes utilisent trois codes pour leur production communicative, codes qui se matérialisent dans différents supports qui se combinent selon le type de média à utiliser :

- l'écrit,
- l'iconique,
- le sonore.

Chacun de ces codes peut être utilisé sur différentes plateformes de production : blogs, films, MySpace, photos, musiques, etc. Dans chacune de ces plateformes, le jeune peut travailler, publier des articles, des commentaires, des biographies, etc. De la même manière il peut ajouter des éléments iconiques, du type photographique ou filmique, pour faire valoir le sens des nouveaux instruments multimédia que lui sont offerts. Le moyen le plus riche en combinaisons est sans doute le blog et toutes ses dérivations comme le MySpace, très utilisé par cette population.

1.2.1 Processus créatif et cadre spatio-temporel.

Dans la figure qui suit nous essayons de montrer le processus créatif par lequel le jeune, sujet acteur de sa propre mise en scène, s'exprime en cherchant à montrer des facettes de sa vie en travaillant avec les avantages du numérique.

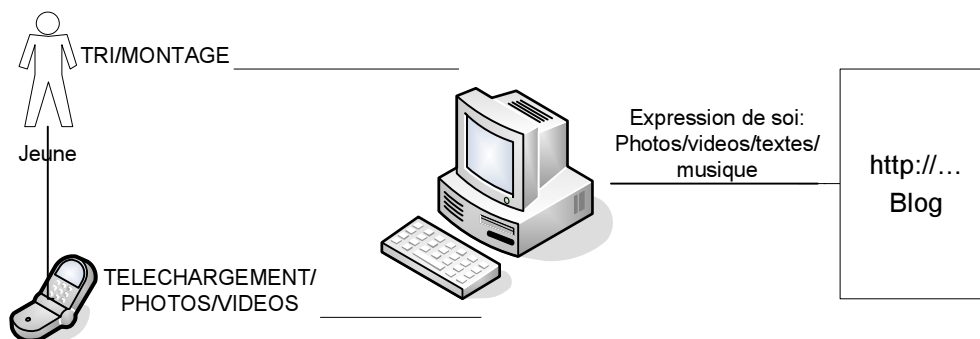


Figure 10. Le processus numérique de l'expression de soi.

Dans ce processus, on peut percevoir que l'espace-temps se présente sous différentes formes. Dans la temporalité d'un jeune de quartier populaire il existe une espèce de « dévalorisation » du temps et de la mémoire. Cette situation peut être perçue dans nos sociétés contemporaines comme une mutilation. Mais le jeune du quartier populaire vit le temps d'une autre façon : un temps qui se projette sur le présent, un présent continu, mais de plus en plus éphémère. C'est dans ce présent « provisoire » que ce jeune a besoin de marquer une histoire, de configurer une identité, de vivre le moment. Dans ce contexte temporel, de l'immédiat, les expressions médiatiques dans les quartiers populaires prennent une place très importante.

Ces expressions, comprises comme des productions communicationnelles et donc comme des processus de transformation, s'insèrent dans les différentes dimensions de leur quotidien. Grâce à ces expressions médiatiques, la configuration de leurs identités est peu marquée par la continuité. C'est-à-dire qu'elle est une articulation de temps longs composés par des temps courts de productions médiatiques.

C'est dans les temps courts, les temps de l'acte médiatique instantané (mobile et Internet) que se conforment les sensibilités et les narrations de soi en arrivant ainsi à se mettre en scène dans un temps long. Nous l'avons déjà évoqué, le jeune préfère réaliser, retoucher, lire et actualiser son blog en communauté. Le temps alors se multiplie, le jeune n'étant pas seul devant l'ordinateur mais partageant le moment avec ses pairs. La temporalité des actions numériques est, la plupart de temps, partagée avec la communication interpersonnelle. Nous en avons eu confirmation pendant l'ouverture des espaces multimédia des différents quartiers que nous avons déjà décrits auparavant dans le Chapitre II, lors des

descriptions des terrains²⁴⁵. Le jeune préfère être accompagné et observé lors de ses actions médiatiques.

Dans les locaux multimédia le temps devant l'ordinateur est très court. Parfois, cela dépend de l'animateur sur place, il est interdit de visiter des blogs ou de chatter sur MSN. Le jeune passe en moyenne 20 minutes devant l'ordinateur, au sein des centres d'accueil. Il suit un ordre : tout d'abord il consulte son mail, regarde s'il y a des commentaires dans son *Skyblog*²⁴⁶, il répond, il télécharge les photos importantes ou les films récents réalisés le week-end dernier, il regarde les autres blogs, il regarde YouTube ou en l'occurrence Dailymotion. C'est un moment de convivialité pour finir la journée, même si la convivialité est construite par l'endroit, MJC, Centre Social ou structure d'accueil. Nous avons noté dans notre journal de bord à Pau.

Brouillages musicaux et partage du Net. Journal de bord, Pau, 15 décembre 2008.

«Aujourd'hui, vendredi soir vers 19 :30 je suis entrée à la salle multimédia de la MJC des Fleurs pour la première fois le soir. Premières impressions : la musique à fond de chacun des ordinateurs. Il y a sept en tout et chaque poste était occupé par des jeunes garçons, la plupart écoutant et regardant des vidéos de Rap. Je me suis approchée d'Oscar pour lui demander ce qu'il regardait. Lorsqu'il chatait sur MSN, il me montrait ses vidéos préférées. « Le meilleur Rap c'est celui des blacks » me disait-il. « Magique », comme il se fait appeler, lui répond : rien à voir, le meilleur c'est le Rap des rebeux ! Écoute-moi ça ! Et il mettait le son plus fort qu'Oscar...et ainsi de suite. C'était une discothèque, en ajoutant à cela que les jeunes aussi chantaient avec le clip à voix haute de façon à se faire remarquer. Un appelait l'autre pour lui montrer ce qu'il avait trouvé sur le net. Rare de voir une fille dans la salle multimédia ! ».

De cette manière, le jeune est en train de s'exposer dans et par son quotidien. Le jeune échange avec une telle facilité que le temps devient presque imperceptible. Le temps devant l'ordinateur même s'il est court, est extrêmement riche vu qu'ils se sont interconnectés avec d'autres, ils ont écrit des commentaires dans les blogs, ils ont regardé des vidéos, ils ont posté un lien, plusieurs actions numériques, que le Web 2.0 permet de faire de nos jours. Nous sommes toujours étonnée de la très faible disponibilité en temps des jeunes dans ces

²⁴⁵ Voir Cadre Méthodologique. Deuxième Partie. Chapitre 2. p.142-170.

²⁴⁶ 100% des blogs sont créés sur la plateforme de *Skyrock*. Les jeunes qui font de la musique ou de la comédie tiennent un site sur *Myspace*. Lors de mon observation, aucun jeune n'entretenait de site du type *Facebook*. Quand j'ai posé la question, lors de l'enquête, ils ne connaissaient pas ce type de plateforme sur le Net. Néanmoins, j'ai suivi certains jeunes et maintenant ils ont un profil sur *Facebook*.

quartiers, pour avoir un entretien par exemple. Mais nous nous rendons compte qu'il existe un temps consacré à la communication interpersonnelle qui est peut-être plus large que la communication médiatique. Même si de plus en plus elle prend une place importante au sein du groupe des pairs, elle n'est pas fondamentale. C'est un mélange entre ces deux types de communications. L'une dépend de l'autre forcément et c'est dans leur complémentarité que le jeune trouve sa place narrative dans ces médias.

La construction de la narration de soi fonctionne comme une allégorie aux yeux de Judith BUTLER, cette narration essaye de « donner compte-rendu séquentiel de ce qui ne peut finalement pas être saisi en termes séquentiels, de ce qui possède une temporalité ou une spatialité qui ne peut être déniée, déplacée ou transmuée lorsqu'elle prend une forme narrative »²⁴⁷. Ces narrations de soi, performées par le biais des nouvelles technologies, nous parlent de l'importance de l'affectif dans ces milieux. Rappelons que blog est issu de l'expression 'we blog' (nous bloguons), à son tour elle résulte de la contraction de la phrase : « *we blog because we weren't popular in high school and we're trying to gain respect and admiration without actually having to be around popular people* »²⁴⁸. Nous voyons que l'étymologie nous prévient de ce caractère ou ton initial. Georg SIMMEL²⁴⁹ nous a parlé de l'impossibilité de donner une forme à l'expérience. La forme d'une interaction est cependant pour lui une dimension qui, avec le contenu, forme la totalité de l'être du fait social.

Néanmoins, la forme est inhérente à l'homme, il existe la nécessité de la produire et peut-être de la créer. Nous sommes toujours en constante création de formes, fussent-elles orales, iconographiques ou symboliques. Selon Georg Friedrich HEGEL nous avons la nécessité de l'inscrire dans une expérience. Pour lui ce qui doit servir de base, « ce ne sont pas les particularités, les objets, les phénomènes, etc., particuliers, mais l'idée. C'est par celle-ci, par l'universel, qu'on doit commencer [...] on commence par les particularités pour en déduire le concept, l'universalité. Ici, c'est l'idée en soi et pour soi qui vient en premier lieu »²⁵⁰.

²⁴⁷ BUTLER Judith. *Le récit de soi*. Paris : PUF, 2007, p.38.

²⁴⁸ Dans la culture populaire des blogs américains, la phrase ci-après est souvent citée pour abréger le terme « blog » et établir ainsi sa naissance sur le Net : « Nous bloguons parce que nous n'étions pas populaires au lycée et nous essayons de gagner le respect et l'admiration sans devoir être autour des gens populaires ». Traduction personnelle anglais-français.

²⁴⁹ SIMMEL Georg. *Sociologies : études sur les formes de la socialisation*. Paris: PUF, 1999, p. 30

²⁵⁰ HEGEL Georg Friedrich Wilhelm. *Esthétique* [en ligne] Tome premier, Paris : Librairie Germer-Baillière, 1770-1831, p. 496. Disponible sur : http://www.artsplastiques.ac-versailles.fr/beta/pedagogie/hegel/Hegel_Esthetique_tome_I.htm (consulté le 20 juillet 2009).

Ce qui nous étonne toujours c'est la rapidité de parole et la mobilité corporelle qui caractérisent une inscription toute particulière dans l'espace et la temporalité de ces jeunes. Peut-être cette nouvelle culture que nous avons découverte, nous a fait entrer dans une autre perspective temporelle. Prenons comme exemple une situation vécue parmi bien d'autres. Quatre copines à Thouars sont assises en bas de l'escalier B de la résidence Lorenzaccio. Les discussions partent dans tous les sens : on parle tour à tour de *piercing*, d'un gars du quartier, de la discrimination, du dernier clip de LIM... Les conversations à distance s'ajoutent à l'agitation verbale. Souad prend son portable, elle appelle Sarah et lui dit sans ménagement : « *T'es où, dépêche-toi, viens vite* ». Sarah dit qu'elle est « coincée » chez elle parce qu'elle doit garder son petit frère. Toutes les filles se lèvent et partent à sa rencontre. La scène a duré trois minutes et le groupe s'est déplacé sans attendre.

Cette mobilité « physique » dans le quartier contribue à délimiter un lieu de vie, mais aussi un cadre temporel où les médias, notamment l'utilisation du portable, joue le rôle de « déplaceur » et en même temps de casseur de routines et de temps. Le temps s'inscrit donc dans une mobilité médiatique qui n'est qu'un prolongement requis pour être en communication et en relation.

1.2.2 Mobilité médiatique.

Que veut dire mobilité médiatique ? Nous venons de voir que ces jeunes sont mobiles par définition. Ils ne peuvent pas rester dans un seul endroit. Ils tracent leur chemin dans leur cité ou dans la ville, s'en approprient des espaces, des moments, divers territoires. Depuis les premières visites dans les quartiers et jusqu'à la fin il y a eu de véritables moments de reconnaissance du territoire, des acteurs et de leurs mobilités. Nous nous sommes questionnée plusieurs fois sur la place de la mobilité. Qu'est-ce qui les fait bouger de cette manière ? Nous nous sommes aperçue de la vitesse avec laquelle ils se déplaçaient.

Temporalité, atemporelle. Journal de Bord, Bègles, 5 octobre, 2007.

« Nous étions quatre ce jour là, Hasim, Emeran, Jules et moi. Ils voulaient manger en Centre Ville. Je leur ai demandé si je pouvais les accompagner. Je n'aime pas me coller à eux s'ils ne sont pas d'accord. Emeran m'a dit qu'il n'y aurait aucun souci. Nous sommes allés attendre le bus à l'arrêt du Boulevard direction la Gare. Ils sont montés par l'arrière même si depuis quelques mois il est interdit de le faire. Moi, je suis montée par devant et j'ai

payé mon ticket. Pas eux, ils n'ont même pas la carte d'abonnement. Je les ai retrouvés dans les sièges à l'arrière du bus, leurs portables avec la musique à fond. Ils ont commencé à rigoler de tout et de rien. Hasim chantait à voix vive le dernier tube de ROHFF. J'ai lui ai demandé comment il avait trouvé ça. « Sur Internet, comme tout » m'a-t-il répondu. T'as payé ? En rigolant il me dit, « payer moi ? on a rien à foutre, moi j'ai mes magouilles sur Internet ». On est descendu à la Gare pour prendre le bus qui nous amènerait à la Victoire. En attendant, ils regardaient les filles près d'eux. Filles qui, après confirmation seraient, de la cité de la Gare. C'est après qu'Emeran m'a dit que nous avons fait tout ce trajet juste pour voir les filles : les prostituées derrière la gare et les filles des autres cités. Je me suis renseignée et j'ai su après qu'il existe un bus qui nous amène directement vers le centre ville de Bordeaux depuis la cité Yves Farges. Les portables se sont arrêtés, mais pas pour longtemps. Quand nous sommes montés dans le bus direction Victoire, tous les trois les ont allumés. « Ecoute ça, écoute ça » se disaient-ils, lorsqu'Emeran continuait à chanter ROHFF. On est allé jusqu'à la Victoire. En arrivant on est monté dans le tramway, toujours sans payer pour les garçons. Dans le tramway la même histoire se répète. Cette fois pas de SMS ? j'ai demandé, ils me répondent : « bien sûr on n'a pas de sous ! ». Et toi ? t'as tout le temps du forfait non ? tu nous appelles tout le temps me dit Jules en rigolant. On descend à l'arrêt Gambetta. Je leur demande où est-ce qu'ils allaient manger ? Je ne savais pas où nous pourrions manger à Gambetta. On continue direction le supermarché Auchan avec une marche accélérée. Ils me disent : « t'es pas habituée à marcher comme ça, non ? » ils rigolent. Je leur dis que j'aime bien regarder la ville. Ils me répondent qu'eux aussi, mais à leur manière. Nous entrons dans le supermarché. Ils commencent à discuter entre eux sur le garde black qui est dans l'entrée. Ils me disent : « c'est mieux que tu partes maintenant » « pourquoi ? » je leur ai répondu. Parce que maintenant on va manger me dit Emeran et tous se mettent à rigoler. Je dis non, je vais voir ce que vous faites. Jules m'intime : Ok mais s'il te plaît, sois discrète. Ils attaquent d'abord les boissons, toujours les moins chères. Je leur demande pourquoi pas un Coca ? Emeran me dit « parce que si après ils te font payer tu payes que ça et pas le plus cher ! » après ils mangent très vite des gâteaux (madeleines il me semble) sur le chemin ils mangent ces gâteaux jusqu'à arriver aux sucreries. Ici ils se remplissent les poches (ils n'ont pas de sacs) et sortent du magasin. J'étais avec eux. J'étais sur le point de passer les portes de contrôle et le garde m'arrête pour me demander si j'étais avec eux. Je lui réponds affirmativement. Il me demande si j'étais animatrice / éducatrice. J'ai dit « non ». Il me dit alors qu'est-ce que vous faites avec eux ? je lui ai dit que je suis à la fac et que je fais une étude avec eux. Il m'a répondu. « Faites attention à vous, sinon la prochaine fois on va vous arrêter ! » Je n'ai pas bien compris. Sûrement qu'avec mon accent il a cru que je faisais partie de la bande. Les jeunes n'étaient plus là. Quand je suis sortie du magasin Jules m'a fait signe. Ils m'ont interrogée pour savoir si le garde voulait les arrêter. Je leur ai raconté ce qu'il m'a dit. Ils ne me croyaient pas. Ils m'ont dit qu'ils se sont fait contrôler plusieurs fois à manger des chewing gum. Emeran joue avec son portable, regarde des films en nous écoutant. Ça sentait la fraise. Ils m'ont donné deux chewing gum comme un signal d'acceptation ou en quelque sorte comme une récompense. Ou peut-être c'est simplement un partage spontané entre eux. »

Dès le début, nous avons perçu une rapidité de paroles et de mouvements corporels qui nous donnaient les indices fondamentaux d'inscription dans leur mobilité, leur espace et leur temporalité. On a regardé avec attention les déplacements des jeunes à l'intérieur et hors du quartier. Dans ces déplacements les jeunes utilisent leur portable comme outil d'accompagnement. Cet objet, allié intime, est utilisé comme une source d'énergie. Chaque fois qu'on observait les jeunes ils nous paraissaient être dans un clip de Rap. Les jeunes bougeaient au rythme du Rap, les images et les mouvements changent avec le rythme. En plus le fait de mettre la musique en haut parleur, avec le volume au maximum, nous montre l'envie de s'approprier des espaces publics, de se faire voir.

Au début, les rencontres étaient des présentations, parfois très cérémonieuses, de « nous » devant « eux ». Même si notre présence n'était pas menaçante nous avons essayé qu'elle soit le moins perturbante possible. Les premiers contacts montraient des attitudes de réserve et de résistance et une espèce de « mise en scène » pour nous montrer leur style de vie : par exemple le type de musique qu'ils écoutent, la manière de marcher ou de parler, les chorégraphies des motos et voitures interminables, un *joint* pas dissimulé, etc.

Ces jeunes, mobiles par définition, s'approprient différentes méthodes de circulation dans leur quotidien. Cette mobilité « physique » devient de plus en plus une mobilité médiatique. Ils bougent avec leur portable comme une clé en main, un message reçu signifie un déplacement, les appels sans réponse juste pour « faire signe » tout ceci nous parle d'une mobilité à partir d'une technologie. Ces mouvements réalisés dans leur quartier, dans leur « territoire », ont une signification. Leur banlieue, c'est un espace propice à leur mémoire, à leur construction symbolique et concrète, dans laquelle peuvent surgir des trouvailles et des querelles. Quand on construit la science d'un lieu, on doit savoir répondre aux questions comment et pourquoi ces lieux se chargent de sens ? Quelle est la magie qui les dévoile comme symboliques ?

Marc AUGE²⁵¹, avant tout, nous demande de penser l'espace. Selon son explication c'est inutile de considérer la notion de lieu sans prendre en compte celle de la mémoire. Pourquoi apparaît-elle si importante dans ce contexte ? Parce que « la mémoire est le sol dans

²⁵¹ AUGE Marc. *Le sens des autres*. Paris : Fayard. 1994, p. 35-40.

lequel germent et poussent les identités »²⁵². Or, les coins que nous concevons comme lieux, s'entremêlent dans le contexte d'usages et de productions médiatiques de ces jeunes, en créant ainsi un tissu relationnel et interactionnel fortement symbolique. La construction d'un lieu est concrète, tant qu'on se réfère aux murs et instruments, mais est surtout symbolique, pour s'édifier dans un lit de souvenirs et d'idées. Ces jeunes alors, sont en train de se construire de cette manière. Quelques espaces ont une référence qui leur est propre :

Chewing-gums. Journal de bord, Agen, 7 février, 2008.

« C'est curieux de voir la quantité de chewing-gums sous les tables de la salle multimédia, quelques gribouillages dans les murs, deux ou trois déchirures faites par un stylo sur la table. Peut-être le ciment d'une construction symbolique ? Un lieu commun et partagé qui fait liaison entre l'espace réel et celui construit dans la mémoire du jeune ».

Ces lieux physiques deviennent en quelque sorte des lieux médiatiques (espace dans lequel on se sert d'un média). Ils dépendent de l'appropriation exercée sur eux. C'est ainsi que ce pouvoir inhérent à chaque jeune crée, au fur et à mesure, une mobilité parallèle d'espaces qui entraîne une sélection des lieux plus appropriés pour faire une chose ou une autre. Par exemple ce n'est pas la même chose de prendre en photo un jeune qui fume un joint que celui qui fait du foot. Ce n'est pas non plus la même chose de parler au téléphone mobile d'un deal devant tout le monde, le mieux serait de s'éloigner. Beaucoup de codes sont liés à l'utilisation du mobile au sein de ces quartiers. Ces codes pour ainsi dire, doivent être respectés pour les autres et ceux-ci doivent savoir aussi les interpréter.

1.2.3 Dimensions de la mobilité médiatique.

La mobilité médiatique observée nous renvoie à deux dimensions :

- d'un côté, l'effet circulaire de la consommation médiatique,
- de l'autre, la production médiatique individuelle et collective que nous venons d'aborder.

L'effet circulaire de la consommation médiatique joue le rôle d'agent dynamisant de l'expansion d'une culture globale dans la mesure où elle instaure des références culturelles communes. Les grandes corporations transnationales avec leurs produits et marques (Coca-cola, Nike, Mac, etc.) dominent ces références culturelles mondialisées. De cette manière,

²⁵² SUSZ Pedro. Op.Cit., p. 67.

l'univers de consommation surgit comme un ensemble de références dans lesquelles les nouvelles générations organisent leurs identités, non pas dans l'esprit des symboles historiques de la Patrie, mais autour d'Hollywood, MTV, MCM... Les changements comprennent, selon Néstor GARCIA CANCLINI « une redéfinition du sens d'appartenance et d'identification organisé chaque fois par la participation en communautés transnationales ou déterritorialisées de consommateurs »²⁵³.

De la même manière l'effet circulaire de consommation médiatique est présent dans la multiplicité des choix d'informations de notre monde contemporain. Ces jeunes perçoivent d'une manière différente les nouveaux médias. Au lieu de connaître dans les journaux du lendemain les résultats d'un match du mondial de football, ils ont la possibilité oculaire - même si c'est de manière virtuelle - d'être dans l'événement lors de son déroulement. Ce moment précis sera un moment de partage et d'échange communicationnel par excellence, le lendemain du match. Les journaux éventuels gratuits, ceux qui se trouvent dans les Centres Sociaux ou chez eux, ne jouent plus un rôle prépondérant dans leur consommation médiatique mais ils restent comme une autre source d'information, un choix éventuel.

Au moment d'aborder la dimension culturelle de l'identité juvénile, Sandro MACASSI²⁵⁴ insiste sur le fait que la citoyenneté doit se comprendre dans de nouveaux contextes, car l'expérience citoyenne des jeunes est traversée autant par la situation dans le monde que par son développement affectif et émotionnel. Tout cela nous indique qu'il est difficile de caractériser la jeunesse par un seul trait, sauf celui de l'hétérogénéité et de la dispersion.

L'espace commun peut ainsi être compris comme l'espace symbolique imaginaire qui permet la rencontre entre une activité de production et un acte de reconnaissance²⁵⁵. Mais il se trouve conditionné par les déterminations économiques, sociales et politiques, donc déterminé par les règles et contraintes sociales.

Dans cet effet circulaire on retrouve une hybridité dans plusieurs aspects, spécialement dans les représentations médiatiques que ces jeunes ont de leur lieu de vie.

²⁵³ GARCIA CANCLINI Néstor. *La globalización imaginada*. Barcelona : Paidós, 1999, p. 28, traduction personnelle.

²⁵⁴ MACASSI Sandro. *Culturas juveniles, medios y ciudadanía*. Lima : Asociación de Comunicadores Calandria. 2001, p. 41-43, traduction personnelle.

²⁵⁵ REGUILLO Rossana. Op. Cit., p. 111-112.

Chaque fois que nous mentionnions que nous étions bolivienne ils confondaient notre pays avec la Colombie et immédiatement ils nous parlaient de Pablo ESCOBAR, la cocaïne, les narco-trafiquants... Il existe une forte assimilation de leurs quartiers aux représentations médiatiques « emblématiques ». Nous nous sommes rendue compte très vite de la circulation médiatique des films qui font appel à des histoires similaires entre elles. Certains films sont évoqués plusieurs fois, et dans certains contextes quelques jeunes s'approprient des pseudonymes de personnages principaux de ces films : « Montana » le personnage principal du film Scarface²⁵⁶, repris par Khaled sur Agen, « Sosa » le complice de Tony Montana dans le même film adopté par Sophien sur Agen ou bien « Saïd » le protagoniste de « Ma 6-T va crack-er » (Ma cité va craquer)²⁵⁷ récupéré par Naufel sur Floirac. Tous ces indices nous parlaient de la consommation de ces films au sein des quartiers.

D'autres films s'ajoutaient à la liste au fur et à mesure des rencontres : « La cité de Dieu »²⁵⁸ et « La Haine »²⁵⁹ étaient le plus évoqués. Il nous a fallu regarder chacun de ces films au cours des terrains pour découvrir l'univers filmographique et comprendre la circulation de ces consommations. Dans les discours de ces jeunes garçons, « on trouve un imaginaire construit sur le « ghetto ». Ils sentent que leur quartier est assimilé à une *favela* du

²⁵⁶ Film de 2h45 réalisé par Brian DE PALMA en 1983. Son personnage principal est Tony MONTANA un réfugié cubain qui fait rapidement fortune dans le trafic de drogue à Miami. Il laisse beaucoup de cadavres sur son chemin pour aboutir à la richesse. Ce film est un remake du film d'Howard HAWKS sur les gangsters pendant les années 30 à Chicago. Le film se place dans le cadre du narco trafic : le trafic de cocaïne par des cubains dirigés par un caïd : Tony MONTANA. On retrouve le thème du gangster qui retourne les idéaux américains à son avantage, le fameux « the world is yours » (le monde vous appartient) ainsi que les rapports incestueux, les morts avec couteaux et armes, beaucoup de rencontres avec les policiers secrets de Miami et affrontements au corps à corps. Argent, pouvoir et sexe sont les trois désirs de Tony Montana.

²⁵⁷ Réalisé par Jean-François RICHET, sorti en 1997. Un ensemble de thèmes y sont abordés : le rapport à l'institution scolaire, aux forces de police, aux femmes, aux membres de bandes rivales. La thèse du film est que la violence qui baigne tous les aspects de l'existence des habitants de la cité prend sa source dans leurs problèmes économiques et sociaux. Tout en montrant sans concessions leur violence, le réalisateur tente de démontrer que ces jeunes sont conscients du caractère systémique de leurs problèmes. Les émeutes viendraient démontrer cela, puisque les jeunes y affrontent le représentant de l'État qu'est la police. Toutefois, les personnages eux-mêmes sont convaincus de l'inefficacité de telles actions, conscients que la répression de l'État viendra à bout de n'importe lequel de leurs soulèvements, parce que leur statut social marginal les empêche de bloquer l'économie.

²⁵⁸ Dirigé par Fernando MEIRELLES, co-réalisé avec Kátia LUND ce film raconte l'histoire de la Cité de Dieu, une favela violente de Rio de Janeiro, sur une période allant de la fin des années 1960 au milieu des années 1980. Le personnage principal (et narrateur) est issu de ce quartier et veut devenir photographe. À la fois acteur et spectateur des événements, il témoigne ainsi de l'évolution de ce quartier, notamment en ce qui concerne les gangs, l'armement, la drogue et ses amis d'enfance qui ne suivent pas la même voie que lui.

²⁵⁹ Film réalisé par Mathieu KASSOVITZ et sorti en 1995. Raconte l'histoire du lendemain d'émeutes dans la cité des Muguets à Chanteloup-les-Vignes (78) faisant suite à la bavure d'un inspecteur du commissariat qui avait sévèrement blessé un jeune habitant, Abdel Ichaha, lors d'une garde à vue deux jours plus tôt. Trois jeunes amis Vinz, Saïd et Hubert, qui traînent leur ennui et leur frustration, vont vivre la journée la plus importante de leur vie, car aujourd'hui, ils ne sont plus trois mais quatre. Vinz a trouvé le revolver qu'un policier a perdu lors des émeutes.

Brésil, à un *project* des Etats-Unis, à un *maras* du Nicaragua ou un *township* d'Afrique du Sud »²⁶⁰. Parfois nous avons senti une forte charge de violence, réelle ou symbolique, que ces jeunes veulent transmettre d'une manière ou d'une autre. Cette charge, « alimentée par une auto-représentation de la *cité et nous* face à la *ville et les autres*, est directement véhiculée par la capacité dramaturgique ou de « mise en scène » comme un recours expressif de légitimation de leurs propres pratiques »²⁶¹.

C'est ainsi que la circulation médiatique joue dans la relation constante entre le collectif et l'identité du jeune. On se retrouve ainsi devant des identités hybrides, qui empruntent valeurs, symboles, objets d'autres cultures et groupes dans une étrange, mais nouvelle, réinterprétation. Le groupe de Rap *Syndrome* du quartier Tapie à Agen, ou celui de *Kara 7 Clan* (47 Clan) ou bien *P.L.H* (Première L Heat) du quartier Montanou sur Agen, intègrent des refrains en arabe dans leurs compositions. Ainsi, « l'arabe se mélange au français, le *fashion* avec le sportif, le moderne avec le traditionnel... tout ceci chargé d'un contradictoire sens religieux »²⁶². Tout au long de l'enquête nous avons pu apercevoir les manières dont ces jeunes adoptent, s'approprient, réfutent, utilisent différents objets matériels et symboliques en les réadaptant à leur milieu.

La circulation de la consommation médiatique devient ainsi un moment de réappropriation qui ne cesse de nous parler d'une culture hybride qui se disloque, se déterritorialise avec des paradigmes constants. Le jeune du quartier populaire alterne, innove à partir des modèles proposés par la circulation de consommation médiatique en les remplaçant par les siens et en gardant toujours un référent de légitimité : son quartier.

1.2.4 Circulation et diffusion des produits médiatiques.

Pour comprendre la circulation des produits médiatiques des jeunes, il faut comprendre le concept d'hybridation que nous venons d'évoquer. Cette hybridation est comprise par Néstor GARCIA CANCLINI²⁶³ comme un processus socioculturel dans lequel, structures ou pratiques, qui existaient sous forme séparée se combinent pour générer de nouvelles structures, objets et pratiques culturels. Pour nous c'est la base pour comprendre

²⁶⁰ BOULDOIRES Alain, VACAFLORE Nayra. *Repères identitaires et médiations technologiques : de nouveaux espaces relationnels dans les ghettos*. In : DERVIN Fred, ABBAS Yasmine. *Nouvelles technologies du soi, mobilités et (co)-constructions identitaires*. Paris : L'Harmattan, 2009, p.87.

²⁶¹ BOULDOIRES Alain, VACAFLORE Nayra. Idem.p. 94-95.

²⁶² BOULDOIRES Alain, VACAFLORE Nayra. Idem.p. 96.

²⁶³ GARCIA CANCLINI Néstor. Op.Cit., p. 259-264.

comment le jeune produit médiatiquement et comment il transpose son soi dans ce produit. Nous voyons cet aspect ancré dans les produits musicaux.

Ces jeunes, par exemple, créent un CD, à partir de la base d'un enregistrement « fait maison », pour le faire diffuser auprès des proches ou des amis. Dans certains cas ils envoient leur maquette à des radios associatives locales pour certains programmes radio. Sur Pau par exemple, dans le quartier Ousse des Bois, la radio RPO 97 FM²⁶⁴ qui se trouve au sein du quartier, reçoit la production des jeunes de toute la région que le DJ Phils présente dans son programme « Platine », le samedi de 22h à 1h.

Néanmoins, tous les quartiers ne comptent pas une radio pour les diffuser, donc les moyens de transmission deviennent moins massifs mais riches en échanges. Nous avons observé plusieurs fois comment les jeunes se passent entre eux leurs propres chansons pour les diffuser encore dans leurs blogs ou simplement les avoir dans leurs portable ou ordinateur. C'est une pratique commune de réaliser un CD gravé à la maison. Ils l'appellent une « maquette artisanale ». D'autres réalisent une centaine d'exemplaires sur un petit label, en faisant appel aux financements des structures sociales, municipales ou associatives²⁶⁵. Ce type de fabrication est moins commun et exige un engagement plus sérieux de la part des jeunes pour la distribution. C'est pour ces raisons qu'ils préfèrent chercher par exemple des Mix Tapes²⁶⁶ qui se réalisent un peu partout en France. On trouve de plus en plus des enregistrements via Internet entre plusieurs rappeurs pour, après, avoir du matériel à diffuser.

Nous avons trouvé sur le terrain d'Agen un exemple sur ce type d'enregistrement via Internet. Cela nous permet de percevoir que ce type d'échange est de plus en plus utilisé par les jeunes rappeurs comme le démontre l'entretien ci-dessous :

INT : C'est eux des rappeurs parisiens ?

AA : Oui, c'est eux [me répondent-ils en me montrant leur site MySpace]. C'est plus avec lui qu'on est en contact. Lui c'est « Allien le sale arabe du 93 ». Nous avons fait la connexion avec lui pour cette mix-tape. C'est des personnes qu'on ne connaissait pas et qu'on a découvertes grâce à ce site là [MySpace] et après ils kiffent

²⁶⁴ Plus d'information est disponible sur : <http://rpo97fm.fr/>

²⁶⁵ Les exemples de ces fabrications se trouvent dans l'Annexe 6. On peut voir les différents types de fabrication et ainsi percevoir les moyens que ces jeunes ont pour communiquer leurs productions médiatiques. CD joint, Annexe 6.

²⁶⁶ Mix Tape est le rassemblement de plusieurs morceaux de musique dans un seul CD. Ainsi, les jeunes rappeurs peuvent intégrer leurs compositions sur plusieurs albums.

le son et après voilà...on échange, maintenant on se fait un mix-tape tu vois ? (EPR, Amine et Abou, 22 ans et 24 ans, Agen).

C'est pour ces raisons qu'Amine et son collègue, avouent que les moyens classiques de diffusion ont changé. Ainsi les jeunes préfèrent adopter le MySpace comme une carte de visite visible et facilement accessible où on peut connaître leurs productions. La diffusion et l'expansion de leur réseaux se fait à travers les blogs ou les MySpace des autres jeunes. C'est une espèce de revendication identitaire au sein des quartiers. Cette revendication se concrétise dans le soutien publicitaire des groupes de chaque quartier, en les ajoutant par exemple dans leurs favoris, en créant des liens express ou simplement en invitant à visiter « le bon son de mon quartier ». A certains moments cette diffusion devient une boucle au sein du quartier. Néanmoins ce qui élargit le réseau ce sont les commentaires ou ajouts des inconnus. C'est là que les jeunes se sentent interconnectés et leur idée de diffusion change. Pour que cette diffusion soit encore plus large ils pensent que c'est mieux de bien travailler le design, l'esthétique.

Voilà ce que nous dit Amine à ce sujet :

INT : Et là vous pensez maintenant l'améliorer en mettant d'autres photos ?

AA : Oui , c'est important le visuel t'as vu . Les gens ils voient que ça maintenant. C'est pas comme quand je dis dans un texte, « ce n'est pas que pour le fun » c'est- à-dire le moment où tu portes un message, maintenant tu le portes bien. soit tu fais quelque chose bien soit tu le fais pas en fait... (EPR, Amine et Abou, 22 ans et 24 ans, AGEN).

Ces paroles nous démontrent une fois de plus la « performance » que ces jeunes veulent d'eux. Les outils d'expression employés par ces jeunes qui jouent devant une scène nous ramène à la compréhension de toutes ces activités où l'individu affronte des observateurs. Le numérique nous enseigne que la face n'est pas seulement une question d'espace physique, car la « mise en scène » dont Erving GOFFMAN²⁶⁷ parle, comprend une série de décors, d'accessoires, de meubles et d'agencements qui font partie de la face et donc de la performance. Cela se voit aussi dans l'exemple d'Amine et Abou, qui sont dans le monde numérique : nous voyons la mise en page et le travail visuel qui permettent d'accessoiriser ces pages web.

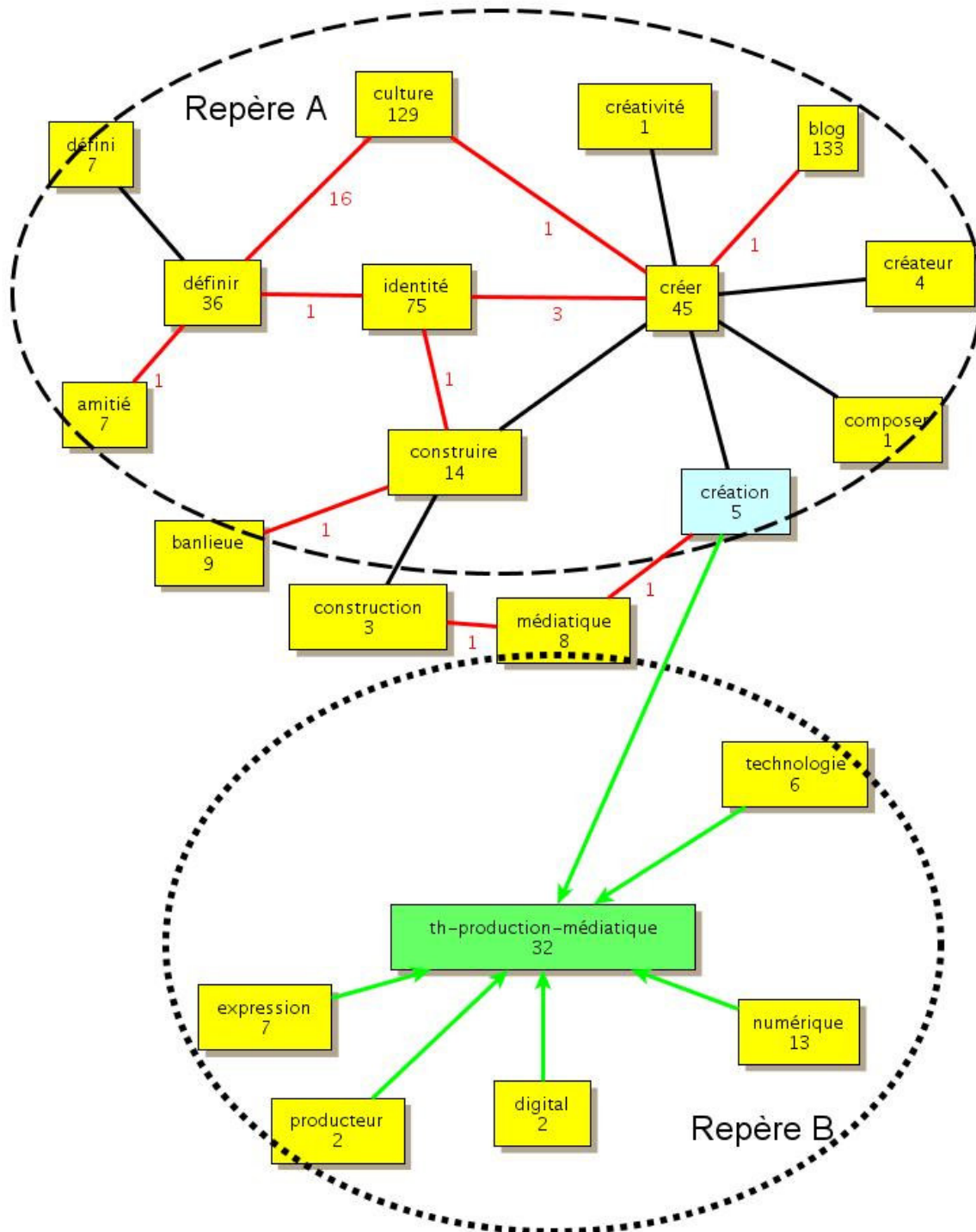
²⁶⁷ GOFFMAN Erving. *La mise en scène de la vie quotidienne. La présentation de soi*. Paris : Minuit, 1973, p. 112-120.

1.3 Des productions et des reconnaissances.

Ces jeunes participent d'une manière ou d'une autre à « diverses formes d'offres médiatiques et culturelles et en même temps ils s'inscrivent dans de multiples pratiques d'identité qui viennent de la musique, du football, de la mode, des gangs, etc. »²⁶⁸. Néstor GARCIA CANCLINI soutient pourtant, que la condition du jeune doit être comprise, comme celle d'un producteur et porteuse de nouvelles visions culturelles. Devant l'accélération de la société et sa complexité croissante, le jeune ressent le besoin de se confier, de matérialiser sa pulsion, son individualisme, son être. Pourquoi les jeunes des quartiers populaires créent-ils ou réinventent-ils des pratiques médiatiques ? Les réponses peuvent être multiples, mais nous voudrions en approfondir une en particulier : la reconnaissance par le moyen de l'identité et de l'identification.

Pour cela nous allons reprendre les résultats de l'analyse sémantique des entretiens, que nous avons réalisée avec SEMATO. Le graphe qui suit montre bien les relations entre identité et productions médiatiques et par conséquent de reconnaissance.

²⁶⁸ GARCIA CANCLINI Néstor. *Culturas híbridadas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad. Nueva edición*. Barcelona : Paidós, 2005, p. 262, traduction personnelle.



Graphe 2. Identité et production médiatique.

Nous pouvons voir dans le graphe d'analyse sémantique qu'il existe une forte cohésion entre l'identité, la création (Repère A) et les productions médiatiques (Repère B). Les deux repères du graphe nous permettent d'envisager la reconnaissance comme un élément nécessaire de la construction identitaire. Nous avons observé, par exemple, que dans

la messagerie instantanée ou les blogs, le *nickname* ou pseudonyme, est le premier instrument de reconnaissance visible dans la liste d'amis en ligne ou hors ligne. Le pseudonyme et le profil jouent sur l'aspect subjectif. On peut ainsi vérifier s'il y a eu des changements pour retrouver, par exemple, de nouvelles photos, musiques, vidéos, changement de statut ou autres.

Il existe une capacité de personnalisation avec ces outils : ils permettent de définir un espace qui reflète de manière continue et intime l'identité de l'acteur créateur en rejoignant ainsi le repère A tout à l'heure cité. Le pseudonyme, la photo, le profil constituent une forme d'expression d'un aspect déterminé de soi-même. Cette individualisation marque la partie essentielle du processus de différenciation qui caractérise la construction des identités. Celle-ci a besoin d'une altérité : d'un « nous » devant « les autres ». Dans cette confrontation se tissent des éléments constitutifs de l'identité. Ainsi, parler de l'identité c'est parler de classes sociales, de groupes, de métiers, de pratiques quotidiennes, d'espaces et de territoires.

Ces identités changeantes, ambiguës et flexibles émergent de ces quartiers populaires comme une forme de réponse aux différentes crises. Le jeune fils de la modernité, bricole sa propre forme et son style de vie. Nous avons constaté que l'identité de ces jeunes se construit dans l'interaction quotidienne :

« Nous ne sommes rien sans les autres filles, sans Fatima ou Salima, nous sommes toutes les trois [...] on se ressemble. C'est en étant ensemble que nous sommes quoi ! Ce que nous sommes, c'est nous, voilà quoi [...] » (Délia, 20 ans, Floirac, 2008).

Ainsi, l'important dans l'identité ce n'est pas son exactitude mais son imperfection. C'est-à-dire, une identité est toujours en construction, toujours en perfectionnement. L'individu, à travers un processus de légitimation cherche indéfiniment l'acceptation et la reconnaissance²⁶⁹. L'identité, explique Rosanna REGUILLO²⁷⁰, est une relation objective qui s'établit entre son porteur et l'environnement social dans lequel il agit. Nous trouvons aussi dans ce graphe que des relations étroites se tissent entre la banlieue, l'amitié et la culture. Ces trois indices font partie de l'identité et de la reconnaissance pour ces jeunes. Pour nous, chacun de ces espaces nous parlent des médiations intra-quartier qui seront développées avec détails dans les sous-chapitres qui suivent.

²⁶⁹ KLAPP Orrin. *Collective Search for Identity*. New York : Holt, Rinehart, and Winston. 1969, p. 52-54, traduction personnelle.

²⁷⁰ REGUILLO Rosanna, Op.Cit., p. 21.

Nous pouvons donc déduire que l'identité inscrite dans le registre des représentations est capable d'orienter et guider les actions du groupe porteur. Cela ne signifie pas que l'action numérique est un réflexe de l'identité, mais que l'identité est une médiation de cette action. Nous avons vu comment ces jeunes agissent avec leurs outils numériques dans leur environnement. Nous ne pouvons pas oublier que chaque action est *mediée* par l'identité du jeune. Voilà que nous nous retrouvons face à l'action numérique qui engendre le processus de production et, à la fois, elle est le lien entre l'identité et la reconnaissance.

Le « moi » social des acteurs est construit et soutenu dans les interactions quotidiennes comme mode de relation socialement appris. Face à un environnement médiatique, les productions médiatiques de soi peuvent prendre une valeur sociale de reconnaissance en ajustant ainsi la « manière d'être ». La question est de comprendre comment ces jeunes construisent leur propre dynamique de développement à travers ces technologies ? Est-ce que l'utilisation des médias remodèle le vécu social ? Est-ce que ces productions médiatiques coïncident avec le réel ou contredisent le mouvement quotidien ?

Nous voyons dans le tableau N° 13 à la page 207, intitulé « **Règles de production** » que les technologies que ces jeunes utilisent sont relativement diverses, chacune ayant des possibilités de développement et d'articulation. Le processus de production : filmer ou photographier avec leur téléphone mobile puis mettre en ligne dans un blog ou vice-versa, est un des repères pour comprendre ces actions envers leur identité. Chaque jeune accorde et donne un sens différent à ces technologies. Ils s'en servent comme d'un outil, un véhicule d'idées et de création. Ces garçons et ces filles, qui se sentent marginalisés à l'école, dans leur lieu de travail, dans leurs villes, vivent dans une problématique de disjonction entre la façon dont ils se voient, la façon dont d'autres les voient et la façon dont ils s'inscrivent dans les groupes auxquels ils appartiennent.

Ces expressions numériques de soi nous parlent donc, non seulement de la question de l'expression particulière mais aussi de celle de l'authenticité. Laurence ALLARD et Frédéric VANDENBERGHE proposent une hypothèse de *l'authenticité réflexive*, ou en d'autres termes, l'idée de soi et de la recherche de sa cohérence à travers la construction réflexive et narrative d'une identité qui se cherche dans et à travers l'Internet²⁷¹. A partir de ce graphe

²⁷¹ ALLARD Laurence, VANDENBERGHE Frédéric. Op.Cit., p. 201.

nous allons plus loin avec ces réflexions. Nous pensons que nous sommes en face d'une *authenticité réflexive* mais aussi d'une *performativité de soi* dans le *peer-to-peer*²⁷² réel et virtuel. Les jeunes partagent leurs expressions individuelles certes, mais ils exposent au public leur œuvre tout en cherchant une reconnaissance dans et hors du quartier. Dans cette dimension du *peer-to-peer* prévaut le monde virtuel mais il est instauré surtout dans la relation du face à face où les sensations, les odeurs, les couleurs, les sons, sont vivants et ils préfèrent vivre le présent en continu à leur rythme parfois sans intermédiaire.

1.3.1 Les produits numériques, moyens de communication participatifs.

Les productions numériques émergentes dans ces quartiers englobent comme nous l'avons déjà cité trois faits numériques étroitement liés entre eux : le blog, le film et la photographie numérique. Ces actions numériques réalisées la plupart du temps avec un portable et dans un milieu de partage, créent une forme de communication « participative » à leur échelle. Juan DIAZ BORDENAVE, un chercheur de la communication pour le développement social en Amérique Latine, soutient que « la participation est le processus par lequel une personne se perçoit comme un membre d'une communauté »²⁷³. Les processus évolutifs de la production médiatique que les jeunes des quartiers entreprennent ont une forte cohésion participative. Le jeune d'un quartier populaire vit dans une logique du partage.

Le match de foot. Journal de bord, Floirac, 11 avril 2008.

« Ce vendredi j'ai vécu à nouveau un moment de « partage médiatique ». Nous avons regardé tous ensemble le match de foot amical de l'équipe de France, tous ensemble. Chacun a apporté de quoi boire et manger. Il y avait une vingtaine de jeunes devant l'écran TV du centre d'accueil. Je n'ai pas eu le temps d'acheter quelque chose. Mais ils avaient tout prévu. Pizza hallal, boissons gazeuses, frites. Quand je suis arrivée au début du match la pièce était remplie d'odeurs, je me suis assise à côté de l'animateur qui était resté avec les jeunes. J'étais la seule fille, mais pas de problème j'avais un siège et des morceaux de pizza dans ma main. La bouteille passait et chacun y buvait. Pas de verre... que du partage ».

C'est ainsi que les productions médiatiques se réalisent aussi dans cette logique. Une logique de communication participative qui est présente à chaque action numérique. Nous

²⁷² Peer-to-peer signifie "de pair à pair", souvent abrégé P2P. Il peut-être traduit aussi comme « poste-à-poste » ou « égal à égal ».

²⁷³ DIAZ BORDENAVE Juan. Participative communication as a part of building the participative society. In: WHITE Shirley, SADANANDAN Nair, ASCROFT Joseph. *Participatory communication working for change and development*. New Delhi : Sage, 1994, p. 7, traduction personnelle.

avons vu que les jeunes continuent à avoir un rapport avec les médias traditionnels, même si celui-ci n'est pas le plus représentatif de leurs pratiques médiatiques. Dans le cas que nous venons d'évoquer c'est la télévision qui est mise en scène avec un match de foot qui est exceptionnel (l'équipe de France ne fait pas souvent de matchs amicaux). Ce match, tant attendu par les jeunes, passait à 21h et ils se sont réunis pour le voir au centre d'accueil des jeunes, La Junior des Salles, sur Floirac.

Nous insistons sur le fait que les médias traditionnels ont une autre place dans ces quartiers et que ce sont les nouveaux médias qui s'accordent le mieux avec leur mobilité. Avec ces nouveaux médias on retrouve un type de communication libre où chaque jeune peut avoir accès à ces médias et moyens de communication pour exprimer son point de vue, ses sentiments et expériences. On le voit bien dans tous les types de création médiatique que ces jeunes réalisent (blog, films, photos). Participer au fait médiatique signifie donc partager une activité ou un processus de création médiatique. Néanmoins il existe des déterminants de la communication participative dans ces quartiers. Ces déterminants requièrent une analyse attentive pour leur compréhension et leur pratique. Selon Thomas TUFTE²⁷⁴, trois scénarii la déterminent : le politique, l'épistémologique et l'organisateur. Ceux-ci structurent les possibilités et les limites de la communication participative.

Comment la comprendre dans le contexte d'un quartier populaire ? Nous avons déjà vu les manières selon lesquelles les jeunes s'impliquent dans les créations médiatiques collectives et individuelles. Ces jeunes se voient engagés dans la création d'un produit en conduisant à leur manière leur projet de communication. Cette démarche se trouve à l'opposé de la philosophie et la pratique du paradigme dominant où l'on proclame avec emphase que la communication doit être planifiée, développée, organisée et complétée par une aide extérieure. De cette manière les bénéficiaires sont de purs récepteurs d'une réalisation achevée. Nous n'avons pas vu ce type de démarche dans les créations médiatiques, même s'il existait une intervention « externe » pour aboutir à un produit médiatique.

²⁷⁴TUFTE Thomas. El edu-entrenimiento en la comunicación para el desarrollo. Entre el marketing y el empoderamiento. In : GUMUCIO DRAGON Alfonso, TUFTE Thomas. *Antología de la comunicación para le cambio social : lecturas históricas y contemporáneas*. La Paz : Plural, 2008, p.1022-1023, traduction personnelle.

1.3.2 L'équation du pouvoir dans les productions médiatiques.

En premier lieu, la communication participative n'est pas une activité politique basée sur la transformation des équations du pouvoir. C'est un moyen de communication que les jeunes s'approprient pour être lus, écoutés et vus. Bertolt BRECHT, au moment d'écrire sur les médias dominants et leur « manque d'impact », signale que la radio peut changer et passer d'un médium basé sur un système de distribution à un système de communication, cela veut dire un médium à partir duquel peuvent surgir communications réciproques et dialogues. « La radio pourrait être le système de communication publique le plus merveilleux qu'on puisse imaginer, un système géant de canaux [...] s'il était capable non seulement de transmettre mais aussi de recevoir, de faire que l'audience n'écoute pas seulement mais aussi qu'elle puisse parler [...] »²⁷⁵. L'exemple de la radio comme moyen de communication bilatérale est en quelque sorte l'analogie des nouvelles technologies du partage comme les blogs ou les vidéos en ligne. Il existe un changement dans l'organisation par rapport à ces nouveaux médias.

Le pouvoir se modifie quand les médias deviennent alternatifs, en devenant de nouvelles options de communication pour ces jeunes. Néanmoins, il existe une série d'obstacles que la communication participative doit prendre en compte pour exister vraiment au sein du quartier. Voici quelques obstacles que nous pouvons constater lors de notre observation :

- a) les intérêts propres des organisateurs et membres du quartier,
- b) le manque d'expérience professionnelle et d'aide pour les stratégies communicationnelles,
- c) la tendance à dogmatiser et faire les choses selon un modèle prédéterminé qui étouffe la créativité et la flexibilité,
- d) l'influence de la politique locale,
- e) les médiations familiales,
- d) les médiations religieuses.

²⁷⁵ BRECHT Bertolt. *Radio as a means of communication : a talk on the fonction of radios*. Screen N° 20.1979-1980, p. 2-4, traduction personnelle.

Nous pouvons dire que l'émergence de l'expression numérique au sein des quartiers visités est pour l'essentiel non commerciale mais participative. C'est d'ailleurs le principe des plates-formes de partages de vidéos en ligne comme Dailymotion ou YouTube, souvent utilisées par les jeunes des cités pour télécharger leurs propres vidéos. Ces plates-formes ont bouleversé le rapport des ces jeunes à l'image. Au point que Howard RHEINGOLD annonce sur son vidéo blog que « dans les prochaines années, les présentations et les discussions vidéos vont envahir les cours, des jardins d'enfants aux grandes écoles. La vidéo vernaculaire est déjà en train de changer la culture populaire. Demain elle transformera nos façons d'enseigner et d'apprendre »²⁷⁶.

Le fait de regarder et de partager une vidéo ou un blog « où on veut, quand on veut » permet de nous rendre compte de la façon dont la communication participative peut s'inclure dans les plates-formes internet de partage. Quel pouvoir celles-ci impliquent-elles dans la dynamique d'un quartier ? Comment les jeunes qui fondent des collectifs ou associations pour produire médiatiquement appliquent-ils les principes de communication participative ? Nous allons répondre à toutes ces questions avec le développement et l'interprétation de chacun des produits médiatiques que les jeunes créent.

1.3.3 La position épistémologique.

La communication participative se base sur une position épistémologique modifiée. C'est-à-dire qu'elle s'enrichit « dans la rhétorique et la pratique de la libération, de l'émancipation, de la lutte, de la transformation et du changement »²⁷⁷. C'est une communication opposée à la théorie et pratique de la communication qui se limite à renforcer le statu quo et perpétue les inégalités de classe, race et genre. Cette position épistémologique est cruciale pour le développement, l'organisation et l'implantation d'une pratique modifiée, de la communication. Elle se redéfinit et revalorise les pratiques médiatiques des jeunes des quartiers tout en étant en relation avec l'identité. C'est l'interprétation qu'eux même font en relation avec ces productions :

²⁷⁶ Nous pouvons visiter son site web où il présente ses différents travaux de recherche et certains articles d'opinion. Disponible sur : <http://vlog.rheingold.com> (consulté le 17 juillet 2009).

²⁷⁷ PRADIP Thomas. Comunicación participativa para el desarrollo : premisas filosóficas. In : GUMUCIO Alfonso, TUFTE Thomas. *Antología de la comunicación para el cambio social*. La Paz : Plural, 2008, p. 670-671, traduction personnelle.

« [...] Je pense que nous avons vraiment instauré quelque chose de propre à nous [avec les films]. C'est clair quand nous regardons les commentaires et tout dans le site web...je pense que plusieurs jeunes s'identifient à notre démarche. » (Moussa, Floirac, 25 ans).

L'extrait que nous citons ici est l'exemple qui démontre que ces jeunes transcendent de plusieurs manières leur propre vision d'eux même en produisant et créant des médias « alternatifs » compréhensibles et proches de leurs propres vies. Mais, une fois de plus, ces exemples indiquent seulement que certains jeunes, par leur nature propre, ont quelques « dons » d'expression et communication. C'est là où devient intéressant le fait de créer par soi-même (si ce n'est avec d'autres) « son » film, « son » blog ou tout simplement participer avec un commentaire ou le visionnement d'un blog, d'un film...produit. Le jeune, sujet compétent, peut ainsi s'inscrire dans une volonté de créer un produit quel qu'il soit.

1.3.4 Aspects et organisation de la communication participative.

Nous avons soulevé certains points d'organisation dans le processus évolutif de la production médiatique. La communication participative se base sur une éthique organisatrice et une méthode opératoire modifiée. Il n'existe pas une organisation hiérarchisée mais informelle et démocratique. Cela implique une démarche d'accord mutuel, un compromis individuel et des efforts coopératifs. De cette manière, selon Thomas PRADIP²⁷⁸, l'exercice du pouvoir devient invisible. Mais en réalité il est commun qu'une personne, avec un caractère de « leader », domine les activités à réaliser. Ces méthodes organisatrices sont importantes pour motiver les jeunes et aboutir à une coopération dans la production médiatique.

Nous notons que c'est dans cet aspect que les jeunes créent leurs stratégies communicationnelles pour faire circuler leurs productions et aboutir à la réception ou transmission souhaitée. L'échange, pour ces jeunes, est la base primordiale pour s'inscrire dans une démarche de communication semi-participative. Cela veut dire que les jeunes n'utilisent pas totalement les outils médiatiques de manière entièrement participative au sens de Thomas PRADIP. Néanmoins ils essaient de faire participer de différentes manières et à

²⁷⁸ PRADIP Thomas. Op.Cit., p. 670.

leur échelle, les amis ou/et la famille, au sein du quartier. Nous sommes peut-être en face de deux présupposés :

- 1) Quand nous parlons d'une culture digitale au sein de ces quartiers, la technologie n'est pas un élément aussi important qu'il pourrait paraître.
- 2) En plus d'être une forme d'organisation et de production, la communication participative est, avant tout, une attitude et un positionnement éthique en relation avec les fonctions des nouvelles technologies et leur utilisation.

Ces deux présupposés se complètent. Le deuxième est un bon argument pour le premier. A la fois, le premier permet de mieux comprendre le deuxième. Ces jeunes qui vivent déjà dans une culture du partage au quotidien, ajoutent à leurs pratiques sociales le partage médiatique comme une voix qui fait écho dans l'organisation participative et médiatique dans le quartier. Parler de « médias », même s'ils sont « nouveaux », fait allusion au concept de « médias de communication traditionnelle » qui ont un rapport avec les modes de production et de diffusion déterminés : éditoriaux, chaînes de radio et télévisions, industries cinématographique et discographique, etc.

Eux, à l'opposé, se trouvent dans une culture « expressive » comme le définit bien Laurence ALLARD²⁷⁹ et c'est dans les lectures de leurs productions et actions numériques que nous percevons une culture numérique de l'échange, du partage, de la coopération. Cette culture se fragmente dans ses contenus permettant l'hyper textualité, la multi textualité, le concept de multitude en réseaux, la possibilité de partager et copier des contenus.

La participation de différents sujets pour une même production, les modes d'accessibilité, le remix ou *mashup*²⁸⁰ permet de créer les nouvelles technologies. Peut être nous trouvons-nous devant une culture du remix et du *mashup*, dans laquelle les jeunes créateurs produisent de la connaissance en réutilisant des morceaux d'autres créations, en les réinventant et en les adaptant ainsi en fonction de leurs intérêts. Une culture qui se cherche,

²⁷⁹ ALLARD Laurence. *Emergence des cultures expressives, d'internet au mobile*. Médiamorposes, 2007, N° 21.

²⁸⁰ Le terme *mashup* qui signifie « purée », « compote », a été détourné à des fins créatives pour décrire une pratique de mixage musicale qui consiste à mélanger deux titres dans un. Maintenant le *mashup* s'étend, tant dans l'informatique, avec la combinaison de plusieurs formats et/ou sources d'information, que dans la vidéo, en mélangeant des images et des sons, eux aussi de différentes sources.

en définition, vers un modèle de création collective qui se répète au sein des quartiers sensibles et par lequel celui-ci se connecte avec le monde entier.

Nous soulignons que ces nouvelles formes de communication au sein des quartiers transforment les structures d'organisations des jeunes. Considérons la fondation des collectifs ou associations que les jeunes réalisent dans leur quartier comme « En Attendant Demain » (Floirac) ou bien « Culture Urbaine du Sud » (Agen). Ces rassemblements soulignent que leur rôle majeur est joué de plus en plus grâce à la diffusion via Internet de leurs productions médiatiques, le P2P (*peer to peer*)²⁸¹ étant la base de cette large propagation.

²⁸¹ Olivier BLONDEAU définit le P2P comme un modèle de réseau informatique dont les éléments (les nœuds) ne jouent pas exclusivement les rôles de client ou de serveur mais fonctionnent des deux façons, en étant à la fois client et serveur des autres nœuds des ces réseaux, contrairement aux systèmes de type client-serveur, au sens habituel du terme. Cf. BLONDEAU Olivier. *Devenir média. L'activisme sur Internet entre défection et expérimentation*. Paris : Amsterdam, 2007.

CHAPITRE 2 : Les productions numériques de soi : entre affirmation identitaire et expressivisme.

Pour analyser et interpréter les productions médiatiques des jeunes, nous nous sommes servis des résultats issus de l'analyse sémantique des entretiens. Quatre genres de productions sont étudiés : le blog, le MySpace, le film et le téléphone mobile, ce dernier se révélant comme outil de production numérique exclusif au sein des quartiers populaires. En étudiant les manières de produire ces médias, nous voulons mettre à jour, tout d'abord, la relation avec l'espace et le temps, ensuite, les différentes médiations qui interviennent dans les subjectivités de création et expression numérique, enfin les outils créés comme vecteurs d'identités ou comme objets de transposition identitaire.

Nos observations, conjuguées à l'analyse sémantique, permettent d'établir que les productions médiatiques sont l'occasion, pour les jeunes, de multiples formes de participation dans la construction du mediascape et de l'identité des quartiers populaires. Mais l'intérêt et l'investissement ne sont pas les mêmes dans les processus de production médiatique. Il faut distinguer différentes formes d'expression des jeunes. Ils s'affirment de plusieurs manières et ceci est visible, notamment dans le positionnement en tant que producteur ou acteur de ces médias. Nous analysons ces situations qui mettent en jeu divers types d'interaction, de mise en forme, de construction, voire d'originalité, avec les outils numériques. Les actions numériques des jeunes sont significatives : réfléchies, construites, changées, explorées, étudiées.

Les productions que nous allons présenter, nous parlent de l'intime et de « l'extime » des jeunes. Ce jeu entre le soi intérieur et le soi extérieur est encadré par les doubles enjeux de la complexité et de la réduction (solidité/liquidité). Nous parlons donc d'une identification plurielle et instable. C'est pourquoi, le processus de création met les individus face à une tâche d'intimidation qui suit un mouvement circulaire. Selon Zygmunt BAUMAN « l'expression de l'identité, implique les tâches qui ne peuvent jamais être achevées dans un « temps réel », mais qui sont assumées pour pouvoir atteindre l'achèvement en temps et lieu, dans l'infini »²⁸². Nous démontrons avec toutes les productions médiatiques étudiées, que

²⁸² BAUMAN Zygmunt. *Identity : Conversation with Benedetto Vecchi*. Cambridge : Polity, 2004, p. 11, traduction personnelle.

cette construction identitaire ne prend jamais fin. Elle se construit tout au long des processus dans un espace de communication continu dont l'identité est l'un des maillons des technologies numériques. Ce chapitre s'attache à approfondir le sens de l'expressivisme numérique dans deux dimensions : dans la première il s'agit des contenus créés en propre (film fait par eux-mêmes, blog rédigé de leur propre main, chanson de Rap fait entièrement par les jeunes, etc.) et dans la deuxième il s'agit des contenus qu'ils font leur, en copiant-collant un lien, en republiant des vidéos, etc. qu'ils apprécient. S'exprimer avec ces deux dimensions semble signifier pour ces jeunes, s'exercer à éprouver différentes réponses à la question « qui suis-je ? » comme l'a aussi noté l'étude du *Digital Youth Project*²⁸³.

²⁸³ ITO Mizuko, HORST Heather et alli. *Living and learning with New Media : Summary of findings from the Digital Youth Project*. MacArthur Fondation. Disponible sur : <http://digitalyouth.ischool.berkeley.edu/files/report/digitalyouth-TwoPageSummary.pdf> (consulté le 14 janvier 2009).

2.1 Les blogs : production réflexive de soi ?

Tout au plus âgé d'une dizaine d'années, le phénomène blog connaît aujourd'hui une ampleur considérable. Les quartiers qu'on a visités se voient aussi dans une démarche d'appropriation de cet outil. Selon nos données 70% des jeunes enquêtés ont un compte sur Skyblog. En France les « Skyblogs » revendiquent plus de vingt millions d'utilisateurs²⁸⁴. Cet outil a envahi le paysage numérique au point que parmi les 15-24 ans neuf internautes sur dix le connaissaient déjà en 2005²⁸⁵. Ces jeunes deviennent de plus en plus visibles dans les blogs. Le jeune producteur, pour exister, doit se soumettre aux règles du jeu : « pour exister je dois m'inscrire dans un réseau de blogs, et donc *mon* produit communique avec les *autres* produits ».

Nous avons constaté lors des entretiens que les pratiques informatiques les plus fréquentes sont celles de la messagerie instantanée (MSN) et des blogs. Lorsque, cherchant à spécifier les actions numériques des jeunes, nous nous demandons comment ces jeunes font passer, grâce aux outils offerts par le blog, leur activité communicationnelle les conduisant à de nouvelles formes de participation et interaction, nous faisons référence à l'action numérique, à l'activité communicationnelle que ces jeunes entreprennent au quotidien. Les actions numériques peuvent avoir des rapports différenciés au sein de leur quartier :

- un rapport au monde objectif,
- un rapport au monde social (médiation institutionnelle, sociale),
- un rapport au monde narratif (médiation individuelle).

A chacun de ces rapports, qui font écho au triple référent identitaire que nous avons évoqué dans le cadre théorique, correspond un mode d'homologation identitaire. Cependant, dans le processus de production d'un blog, les actions numériques s'imbriquent avec des différents éléments relevant à la fois du cognitif, du social et surtout de l'ordre expressif. Le paradigme de l'expressivisme se fait présent dans les actions du jeune blogueur. Ce jeune propose une vision propre de ces médias. Avec ce paradigme nous essayons de démontrer deux aspects des actions numériques du jeune en question. Pour la première, il s'agit d'une posture non moralisante sur l'utilisation du blog. Nous avons observé très peu de « violence

²⁸⁴ Selon un classement effectué par comScore, le Skyblog a 9,4 millions de visiteurs et selon le site lui-même il y a 26 845 600 blogs. Disponible sur : <http://www.comscore.com/> (consulté le 17 juillet 2009).

²⁸⁵ Médiamétrie-Expertises et Services. En ligne, 2^e trimestre 2005. Disponible sur : <http://www.mediametrie.fr/innovation/pages/technologies-au-service-du-recueil.php?p=7,117,125&page=80> (consulté le 20 juillet 2009).

virtuelle » (terrorisme, hackers, prédateurs sexuels, etc.) dans les actions qu'ils prennent pour leurs blogs. Or cette violence existe au sein des productions, à petite échelle, nous y reviendrons avec des exemples précis. Pour la deuxième, il s'agit d'une posture expressive et créative, c'est-à-dire que ce jeune propose quelque chose d'authentique, qui est complémentaire à son univers. Il est en train de créer une ambiguïté entre un « individualisme du partage » qui veille aux connexions numériques et une « production expressive » qui tire bénéfice du web.

Pour reprendre les mots de Howard RHEINGLOD²⁸⁶ il mentionne que les outils de la création sont de nos jours dans les mains des « natifs digitaux », ce qui veut dire que ces jeunes sont nés dans une ère digitale où ces technologies se voient utilisées dès un très jeune âge. C'est ainsi que la culture jeune des quartiers populaires acquiert une autonomie « souple » dans ses communications. On peut citer par exemple l'utilisation de divers logiciels ou plates-formes Internet, que les jeunes utilisent pour raconter un fait. Les diaporamas photographiques, les montages vidéo sur YouTube ou Dailymotion avec des logiciels qui ne sont pas d'un niveau professionnel : Windows Movie Maker, Photo Editor sur l'ordinateur. Parfois, ils retouchent vidéos et photos dans leur propre portable en les passant directement sur le web. C'est sous cette forme que les jeunes racontent un événement précis de leur quotidien. De telles appropriations narratives sont en train de nous montrer comment ces « natifs digitaux » expriment leur propre vision du quotidien.

Dans le graphe suivant nous pouvons regarder quelles sont les relations sémantiques autour du mot blog et les rapports avec l'Internet. Nous remarquons qu'il existe une forte prégnance de l'utilisation des supports MySpace, Skyrock et à l'intérieur, la musique est très présente comme support d'expression médiatique. Nous voudrions ainsi approfondir les deux types d'appropriation iconique que nous retrouvons dans les actions numériques pour réaliser un blog : le remix ou *mashup* audiovisuel et l'auto-production audiovisuelle. Dans la première action, les jeunes utilisent une base audiovisuelle qui circule déjà sur le net (cela peut être des clips, photos, journaux télévisés, etc) qu'ils retouchent en ajoutant par exemple une voix, des commentaires, en changeant la tête des personnages, en sous-titrant des morceaux télé, etc.

²⁸⁶ ALLARD Laurence. Op.Cit., p. 9.

Ces jeunes cherchent avec le *mashup* à créer une parodie du paysage mass-médiatique en lui redonnant une nouvelle lecture propre et authentique en sortant des discours dominants. Ce sont des produits « faits maison » qui illustrent les relations et interconnexions que ces jeunes suscitent avec ces actions digitales. Les jeunes alors ré-agencent différents discours mass-médiatiques en proposant leur expression culturellement hybride. Laurence ALLARD nous rappelle, dans une étude qu'elle a réalisée sur les blogs pendant les émeutes de novembre 2005, que la « racaille digitale regarde aussi la télévision et se réapproprie le récit médiatique, ses images, sa chronologie sans remettre en question la réalité même de l'événement. Copiant-collant les médias, les skybloggeurs surexposent leur propre actualité médiatique, performant leurs actes de bravoure, telles ces pages alignant des voitures brûlées »²⁸⁷.

C'est justement dans ces actions numériques, représentations des pratiques sociales, que les jeunes reconfigurent leur propre univers médiatique en créant leurs autoproductions audiovisuelles. Les images que ces jeunes créent à partir de l'utilisation de leur portable ou d'une autre technologie numérique, ne sont pas seulement des images pour « regarder », se sont des images qu'ils produisent et qu'ils veulent partager dans leur blog.

Cette configuration des actions numériques nous montre que ces jeunes sont en train de changer la situation de communication. C'est-à-dire que la prise en compte du contexte et de la participation reformule les modalités d'analyse de ces actions en les comprenant comme des médiations de l'identité d'un jeune. Il est nécessaire de savoir que l'environnement a un impact sur les actions des producteurs, sans quoi l'action perd sa spécificité. Donc, pour comprendre ces productions audiovisuelles, il est nécessaire de prendre en compte la situation de communication, en d'autres termes, les médiations.

²⁸⁷ COIC PIALA. *Entretien avec ALLARD Laurence*. La lettre des pôles [en ligne] n° 7, 2007. Disponible sur : http://www.clermont-filmfest.com/03_pole_regional/newsletter/img/lettredespoles/lettre7.pdf (consulté le 5 mai 2009).

2.1.1 Verbes-actions de l'Internet.

Nous pouvons voir dans le graphe 3 certains verbes qui se répètent très fréquemment : connaître, trouver, rentrer, passer, télécharger, regarder et préférer. Ces verbes représentent des actions envers l'Internet. Nous pouvons remarquer la quantité de fois où ces verbes se répètent au cours des entretiens. Ces verbes englobent aussi une continuité. C'est-à-dire on sous-entend qu'un jeune réalise ces actions dans différents scénarii. Actions du faire et du défaire, le jeune de quartier privilégie ces actions en se les appropriant avec des logiques particulières pour ainsi, donner naissance à un blog.

Cela veut dire que l'Internet et les blogs sont liés avec des verbes-actions qui nous parlent d'un ancrage digital qui poursuit le verbe : Télécharger Quoi ? Quand ? Par quel biais? Regarder quoi ? Quand ? Combien de temps ? et nous pourrions nous poser les mêmes questions pour tous les verbes. Toutefois, nous voudrions remarquer que ces verbes sont les synonymes d'une nouvelle culture jeune post-massive, qui reflète une libération du pôle de l'émetteur, surnommé pour nous, producteur ou acteur. Ces jeunes peuvent, avec des ressources minimales pour produire, faire circuler de l'information sans « autorisation » dans le monde entier. Ces verbes illustrent bien cette culture post-massive qui a changé. Au lieu d'être un pôle émetteur et consommateur, le jeune s'inscrit dans une auto-connexion et une auto-production. A une grande échelle il est en train de reconfigurer l'industrie culturelle et ses piliers fondamentaux.

Ces verbes nous parlent aussi du rapport direct avec le Web 2.0 qui englobe non seulement les blogs ou microblogs mais aussi le Podcast, Wiki, YouTube, etc. Ils nous permettent d'avoir un panorama de l'univers dans lequel ces jeunes peuvent vivre : l'ajout de photos, vidéos, plans, graphes, entre autres, donne une mobilité propre aux blogs. Les différents systèmes permettent d'envoyer une vidéo en direct à partir d'un portable pour un blog comme par exemple *Flixwagon*²⁸⁸ ou *QIK*²⁸⁹, ou bien les nouveaux softwares inclus dans les mobiles intelligents comme la 3G²⁹⁰.

²⁸⁸ Flixwagon est une solution d'enregistrement vidéo en direct à partir du téléphone mobile vers le web. Disponible sur : <http://www.flixwagon.com/> (consulté le 31 août 2010), traduction personnelle.

²⁸⁹ Qik est un logiciel qui permet de partager vos vidéos sur un service en ligne du même nom. Il dispose même d'un mode permettant de diffuser des vidéos en temps réel ou presque. Disponible sur : <http://www.igeneration.fr/tags/qik> (consulté le 31 août 2010).

²⁹⁰ Selon l'Universal Mobile Telecommunications System (UMTS) la troisième génération ou 3G désigne une norme de technologie de la téléphonie mobile. Elle permet des débits plus rapides lors de son utilisation. Pour plus d'information se référer à : <http://www.telecomspace.com/3g-umts.html>

Ces outils révèlent un ancrage dans l'« espace lieu », créant ainsi la possibilité d'être témoins, en direct, d'événements, importants ou triviaux, d'échanger des informations et de renforcer la gestion communautaire du temps et de l'espace dans la vie quotidienne du jeune. A ce propos, nous avons observé comment le seul jeune qui possédait un mobile *Iphone* faisait part de sa « conquête digitale » en envoyant des vidéos en live à ses amis de toute la France. Après nous avons su que le portable avait été volé en Espagne et que le forfait appartenait à une personne de la famille qui travaillait chez Bouygues.

2.1.2 Temporalités dans la production d'un blog.

Dans les productions numériques, nous trouvons deux caractéristiques temporelles :

- 1) la fugacité,
- 2) la permanence.

Ces deux caractéristiques nous parlent de deux évidences qui se répètent lors de nos observations. L'Internet joue un rôle précis dans la production des blogs, lui, étant déjà un média « rapide » par définition. Or, dans une des ses nouvelles évolutions, l'esprit d'Internet accentue les temporalités avec des faits, des actions de confortement de l'intimité des jeunes. Les témoignages lors de nos observations se multiplient et sont absorbés dans une trilogie : producteur-temps-produit.

Ces relations commencent à apparaître comme des phénomènes de reconnaissance temporelle, c'est-à-dire que les faits (réels) s'entrecroisent entre eux, créant ainsi des effets de proximité entre ce qui est de l'ordre de l'espace public et ce qui est de l'ordre de l'espace privé. Eric MACE souligne que ce serait mieux de parler de la « sphère publique »²⁹¹ au lieu d'espace public, lui-même étant contesté largement et historiquement par des groupes exclus. Les jeunes des cités placent non seulement une

²⁹¹ MACE Eric. Mouvements et contre-mouvements culturels dans la sphère publique et les médiacultures. In : MACE Eric, MAIGRET Eric. *Penser les médiacultures*. Paris : Armand Colin, 2007, p. 45.

logique temporelle dans leurs usages numériques, mais aussi des actions qui transgressent la sphère publique.

La production du blog, fait intime, accompagne et renforce un double mouvement de privatisation de la sphère publique et de publicisation de l'espace privé. Ces jeunes sont devant un amalgame de « vie privée publique », en instaurant un temps et des actions précises selon leurs besoins. Avec les exhibitions des sentiments, la narration de soi et l'exposition publique du relationnel, la temporalité conjugue au blog, joue le rôle de régulatrice ou distributrice de l'interrelationnel. C'est ainsi que le jeune des quartiers populaires, construit ses produits numériques, en agissant sur ce qui est de l'ordre public et en l'ajoutant à son schéma privé. La conjugaison de l'un sur l'autre contribue à construire une reconnaissance médiatique, mais aussi comme nous le verrons en suivant, une reconnaissance individuelle. Pour cela il faut souligner que ces deux types de temporalités que nous avons dégagées lors de nos observations, sont l'exemple d'une mobilisation médiatique symbolique, qui se réfère à l'introduction des « nouveaux mouvements temporels » de la scène publique.

La fugacité fait surtout référence à des messages qui se créent à l'instant. A des *post* qui ne nécessitent pas beaucoup de travail, s'agissant d'un copier-coller d'un autre blog ou de sites du genre : YouTube ou Dailymotion. Mais ces créations numériques de soi, sont parfois soumises à une série d'événements qui prennent une place très importante dans la consommation et la production médiatique des jeunes. Lors de notre présence au quartier de Saragosse à Pau, nous avons constaté que le phénomène de réappropriation des images, discours, textes sur un thème qui englobe le monde des cités, est très présent.

Nous faisons référence à l'accident des jeunes Moushin, 15 ans, et Larami, 16 ans qui ont été tués accidentellement par la police le dimanche 25 novembre 2007 dans leur commune de Villiers-Le-Bel dans la banlieue parisienne. Une voiture de police percute la *pocket-bike* des deux jeunes puis les écrase avant de s'arrêter. Les policiers appellent des renforts et le SAMU puis partent dès l'arrivée de leurs collègues pour éviter d'être pris à parti par les habitants de la ville, laissant les deux jeunes sur la route. A l'arrivée du SAMU, Moushin et Larami sont décédés. Les médias dévoilent quelques témoignages des habitants du quartier et d'autres versions dites officielles. Cette nuit là, des voitures et

des bâtiments brûlent, pour « rendre justice », sur Paris et d'autres villes. A Pau la violence s'est déclenchée avec deux voitures brûlées aux quartiers Ousse des Bois.

Les jeunes de Saragosse ont regardé sur Internet plusieurs fois les blogs des jeunes de la cité de Villiers-Le-Bel, ainsi que les résumés des JT, les vidéos postées sur Dailymotion et YouTube. Nous avons vérifié que ces jeunes s'identifient à ces types de problématique. Certains d'entre eux visitent les sites de Moushim lui-même²⁹² et postent leur commentaire. Oscar par exemple a écrit :

« Frero le 64 est avec toi ! ».

Après cette action il continuera à lire tous les autres commentaires sur le blog, nous les citons tels quels :

« Tes histoire, tes conseil, tes blague, tes insulte, tes coup, tes 'je t'aime ma femme' avec un grand lol me manke. Je t'aime mon frère. »
« Frere fo te vengé acoze de c fils de pute, encore une otre perle est parti de notre guetto. Ke dieu te garde ».
« T parti tou le college de St Exupéry été en larme, meme le prof, on c aussi que tu lira jamai ce message ».
« Sa me rapele toutes les rime ke tu fesser, les combat de rime kon fesser, défoi tu gagner, défoi tu perdre, mai a chake foi on recommençait.../... Toi et Laramy vous nous mankeré ».

C'est de cette manière que la fugacité se fait présente dans la création ou production numérique des jeunes. Cela nous indique que selon l'événement médiatisé, dans ce cas celui qui concerne un jeune de cité, les jeunes activent leurs réseaux digitaux via leurs propres blogs en s'identifiant à un phénomène commun à leurs yeux.

Ce jour là les jeunes de la cité Saragosse et certains d'Ousse des Bois voulaient préparer une soirée « chaude ». Brûler des voitures en symbole de protestation, c'est commun dans les cités. C'est un moyen de se faire voir et écouter, plus que les blogs, me disait l'un d'entre eux. Néanmoins l'inspiration ils la trouvent ailleurs, la plupart du temps via les médias. Trois voitures ont été brûlées cette nuit là. Deux sur Ousse des Bois et une sur la cité de Saragosse. Personne n'a été blessé et ces manifestations de colère n'ont pas

²⁹² Le site <http://moushin-laramy.skyrock.com/> est encore en ligne rappelant que le jeune est encore « vivant » et que sa mort ne sera jamais oubliée.

dégénéré en affrontement avec les forces de l'ordre. La dimension médiatique devient réalité en se concrétisant avec des actes, parfois très violents. La temporalité, fugace, qui se fait présente avec ces types de nouvelles, renouvelle constamment la vision des jeunes sur leurs cités et leurs propres identifications. Le temps devient un allié intime de ces jeunes en jouant sur les différentes dimensions sociales où le jeune interagit quotidiennement. Cela nous a permis de voir les différents sites auxquels ces jeunes allaient pour cet épisode, des sites d'hommage, pétition, intimité amicale, etc... dédiés à ces deux jeunes, protagonistes et héros pendant quelques instants²⁹³.

La permanence, qui se voit conjuguée à l'hypervisibilité que le jeune crée à partir des faits réels, évoque aussi le fait de vouloir être vu et reconnu en permanence. Ces deux types de temporalités dans la construction d'un blog se poursuivent en créant une circularité dans le fait productif. Dans l'appropriation de la sphère publique par la privée, nous voyons des changements constants et qui ne se répètent pas au sein des différents quartiers. Nous allons citer quelques exemples pour expliquer notre point de vue sur la permanence dans la construction d'un blog.

Les actions qui se sont créées à partir de l'accident des deux jeunes auparavant cité, met en évidence de nouveaux phénomènes de reconnaissance face aux produits médiatiques et ils s'articulent avec une autre trilogie : fugacité-proximité-simplicité. Ici le jeu de l'identité sociale avec celle créée comme producteur de médias se marie très bien avec la temporalité « permanente ».

Nous avons vu que les différents rappeurs qui créent leur blog, leur MySpace, cherchent une transcendance dans le temps avec une certaine permanence, du fait que

²⁹³ Le blog de Laramy géré par un de ses amis il est disponible sur : <http://moushin-laramy.skyrock.com/> Ainsi que celui de Chamo disponible sur : <http://chamo6.skyrock.com/>. Un autre site qui a été créé par une copine de classe comme hommage à la mort d'un des jeunes. Disponible sur : <http://x-hommage-chamo-x.skyrock.com/>. Nous avons aussi observé que nos enquêtés regardaient aussi les vidéos produites et faites par les autres jeunes de la cité concernée. Ces vidéos nous parlent beaucoup plus que celles qui ont été téléchargées des JT officiels auxquels les jeunes ne font plus confiance. Les exemples sont clairs : une des vidéos postée sur YouTube et réalisée par un jeune et sa *handycam* pour interviewer un des témoins il est disponible sur : <http://www.youtube.com/watch?v=xg7aD3p59-E> ; une autre, qui a été filmée tout de suite après les décès, montre la plupart des jeunes du quartier qui marchent pour « avoir justice » disponible sur : http://www.dailymotion.com/video/x3lw0v_261107-marche-a-la-memoire-de-laram_news

c'est un moyen écrit, sonore et iconique que le groupe ou soliste peut contrôler. Les réseaux en ligne servent de facteurs basiques pour la démultiplication des « amis » et cela permet au jeune de constituer une interactivité, donc une permanence « on line ».

La permanence donc, se fait présente dans le partage, dans l'activisme numérique quotidien des jeunes. Le jeu de mettre en ligne, de partager leurs propres images dans la sphère publique donne sens à l'action performative des acteurs, qui sont à la fois des producteurs et des consommateurs. Parfois la permanence se concrétise avec la quête, presque encyclopédique, de quelque chose de « plus réel ». Nous le voyons très bien avec les productions filmiques de Khalid et Khaled sur Agen²⁹⁴ et celles d'« En Attendant Demain »²⁹⁵ sur Floirac. La permanence de ces films sur le net fait d'eux une force de production culturelle. Ces sont donc des véhicules d'autoreprésentation et narration adaptés à ces jeunes. Nous développerons ces exemples plus tard.

Par ailleurs, un message dans un logiciel de messagerie instantané ne dure pas longtemps, c'est fugace, dans la mesure où les jeunes le considèrent comme un moment de chat :

« Quand on est sur MSN (Messenger) c'est toujours vite. On se raconte des petites conneries, ce qu'on a fait au collègue, on se passe des photos, des clips, des devoirs [...] En plus on écrit vite, on se rend pas compte de la vitesse [...] c'est un peu comme quand on envoie des messages avec le portable, quand on a acheté une carte ça dure pas. Ça va vite [...] » (EPR Carole, 18 ans, Pau).

On peut de cette manière mieux comprendre les deux dimensions temporelles, **permanence** et **fugacité**, dans la construction d'un blog. Cette diachronie, se comprend dans une sphère publique qui met en évidence un temps imprécis rempli d'affect et de faits identificatoires. Nous avons vu avec ces exemples que le temps vécu est plus un temps de réconfort identitaire, de quête de soi et de subjectivité. C'est une arène symbolique que les jeunes reprennent pour réinterpréter, contribuer et légitimer les actions numériques mises en place.

²⁹⁴ Annexe N° 7. Mashup Khaled. CD joint.

²⁹⁵ Annexe N° 8. Dernier film d'« En Attendant Demain ». CD joint.

2.1.3 Les médiations sur le blog et l'Internet.

Nous repérons, dans les graphes 3 (p.243) et 4 (p.254), deux médiations importantes :

- 1) L'école, représentée par le mot « lycée » avec 143 occurrences (graphe 3).
- 2) La famille, représentée par les mots : « maison » (110 occurrences), « foyer » (5 occurrences), « chez moi » (111 occurrences), regroupés dans le Repère A du graphe 4.

Ce qui est intéressant de montrer ici c'est la présence sémantique de ces termes qui nous renvoient aux actions que ces jeunes réalisent sur Internet, chez eux et au lycée. Cela veut-dire que ces médiations, difficilement observables sur les terrains, se révèlent différentes. Nous avons vu que ces jeunes utilisent Internet notamment dans les institutions d'accueil. Nous avons assisté très rarement à des séances d'observation dans l'intimité de leur maison. Il s'avère maintenant que l'usage de l'Internet est présent dans ces espaces-là.

Ce qui veut dire qu'en dehors de l'investissement de ces jeunes dans leur quartier, il existe une forte présence de ce média au sein de ces médiations. Notre triple référent de l'identité²⁹⁶ se voit donc conditionné aussi par cette présence. Ce rapport, très peu abordé dans les rencontres, se révèle tout à fait intéressant pour notre analyse : la famille est au centre d'une de nos premières hypothèses.

2.2 Le processus de médiation dans la production médiatique de soi.

Comprendre la production médiatique du jeune c'est comprendre un processus qui anticipe et poursuit l'action numérique qu'il met en place avec une technologie. Comme telle, la production médiatique est un processus long et « médié » dans lequel le jeune, à la fois producteur et acteur, appartient à une famille, est ou a été scolarisé. Ses productions sont une symbiose de l'apprentissage qu'il a réalisé dans ces différentes institutions. De la même manière, ce que le jeune « prend » de cette production se répercute dans ses apprentissages et interactions dans d'autres scénarii sociaux.

²⁹⁶ Se référer au Cadre Théorique. Chapitre 1, p. 73-77.

Le jeune ne se mesure pas à la création médiatique avec une pensée vierge, ou les « absorptions » que les autres médias lui proposent. Au contraire, devant l'acte de production médiatique, avant de le faire et après, il existe diverses négociations. Le produit de ces négociations peut être l'approbation, le refus ou la contre-proposition des messages qu'il diffuse.

Devant l'ordinateur, par exemple, il existe une première appropriation du message à transmettre, néanmoins il n'est pas définitif et il peut se modifier *a posteriori*. Nous l'avons vu constamment dans les manipulations que le jeune réalise quand il est en ligne. Il change, par exemple, de statut sur son blog, efface des photos, des vidéos et en télécharge d'autres, personnalise sa page d'accueil, etc. Ainsi, ces changements sont partagés virtuellement avec ses amis, mais ce que nous avons constaté, c'est que le jeune prend cette appropriation initiale au sein du groupe de pairs soit dans le quartier, à l'école ou au travail. Là se créent donc de nouvelles appropriations à travers le dialogue et les échanges.

Les décisions sur le temps qu'il va consacrer à la création et production d'un blog, au téléchargement, mise à jour ..., rendent compte d'une certaine manière d'interagir avec ces produits. Au delà d'être des décisions spontanées et isolées les unes des autres, elles résultent de pratiques de médiations (ou de leur absence) exercées par la famille, l'école, les amis. Elles sont aussi l'objet de négociations entre le jeune et ceux qui l'entourent. Ces décisions : le choix de créer un produit médiatique de manière individuelle ou collective, le fait de prêter attention à ce qui se passe lors de la production médiatique ou la réalisation d'autres activités lorsqu'on crée quelque chose, ce sont des pratiques appréhendées. Cela veut dire que ces pratiques sont produites dans le temps et même si elles sont conditionnées avec certaines spécificités, elles ne sont pas totalement déterminées et peuvent se modifier.

Nous avons vu l'exemple des animateurs qui interdisent certaines vidéos publiées dans les blogs. On peut évoquer d'autres exemples comme celui de Kathia, de la cité de Tapie à Agen, qui a été menacée sur son blog par plusieurs garçons de la cité de Montanou, ou celui d'Ilham, sur Bègles, qui a été obligée de fermer son compte Skyblog parce que son père avait découvert les photos de sa fille sur Internet.

Tous ces exemples nous parlent d'une présence « autre » dans l'élaboration d'un produit médiatique. Le jeune assigne différents référents à cette élaboration et négocie sur différents niveaux, ces référents donnant naissance ainsi à des « stratégies » de production. Ces stratégies servent non seulement à une « mise en place » des produits mais aussi à la valeur que ce jeune acquiert avec le produit.

2.2.1 La médiation familiale dans la production numérique.

Les jeunes des quartiers populaires, en tant que sujets en socialisation, sont l'objet de différentes médiations dans leur développement en général et dans leur production médiatique en particulier. Précisément pour leur tranche d'âge et leur statut social, la majorité des médiations se réalisent dans leur famille, quartier et école. Celles-ci sont les scénarii où les jeunes, régulièrement, interagissent.

A partir du graphe 4 présenté ci-après, nous accentuons les interprétations de ce croisement entre la famille (repère A), la circulation médiatique (repère B) et la production médiatique (repère C).

Ces trois relations se font évidentes lors des observations. Nous les confirmons par le biais des EPR réalisés. Avec ces repères, nous pouvons observer quels sont les champs sémantiques qui nous rapprochent le plus de la médiation familiale dans les productions médiatiques. L'étroite relation entre la circulation médiatique et la production elle-même au sein de cette médiation répond aussi aux questionnements de la participation et non participation de la famille, dans les productions médiatiques des jeunes.

Omniprésents, les outils numériques au sein de la famille se positionnent comme des outils d'information. Néanmoins, ils conditionnent, modifient et déterminent les modes de productions numériques que ces jeunes réalisent. Ces outils numériques (notamment l'ordinateur et le téléphone mobile) se situent au centre de certaines préoccupations et besoins familiaux. Nous allons présenter le développement de ce graphe dans les pages suivantes en essayant de l'illustrer avec des exemples d'observation participante et nous verrons ainsi le lien avec l'analyse sémantique.

Selon nos observations nous pouvons certifier que les jeunes passent plusieurs heures au sein de leur famille, contrairement à ce que nous avons cru au début de notre recherche. Ils déjeunent à la maison et restent plusieurs heures dans leur foyer (selon nos observations, jusqu'à ce que les Centres d'accueil ou de loisirs s'ouvrent c'est-à-dire entre 16h et 17h), ainsi que la nuit : ils dînent chez eux et sortent après le repas pour se retrouver en bas des immeubles.

Pour les filles, en général, cela change en fonction de leur scolarisation. Pendant la nuit très peu d'entre elles se retrouvent hors de la maison. J'ai rencontré quelques filles la nuit dans le quartier de Floirac et une fois, pas plus, à Bègles. Cela veut dire qu'il y a des moments où les jeunes sont en train de se servir de leurs outils numériques à la maison. Cela nous permet d'affirmer qu'une première médiation, dans le processus de production médiatique, est la présence effective des membres de la famille dans le foyer. Nous le voyons bien dans les photos de leurs petits frères et/ou sœurs ou cousins, mais pas de photos des parents parce qu'ils gardent un respect envers eux et à ce propos, Tarik nous disait : *« c'est inscrit dans la culture arabe, nous ne prenons pas de photos de nos parents... c'est comme ça »* (EPR Tarik, 19 ans, Floirac).

L'entourage familial peut influencer ainsi la quantité d'exposition devant l'ordinateur pour la production (repère B - circulation médiatique). La présence de la mère ou du père ou même de certains frères ou sœurs lorsqu'ils utilisent l'ordinateur, ouvre la possibilité aux commentaires ou jugements sur ce qu'il est en train de faire, écouter, etc. Cela implique un détournement dans une appropriation personnelle ou intime de son produit. Nous citons trois extraits des entretiens qui nous parlent de cette médiation :

Extrait n° 1

INT : Et vous avez l'internet ?

M : Oui, mais c'est pile dans l'entrée, c'est pas pratique. T'es en train de parler, tout le monde te voit, donc j'y vais pas souvent...j'aime être tranquille.

INT: Si t'avais ton ordi dans ta chambre ?

M : Oui, je pense que j'irais tout le temps...

INT: T'as MSN ?

M : Oui, mais c'est par rapport à ça justement. Ma mère elle me voit et elle parle tout le temps [...] (EPR, Marion, 20 ans, Floirac).

Extrait n° 2

INT : T'as l'impression que vous ne vivez pas du tout la même chose finalement ?

KD: Beh non ça a rien à voir.

INT : Donc, tu ne te confies pas du tout à tes parents ?

KD: Mais non, moi et mes parents, je dis ce qui est essentiel, moi mes parents...En fait la vie, la vraie, c'est pas, c'est pas, les petits, chez nous ça existe pas, les crises d'adolescence, les trucs comme ça. Ça existe pas hein, c'est ou tu marches tout droit, ou tu marches tout droit. Il y a pas d'autre chose, c'est comme ça, je vais pas aller leur raconter des choses...c'est comme si je venais vous parler de Barbie et de Ken, vous en avez rien à faire hein ? Qu'ils comprennent ce que je fais avec l'ordinateur ? c'est comme si j'leur parlais de Kinder Surprise et tout. Ils s'en foutent eux. Ils n'ont pas besoin de ça « va à l'école et tais toi » voilà, point. Mais j'aime bien ça, c'est mieux, il y a pas mieux, c'est simple. (EPR, Khalid, 16 ans, Agen).

Extrait n° 3

INT: En revenant à notre sujet...ton père il te demande ce que tu fais sur Internet ?

B : Déjà mon père quand j'y vais sur MSN il me dit : tu chates là ? je lui dis non je parle avec mes amis, on se donne rendez vous...après on parle avec mes amis...mais il me dit, va les voir tes amis...je lui dis, papa comment tu veux que je le fasse quand ils habitent très loin, quoi. Après il est un peu plus confiant quoi. Avant il comprenait que dalle quoi ! (EPR, Bénacher, 17 ans, Talence).

Nous pouvons voir comment la famille aussi pose un regard sur les nouvelles manières de s'approprier ces technologies. L'ordinateur, dans la maison, prend une place de plus en plus importante. Non pas par les pratiques qu'on peut réaliser à partir de la machine, mais comme un objet qui transgresse la culture de certains parents. Ces différences s'accroissent avec les nouvelles technologies.

De plus en plus, au sein de ces familles, la communication change à partir du moment où un ordinateur et Internet entrent dans la maison et elle devient une variable déterminante de cette pratique médiatique. Nous allons citer deux exemples précis sur deux familles au sein desquelles j'ai passé beaucoup de temps, toute la durée de l'observation sur ces terrains.

Une famille à Thouars qui a une connexion Internet équipée avec satellite en plus des chaînes et une famille à Bègles qui n'en possède pas. Toutes les différences se jouent autour de l'utilisation de l'ordinateur et d'autres pratiques médiatiques.

Dans la famille de Bègles, le modèle communicatif était plus de type « pragmatique », c'est-à-dire qu'il existait une communication dont la prédominance et l'échange d'idées et de concepts sont basés sur le quotidien. Tous, mais en particulier les enfants, ne regardent pas trop la TV et ne possèdent pas un téléphone portable. Et au moment où ils regardaient la TV, vu qu'il n'y avait pas d'ordinateur, ils étaient plus sélectifs avec la programmation. En général ils ne sont pas très satisfaits de regarder la TV comme forme de loisir.

Au contraire dans la famille de Thouars, où la communication est plus de type « social » c'est-à-dire moins orientée vers l'échange de concepts mais plus réceptive aux idées et nouvelles coutumes, il est évident que tous les membres de la famille utilisent l'ordinateur (à leur échelle), ils regardent plus la TV (elle était toujours allumée) et leurs dialogues portent sur la programmation de TV, le chat MSN, le blog du « x » ou « y », le dernier clip sur YouTube...

Les incidences sur les modèles familiaux changent au sein des familles. Nous avons choisi ces deux familles pour montrer aussi qu'il existe une espèce de « discipline » que les parents transmettent à leurs enfants. Certainement la famille de Bègles emploie un type de discipline « inductive », ils convaincront les enfants que les « médias » sont des « déformateurs de la réalité » que *« l'Internet ne sert à rien, juste à dépenser des sous »* comme la maman me disait. Ainsi les enfants selon elle, seront moins sensibles aux messages des programmes télévisés, aux effets des jeux vidéo, Internet, etc.

Au contraire dans la famille où le modèle disciplinaire est plus de « sensibilisation » c'est-à-dire plus répressif avec des punitions et avec moins de raisonnement, les enfants ont tendance à accorder plus de confiance aux médias et interagir beaucoup plus avec eux. La perception familiale de son rôle de médiateur devant l'ordinateur est un facteur important qui définit les pratiques de médiation dans la production médiatique des jeunes.

Nous venons de voir comment les différentes familles interviennent dans les pratiques médiatiques en général. Quand il s'agit de la production, les échelles d'intervention peuvent s'élargir (repère C - production médiatique, graphe 4). De cette manière nous pouvons distinguer quatre types de familles qui interviennent au sein de ces productions :

1. Les familles permissives, qui ne se préoccupent pas de ce qu'ils font ou ne font pas avec ces outils numériques.
2. Les familles dont la préoccupation centrale est axée sur l'utilisation des médias en général (notamment les outils médiatiques). Ces familles connaissent les différentes pratiques médiatiques que les jeunes réalisent dans le quartier et ailleurs.
3. Les familles qui assument une attitude active et qui se préoccupent de jouer un rôle explicite « d'éducation aux médias ». Par exemple elles vont faire des commentaires sur ce que les jeunes font devant l'écran d'ordinateur. Elles peuvent aussi les amener à une réflexion plus élargie sur l'usage de l'Internet.
4. Les familles répressives qui contrôlent tout ce qui se passe autour de l'ordinateur et les membres de la famille ont des horaires fixes pour naviguer sur Internet par exemple.

Selon ce type de classification, les familles du type 1 et 2 sont celles qui exercent une pratique moins médiatrice.

Les familles du type 3 sont en général plus effectives et ouvertes dans l'exposition des jeunes devant l'ordinateur.

Les familles du type 4 contrôlent non seulement l'accès aux médias au sein de la maison mais aussi en dehors d'elle. C'est le cas justement d'Ilham que nous avons déjà citée, qui vit au sein de ce type de famille, qui a réalisé son blog en cachette mais qui, lorsque son père a su par d'autres personnes qu'elle avait un site personnel, a été punie avec interdiction d'utiliser Internet pendant plusieurs jours.

Il ne faut pas oublier de mentionner la famille d'Ornella sur Thouars, dont la mère ferme sa chambre à clé de façon à interdire aux enfants l'accès à Internet. Elle me disait qu'elle entendait trop de choses à la TV en rapport avec les usages de l'Internet et donc

elle préférerait être présente lors de l'utilisation de l'ordinateur. Pas de MSN, ni de blogs ; elle laisse seulement aller les enfants sur Internet pour chercher l'information dont ils ont besoin pour le collège et le BTS qu'Ornella essaie de passer.

Par contre Ornella avoue chercher « ailleurs » ses intérêts autour d'Internet et notamment avoir son blog ou mieux que cela, en faisant référence à des communautés virtuelles. A l'époque, où l'étude s'est réalisée, c'est-à-dire juillet 2007, les communautés virtuelles et les réseaux sociaux comme Facebook, Hi5, Video, etc. n'étaient pas encore en vogue en France. Mais Prudence et Ornella avaient déjà découvert un réseau social qui réunissait des choses auxquelles elles s'intéressaient. Regardons :

INT : Et est-ce que vous avez Internet chez vous ?

O & P : Oui.

INT : Raconte...

O : Dailymotion pour les séries et YouTube pour les clips.

INT : Et comme blogs ?

O : C'est pas un blog, c'est mieux.

INT : C'est Skyblog ?

O : Non, en fait c'est pour retrouver des amis, des gens, tu peux rencontrer des gens, mais ça dépend de l'intitulé, de ce que tu veux faire mais généralement les gens qui viennent te parler sont des amis.

INT : C'est du chat ?

O : Non, c'est pas du chat. C'est du message, des messages. On envoie des messages, on laisse des photos, les gens... tout le monde, tout le monde peut regarder. J'ai pu retrouver ainsi plein d'amis, plein d'amis. (EPR Ornella, 20 ans et Prudence, 21 ans, Talence).

Ornella nous a livré pendant l'entretien ses productions médiatiques tout en sachant qu'au sein de sa famille il est interdit de réaliser ce type de production. C'est chez Prudence qu'elle a réalisé la plupart de ses productions médiatiques. Prudence a « l'avantage » d'avoir son père dans son pays d'origine et sa mère qui travaille toute la journée. Elle a largement le temps de pouvoir créer tout ce qu'elle veut sur Internet avec l'ordinateur de la maison.

Néanmoins, même si le père de Prudence se sert en peu plus de l'outil Internet, elle dit que l'outil n'est pas du tout maîtrisé ni par son père ni par sa mère.

- INT : Est-ce que tu as parlé avec tes parents pour savoir si Internet, justement, MSN et chat et tout ça...est pratique ?*
- PR : Mes parents, mes parents, heu en fait ma mère ne s'intéresse pas du tout à tout ça, mon père y sait que c'est utile.*
- INT : Je sais pas mais il pourrait peut être te demander par exemple que tu dises bonjour à je ne sais pas qui du bled ?*
- PR : Oui, oui, ils le font quand on envoie des photos ou des trucs comme ça.*
- INT : Et vous utilisez la webcam des fois avec eux ou pas en direct ?*
- O : Elle le fait elle, son papa il se connecte de là-bas.*
- PR : Non, non même pas, non. Parce qu'il maîtrise l'outil Internet mais il préfère le téléphone et ma mère à chaque fois, ouais à chaque fois elle dit « ouais j'aimerais bien apprendre » mais après elle se plaint. Elle demande tout quoi, c'est pareil pour les SMS, elle arrive pas. Et téléphoner ça coûte cher parce que souvent il y a que des portables. C'est bien d'avoir Internet quoi. (EPR Ornella, 20 ans et Prudence, 21 ans, Talence).*

Ces exemples nous donnent une idée beaucoup plus claire des différences entre les usages médiatiques des jeunes et des parents. Des différences qui évidemment font que les productions médiatiques et certains usages, prennent une toute autre dimension de socialisation et d'identification. La médiation familiale joue donc un rôle déterminant dans leurs productions médiatiques tout en ajoutant à cela un échange, même si parfois, comme nous l'avons déjà vu, c'est un échange plus consensuel entre deux parties : le jeune et ses parents.

2.2.2 La médiation scolaire au sein des productions numériques de soi.

Ce qui nous étonne le plus, dans les résultats des analyses sémantiques des entretiens, ce sont les relations et dérivations que l'école a envers les productions médiatiques. Nous voyons dans le graphe 5 ci-après les mots autour de l'éducation, qui ressortent quand nous parlons des productions médiatiques. Nous voyons dans l'extrait du graphe qui suit, la présence et la liaison qui existent entre production médiatique et école. Cela nous amène à penser que la place de l'école dans l'imaginaire du jeune enquêté est très présente dans les productions médiatiques :

Nous avons vérifié plusieurs fois, lors de nos observations que l'école n'est pas un scénario très important pour les jeunes, mais pourtant présent :

L'école scénario diabolisé. Journal de bord, Agen 20 février 2008.

« En parlant avec Amine [...] il me disait qu'il ne croit pas à l'école, qu'il se sentait rejeté tout le temps, même si certains profs essayaient de l'aider. Je lui ai demandé s'il aimait ? Il me dit que non que c'était pas son truc, qu'il s'ennuyait vite ».

Journal de bord, Bègles, 13 octobre 2007.

« L'après midi avec les gitanes [...] on était six filles en train de bavarder sur leurs enfants. Des jeunes filles entre 15-20 ans entre elles Sonia, Carla, Maria-René, qui ont déjà des enfants. Elles me disaient que le plus important pour elles serait que leurs enfants aillent à l'école. L'école est avant tout une sorte de carte de présentation dans notre culture me disait Sophie. Notre petit frère, poursuivait sa sœur, on l'oblige à aller à l'école. C'est le plus important mais lui il veut laisser tomber pour se consacrer à la musique comme notre père. Mais nous insistons. Ces filles ont laissé l'école à un tout jeune âge à cause de leurs grossesses un peu prématurées. Mais elles se sentent bien en tant que jeunes mamans ».

L'école, comme institution, est un milieu d'appropriation des connaissances et de réappropriations de l'apprentissage produit dans d'autres situations et moments. Le jeune affronte à l'école une série d'informations et d'interactions différentes de celles du foyer. Certains auteurs comme René FORGETTE GIROUX, Marc RICHARD et Pierre MICHAUD, professeurs à la Faculté d'éducation à l'Université d'Ottawa, affirment que l'école est « une instance médiatrice très importante dans les processus éducatifs de l'étudiant »²⁹⁷.

La manière dont se socialisent les élèves à l'école, a une fonction médiatrice dans l'interaction qu'ils établissent avec leur propre production numérique. Lors de l'observation participante nous avons entendu plusieurs jeunes scolarisés parler de leur collège et lycée où la méthode d'apprentissage est autoritaire et l'élève doit obéir, respecter des règles imposées par l'établissement.

²⁹⁷ FORGETTE GIROUX René, Marc RICHARD, Pierre MICHAUD. *L'influence du climat psychosocial de l'école et le concept de soi des élèves*. The Canadian Society for the Study of Education. [en ligne].1995, N°20, p. 5.
Disponible sur : <http://www.csse.ca/CJE/Articles/FullText/CJE20-3/CJE20-3-10Forgette-Giroux.pdf>
(consulté le 5 septembre 2009).

Cela agit d'une manière ou d'une autre sur la façon dont le jeune va se produire médiatiquement. Selon les entretiens, et le graphe 5, repère B, les jeunes accordent plus de légitimité à leurs propres produits qu'à l'école elle-même. Nous observons les rapports entre les mots création et éducation, étroitement liés au champ sémantique de « formation ». Pour comprendre au mieux ces repères sémantiques nous citons le cas de jeunes filles scolarisées au collège Yves du Manoir en ZEP, sur la cité Libération de Bas-Floirac.

Trois jeunes filles de 15 ans chacune, Inès, Soumaya et Tatiana, nous ont parlé des manières dont le collège auquel elles appartiennent interdit strictement l'utilisation d'Internet comme « loisir ». De même l'utilisation du portable est sanctionnée avec des lettres aux parents qui précisent que cette utilisation est prohibée.

La figure autoritaire de l'école auprès de ces jeunes filles fait qu'elles négocient autrement leur rapport avec les usages d'Internet et l'utilisation du portable. Tatiana par exemple nous dit :

INT : Tu l'utilises tout le temps (le téléphone portable) ?

T : Oui je n'aime pas quand je l'ai pas sur moi, quand je suis partie en Espagne je n'avais pas le droit de l'amener, ça m'a fait bizarre, car je regarde tout dedans même l'heure...et donc en cachette je l'ai amené...je ne peux vivre sans lui. Ils nous interdisent des choses que nous aimons. (EPR Tatiana, 15 ans, Floirac).

L'aspect d'interdiction que l'école met en place fait que les jeunes cherchent d'une manière ou d'une autre à continuer à se servir de ces médias, et peut-être à le faire d'une manière plus assidue. Inès nous raconte par exemple qu'elle passe énormément de temps devant l'ordinateur. Elle a un blog, elle est joueuse en ligne, elle chatte, elle tient un MySpace...plusieurs casquettes qu'elle désigne comme ses « loisirs ».

2.2.3 Différences sexuées entre producteurs.

Plusieurs différences se font évidentes lors de notre approche en tant qu'observatrice. Tout d'abord les filles ne sont pas des fidèles des centres informatiques. C'est très rare de voir des filles en train de manipuler des ordinateurs. Plusieurs d'entre elles n'y vont pas parce qu'il y a « trop de mecs ». Cela nous a permis de voir et de

demander les raisons pour lesquelles elles n’y vont pas. A part l’usage presque exclusif de ces Centres par les jeunes garçons, elles ont d’autres responsabilités.

Kathia nous disait par exemple qu’elle doit garder son petit frère plusieurs fois par semaine. Elle nous racontait aussi que si son frère la voyait dans un de ces centres elle serait traitée comme une « pute » vu qu’elle serait la seule à y aller. Inès, d’Agen nous disait qu’elle doit faire le ménage à chaque retour de l’école. Cela la fatigue et, de plus, elle affirme ne pas avoir envie de rentrer au milieu des garçons.

Cette situation est délicate. Les animateurs et éducateurs sont conscients du manque de fréquentation des filles dans ces types de structures, qu’ils soient centres sociaux, sportifs, de loisirs ou culturels. Plusieurs fois, nous avons observé que les animateurs notent combien de jeunes passent par leurs structures lors d’une journée. Ainsi, ils marquent la quantité de filles et de garçons qui viennent dans le lieu d’accueil. Quand nous avons vu les chiffres, les données étaient assez parlantes :

Sexe	Maison d’accueil		
	Yves Farges – Bègles –	MJC de Lau – Pau –	MJC des Fleurs – Pau –
Féminin	11%	3%	4%
Masculin	89%	97%	96%

Tableau 14. Statistiques de fréquentation mensuelle, par sexes, dans les centres d'accueil.

Ces statistiques nous donnent une idée beaucoup plus claire sur la situation en termes d’animation dans ces quartiers. Cela nous permet de comprendre le manque de jeunes filles dans ces centres. C’est aussi pour ces raisons là que trouver des filles dans ces quartiers était difficile. Néanmoins il y en a plus ou moins qui assistent à d’autres types d’animations notamment la danse et le chant, quand il y a des animations de ce type.

2.3 Le désir de création chez les filles.

Nous avons été plusieurs fois questionnée pour savoir si l'ont pouvait donner des cours de création de blogs ou de films (comme nous le verrons plus tard, dans le graphe 6). La mise en place de dispositifs exclusifs pour le sexe féminin ne se fait plus. Tout cela pour une raison politique de gestion de la jeunesse en recherchant « la mixité » dans les quartiers.

Cette contrainte est soulevée souvent par les filles :

« Pourquoi il y a que les garçons qui font ça ? Pourquoi ? Nous avons aussi des possibilités à faire et re-faire...ça m'énerve de voir que c'est que les garçons qui sont là en train de glander qui sont toujours le plus écoutés...quelle est la place de nous en tant que femmes dans ce quartier. Béeeh nous on est comme ça, un peu bruyantes et tout...mais bon...je suis d'accord qu'il y a pas beaucoup des choses pour nous, filles... » (EPR, Delia, 25 ans, Maeva, 25 ans, Floirac).

Ces paroles nous permettent de comprendre le désir et la dimension d'émancipation de ces filles. Mais une fois de plus c'est le quartier en tant que « communauté » qui entre en jeu. Richard HOGGART nous dit à propos de ce fonctionnement des quartiers que les habitants sont pourtant situés dans une structure qui a une identité. « [...] aux yeux de celui qui y a toujours vécu, les quartiers ont une personnalité. Chacun d'eux constitue un monde original aussi reconnaissable et délimité qu'un petit village »²⁹⁸.

Mais de la même manière ces jeunes filles, en créant une distance entre garçons et filles, sont en train d'agir sur un processus social pour arriver à s'émanciper de différentes manières. Ces techniques de mise à distance entre les sexes ont leur raison d'être et d'exister au sein des quartiers. Nous avons vu, notamment avec certaines productions médiatiques, que cette « frontière » est reconstituée par des vécus propres, parfois, très intimes. C'est le cas de la production des blogs par les filles. Très peu réalisés par les filles, celles qui en créent ont une autre ambition en dehors de la toute simple mise en scène de leur corps ou de leur visage. Elles veulent une reconnaissance double avec cet outil.

Dans le graphe 6 ci-après nous verrons les repères de relations entre le désir de création de films (repère A), l'identité « féminine » impliquant la dimension du genre

²⁹⁸ HOGGART Richard. *La culture du pauvre*. Paris : Minuit, 1991, p. 35.

(repère B) et la création d'un blog (repère C). Dans ce graphe la relation entre l'identité « fille » (repère B) passe d'abord par le « Rap » (en faisant référence à la musique publiée sur des blogs) et de cette manière la relation est rapportée aux productions du type Skyblog (repère C). Le fait de porter l'empreinte « fille » au sein de ces quartiers va désigner d'une certaine manière les différentes formes de production numérique que ces filles vont réaliser. Cela se passe aussi dans le fait créatif et productif des films (repère A) qui met en évidence les différents « besoins » médiatiques des filles.

Les imaginaires médiatiques des jeunes des quartiers tournent autour des expressions : « *une fille fait un blog, c'est parce qu'elle se vend* » ou « *si je sais qu'elle a un blog, alors là, l'image de la fille change très vite !* » Dans ces quartiers, la mauvaise réputation reste un souci permanent que les filles surtout cherchent à tout prix à éviter. Elles s'en protègent parce que cette réputation aura des conséquences sur la qualification attribuée sur le marché matrimonial ou les tâches ménagères, et notamment le fait d'être mère. Mais c'est également la préservation de la réputation de la famille qui est en jeu, et la culpabilité qui s'y rattache.

C'est pour ces raisons là que les filles, afin de trouver un espace où elles peuvent être respectées, lues, ou au moins vues, s'investissent de plus en plus dans l'utilisation des interfaces sur Internet comme le chat et les blogs sous pseudonymes. Ces espaces se profilent comme des lieux privilégiés de l'expression. Néanmoins, ce marquage d'une frontière entre « eux » et « nous » est utilisé par les jeunes filles et les garçons dans certaines interactions interpersonnelles. C'est l'aspect culturel, communautaire, qui est mis en avant pour marquer l'opposition. Il pourrait être une stratégie pour répondre à la désignation sociale dont elles/ils peuvent faire l'objet.

Mais ces frontières se voient confrontées à l'utilisation des médias qui dessinent, comme nous venons de l'expliquer, les différences entre un espace public (à niveau médiatique – repères A et C) et privé (à niveau personnel – repère B). Ces deux niveaux se présentent comme les cartes de visites pour les filles et leurs proches.

2.3.1 Espace public, privé et médiatique dans le quartier.

La frontière entre privé et public nous apparaît donc mouvante, fluctuante, même s'il existe une représentation rigide des deux sphères telles que définies plus haut. Cette définition rigide, figée, est celle adoptée par les politiques publiques, les politiques de la ville. Or, ces deux conceptions des espaces publics, notamment au niveau médiatique et privé, au sein du quartier, créent une tension entre jeunes.

D'une part, on demande aux garçons d'accepter les filles comme telles. De les accepter par exemple au sein d'un centre informatique. Mais vu que l'espace est régulé par les garçons, les filles n'osent pas s'introduire dans celui-ci. Cet espace médiatique, que les filles cherchent, a des compétences acquises au sein du quartier : la multiplication des formations Internet, l'intervention des producteurs de courts métrages, les animations multimédias, sont les plus demandés.

D'autre part, si l'on retient l'hypothèse d'une privatisation de l'espace social, cela explique que les jeunes filles ont de plus en plus de mal à sortir de leur maison. En plus de cela elles ne pourront avoir l'opportunité de naviguer sur Internet que lorsque leur père ou frères ne sont pas à la maison. La frontière entre ces différents espaces est forte, plus on se sent « chez-soi » dans sa maison, plus il devient difficile de franchir cette frontière. Le renforcement du sentiment de relégation des filles des quartiers devient à la fois cause et conséquence de ce processus de privatisation.

L'enjeu du privé/médiatique, c'est la soustraction au regard de l'autre ou au contraire la visibilité, enjeu qui se cristallise autour de la question de la place de ces filles des quartiers, productrices de blogs ou autres médias. C'est aussi la question des écarts à la norme, dans un contexte de très fort contrôle social, qui est posée, des rapports entre le « nous » du groupe d'appartenance, de la « communauté » du quartier et le « je » individuel.

La concentration des garçons dans ces centres d'accueil ou l'effet panoptique des garçons « dans les escaliers » soumet les filles au regard de l'autre. C'est un face à face permanent qui ne permet plus la soustraction au regard d'autrui, mais qui, paradoxalement est aussi image de solidarité. Ce qui est problématique dans la situation des filles dans les quartiers aujourd'hui, ce n'est pas tant le regard ou le contrôle en tant que tel (si tout le monde regarde tout le monde c'est peut-être même une garantie de régulation sociale). C'est plutôt le contrôle des uns – les garçons, les hommes, les dominants – sur les autres – les femmes et les filles « soumises ».

Les espaces médiatiques deviennent donc des espaces de proximité, des lieux de reconnaissance où l'ont peut échapper (même si ce n'est pas le cas de toutes les filles) aux dangers des contrôles. Il peut se constituer dans un espace « public » à part entière. Le

contrôle permanent des « mâles » sur les filles, cette menace incessante au jour le jour a aussi des conséquences communes au sein des quartiers : la rumeur et la réputation. Cette extension du privé à des espaces sociaux, à des lieux publics sous toutes leurs formes, instaurent des contraintes qui ne permettent pas aux personnes d'apparaître, de prendre pleinement place, dans l'espace public. De plus en plus elles commencent à être contrôlées dans l'espace médiatique.

2.3.2 Journal intime et la création de soi.

Les questions du genre et de l'identité, dans les productions médiatiques, surgissent aussi dans la perspective des médiations et des interactions symboliques. Avoir un blog a une signification assez importante chez les filles dans ces quartiers. Nous avons pu constater que, pour elles, c'est l'ouverture d'un espace d'expression qui, historiquement, n'a pas été toujours disponible au sein de ces quartiers. Même si le blog d'une fille est moins chargé de valeur, selon la perception des garçons, ils sont quand même visités. Il y a deux manières différentes de lire ces différences au sein des quartiers. Une à partir d'une sphère privée et l'autre à partir d'une sphère publique. Cela veut dire, que la première se réfère plutôt aux productions des blogs des jeunes filles et la deuxième aux productions des garçons.

Cette dichotomie masculin/féminin, public/privé est peut-être maintenue pour permettre aux filles d'échanger avec un public privé, proche et intime. Peut-être pour ne pas tomber dans les « arts masculins » en laissant ainsi une place différente.

Dale SPENDER dit que « dans la sphère privée, les femmes ont été autorisées à écrire pour elles-mêmes (par exemple des journaux intimes) et pour d'autres sous forme de lettres, traités moraux, articles d'intérêt féminin et même romans pour femmes (notamment lors du XIX siècle, les femmes avaient une forte influence sur le public lecteur de romans) »²⁹⁹. Le statut des écrivaines, sans expression publique, était le résultat de la discrimination vécue par les femmes tout au long des temps. Reléguées à la sphère privée cela signifie assurer à l'homme l'hégémonie linguistique et politique.

²⁹⁹ SPENDER Dale. *Nattering on the net. Women, power and cyberspace*. Australie : Spinifex, 1995, p. 46, traduction personnelle.

2.3.3 La création et la construction des blogs féminins.

Dans ce travail, la question de l'identité concerne des filles pas tout à fait productrices mais avec l'envie de produire. Nous nous sommes rendue compte que les filles productrices entament un processus de transformation entre rapport public et privé. Les dispositifs de publication sur le web ne sont pas utilisés que « pour publier des informations » mais aussi pour construire des identités. Pour cela, Internet est un des premiers lieux dans lequel les individus peuvent construire leur identité en produisant en même temps des informations, au lieu de les consommer.

Dans ce sens, créer des blogs offre à ces filles une opportunité d'autoreprésentation de n'importe quelle dimension de l'identité personnelle et sociale qu'elles choisissent d'assumer. Elles peuvent exprimer leur propre soi. Hugh MILLER souligne « montre moi tes links et je peux te dire qui tu es »³⁰⁰. Il affirme que les interfaces digitales comme les blogs permettent de créer un soi virtuel prêt à interagir avec d'autres personnes qui accèdent à la page personnelle.

Kathia nous disait à ce propos :

« Je suis très fière de ce que je fais, de ce que je produit maintenant. Je travaille sur mon blog, je mets des photos, j'ai envie de faire des films...comme les garçons. Mais les choses ne sont pas pareilles pour nous dans le quartier ». (Discussion avec Kathia chez Ibitisamme, Agen).

Le fait de réaliser une action créative pour Kathia, est quelque chose d'important. Elle nous montre, dans une longue discussion que nous avons avec elle, toutes ses idées produites dans son blog. Cela répond à une nécessité de s'exprimer et de se raconter. Dans la conception du blog, notamment dans le cas des filles, la conception pluralisée de ce média se voit confrontée à son identité sexuelle. Il existe une sorte d'appréhension non identitaire de l'identité sexuelle. Cela veut dire que la fille, notamment dans un quartier populaire, est une personne « décentrée et fragmentée », sans que soit posée la question de la recherche de soi, mais celle de la narration de soi.

³⁰⁰ MILLER Hugh The Presentation of Self in Electronic Life: Goffman on the Internet. In: . Embodied Knowledge and Virtual Space conference, Goldsmiths College, University of London, June 1995. Disponible sur: <http://www.ntu.ac.uk/soc/psych/miller/goffman.htm> (consulté le 21 octobre 2009), traduction personnelle.

La production des blogs, avec toutes ses phases, relève d'un paradigme dialogique d'un soi qui veut être et qui ne se laisse pas être. Kathia a changé de profil plusieurs fois. Ces changements nous ont empêchés de les suivre dans leurs productions numériques. Nous avons profité de certains après-midis pour discuter de la manière dont elles transgressent la barre sexuée au sein du quartier :

« C'est difficile mais pas impossible. Moi je suis le plus de temps possible sur Internet à vouloir regarder comment elles font les autres filles. Mais parfois, leurs parents à elles sont plus ouverts, ou ils s'en fichent complètement. Moi je suis plutôt du genre à cacher mon identité, à fausser les choses, même si mes copains au collègue le savent. Je suis « princesse tam-tam » ou parfois « caira du Lot » (Discussion Ibtissamme, Agen).

Ces productions reflètent les rituels que les filles doivent mettre en place pour tenir et produire un blog. En plus de cela il faut satisfaire leurs objectifs propres, leur envies de transmettre des choses. Dans cette production les filles reflètent plus leur désir de se présenter elles-mêmes. Tous les autres outils que les filles utilisent pour remplir leur blog : mobile, web-cams, mashups, musique, etc. peuvent être considérés comme des manières de narrations de soi, comme une construction de l'image à travers ces outils ou comme des actions numériques pour entamer une procédure communicationnelle de représentation de soi.

2.3.4 La représentation du blog pour les « filles des quartiers ».

Une étude importante sur la représentation des femmes adolescentes dans la blogosphère, réalisée à l'Université d'Indiana Bloomington, dirigée par Susan HERRING³⁰¹, montre qu'il existe une tendance, même inconsciente, de poursuivre la rédaction du journal intime traditionnel. Nous pouvons constater que même si les filles ne produisent pas des blogs en nombre important par rapport aux garçons, elles sont des « productrices de sens ». Cette marginalisation due au statut de la fille dans le quartier, fait qu'elles reproduisent d'autres types de production, notamment la danse ou le chant.

³⁰¹ HERRING Susan, PAOLILLO John. *Gender and genre variation in weblogs*. Journal of Sociolinguistics [en ligne] 2006, p. 10-15. Disponible sur : <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/jslx.pdf> (consulté le 20 septembre 2009), traduction personnelle.

La peur tant répétée par les filles sur la création du blog et même pour celles qui l'ont déjà créé, est constamment alimentée par des mauvaises expériences. Néanmoins, nous pouvons vérifier que les filles au sein du quartier se servent de cet outil pour circonscrire leur identité féminine. La voix féminine dans les quartiers se fait de plus en plus écoutée par ce biais là.

Ceci étant une incorporation dans les routines communicatives dans les quartiers, les filles élargissent leurs liens sociaux avec d'autres bloggeurs par le biais des commentaires et blogrolls, de la même manière elles élargissent leur répertoire de lectures, imagination et opinion. Avec l'expectative de produire un «blog typique», pour ces filles les commentaires paraissent être plus importants que le blogroll pour la gestion du relationnel. Trois stratégies s'ouvrent pour ces filles en créant ces blogs : l'application chaque fois plus détaillée de la création du contenu (photos, films, textes), les dynamiques des rapports hommes-femmes dans le quartier et la singularisation d'un produit de l'intermédialité.

2.3.5 Les pratiques « sexuées » autour du blog.

Les jeunes observés consultent souvent (47%) et laissent des commentaires (35%) sur les blogs de leurs amis. Certains osent aller vers d'autres sites personnels qui ne font pas partie de leur cercle d'amis, « *juste pour regarder les photos ou voir d'autres têtes* » (Dialogue Marie, 23 ans, Pau, 2007). Les garçons laissent des commentaires dans les sites web de « belles-gosses » en les invitant à visiter leur site personnel. Les filles que j'ai rarement pu rencontrer pendant l'observation dans les centres multimédias, jouent avec le flirt :

« [...] j'aime regarder les photos de garçons d'autres villes. Je m'amuse trop à voir comment ils sont habillés. On rigole avec Kadouja et Ibtissame. Puis après [...] on a des comptes qui ne sont pas les nôtres pour laisser des coms (commentaires) » (EPR Kathia, 16 ans, Agen).

Dans ce contexte les jeunes garçons visitent leurs blogs plus assidûment que les filles. Un petit pourcentage de filles préfère le faire chez les copines. Nous avons assisté plusieurs fois à des rencontres où les filles profitent que la maison soit vide et donc elles mettent à jour leurs blogs et visitent plus calmement ceux des autres. Une chose que nous avons remarquée fréquemment, c'est que le site web de certaines filles se présente sous

un pseudonyme. La raison est qu'elles ne veulent pas être vues par des personnes de leur famille parce que cela serait mal perçu. Kadouja nous disait que parfois les garçons découvrent son site et laissent des commentaires très durs, donc elle est obligée de changer de nom d'utilisateur plusieurs fois.

Quand nous les avons interrogées par rapport à la différence de sexe même au niveau cybernétique elles répondaient : *« on se sent mieux quand même quand on s'exprime dans un blog, même s'il porte pas notre nom complet, nous nous y rattachons et nous pouvons faire la même chose que les garçons »* (lors d'une après-midi à la cité de Tapie sur Agen). Nous pouvons voir que même si l'espace virtuel n'est pas profondément investi par les filles, il est un lieu d'expression et création où elles peuvent essayer de se sentir libres et sans censure sexuée.

Pour ces filles le blog est très important, mais il n'est pas une priorité. Pour les garçons l'implication est plus évidente. Sur l'ensemble de la population enquêtée, 40 % des jeunes garçons entretiennent leur blog avec soin. Ils sont devenus experts dans le montage de vidéos avec musique de fond *« j'ai commencé à m'y mettre plus quand on a fait le film avec le Centre Social et tout...là je me suis dit, je peux le faire avec mon portable et tout, donc voilà le résultat »* (EPR Khalid, 16 ans, Agen). Pour lui maintenant le fait d'entretenir son blog est devenu banal. Ainsi, cette activité est complémentaire d'autres activités de communication et de pratiques sociales.

2.4 La valeur ajoutée de MySpace.

L'idée d'auto-publication est au cœur de ces quartiers populaires. Nous avons vu comment les jeunes interviewés s'inscrivent dans ce développement de l'internet. Un besoin de diffuser leur propre production artistique et production médiatique, pour se mettre en contact avec d'autres personnes. Le MySpace naît comme une intermédiation entre le producteur et le récepteur de ces productions. Cette plate-forme propose aux jeunes des outils pour mettre en ligne leur œuvre et communiquer avec un public, leur public.

Cette pratique remplace bien évidemment les pratiques précédentes qui existaient comme les fanzines, flyers, revues, etc., de promotion artisanale, réalisées par les jeunes,

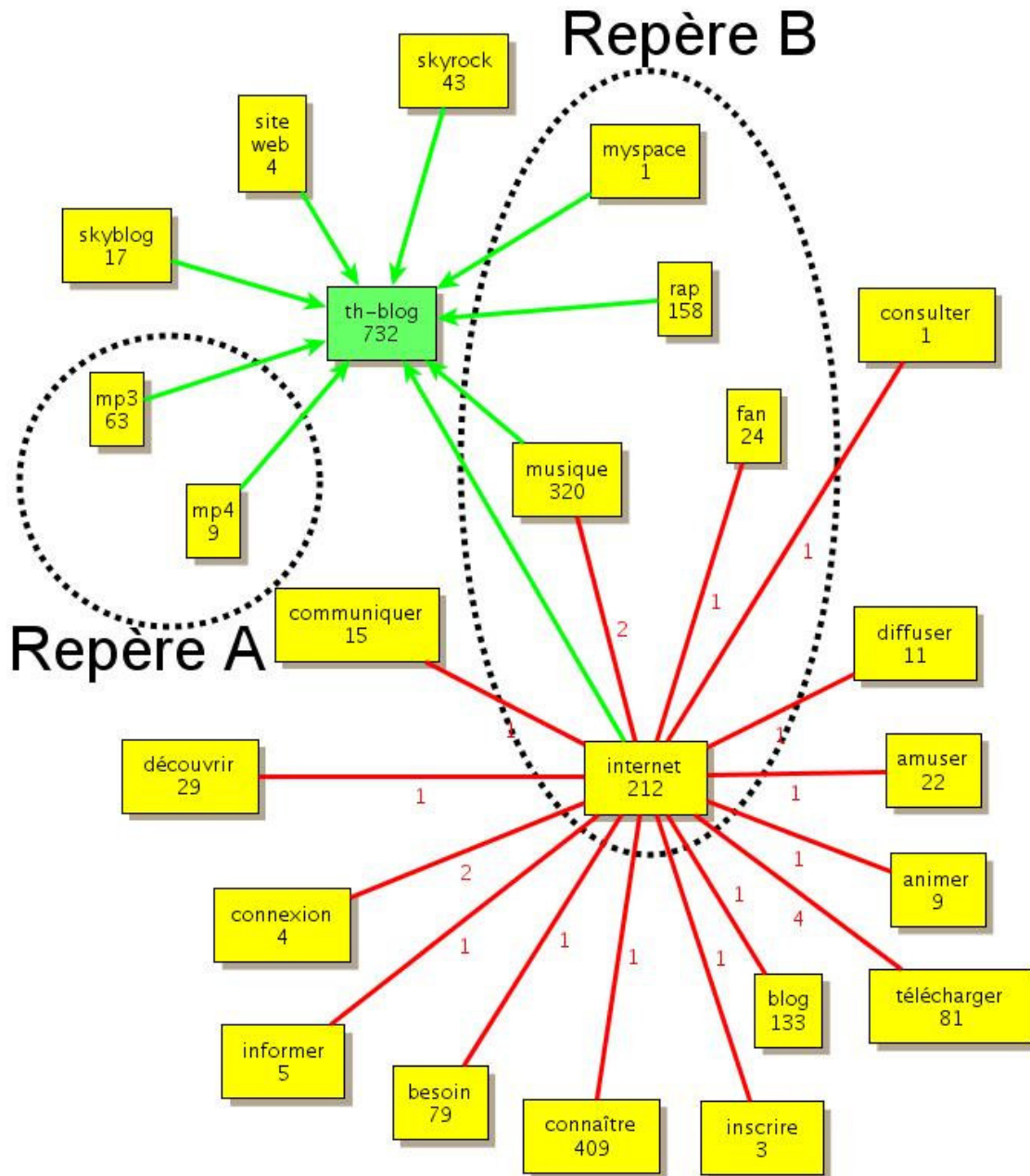
même si parfois ces productions atteignent d'autres niveaux comme nous le livre Amine dans son entretien :

« [...] ouais par exemple nous avons fait appel à un photographe pro pour nous faire la photo que tu vois là (en nous montrant leur site). Après, cette photo, on l'utilise partout pour faire des flyers quand on a un concert ou même quand on va se présenter dans un concert pour le poster [...] voilà » (EPR Amine, 22 ans, Abou, 24 ans, Agen).

Amine ajoute que pour créer leur MySpace il faut de la réflexion et du temps. En plus d'être un objet doublement hybride, en premier lieu il est à la fois une plate-forme de réseau social à destination des particuliers et, en deuxième lieu, il organise la présentation de soi et la sociabilité entre amis et entre inconnus. Pour nos jeunes, l'autopromotion musicale est la fonction la plus utilisée du site. Pour ces jeunes cet espace virtuel est un site privilégié de rencontres et de diffusion de leur production. Ils peuvent créer un site de ce genre comme les grands artistes. C'est un dispositif qui ne fait aucune différence entre les grandes industries culturelles et les productions amateurs.

Pour notre réflexion nous croyons que ce type de sites, plus que les blogs, se caractérise par des activités multiples qui ont besoin de différentes productions pour aboutir à un résultat voulu. C'est un espace où les jeunes construisent et objectivent un capital, susceptible d'être valorisé par leurs amis, d'autres quartiers, et plus loin encore, sur plusieurs marchés possibles d'accès. Nous avons découvert là une micro-production de leurs objets médiatiques. Ces jeunes veulent améliorer leur stratégie communicationnelle pour avoir une notoriété.

Nous pouvons voir, dans le graphe 7 ci-après, l'étroite relation qui existe entre la production musicale, notamment le Rap et le MySpace. Ainsi nous soulignons les formats de téléchargement de ces musiques (Mp3, Mp4), dans le repère A. La mise en ligne de celle-ci, se prolonge à travers le MySpace (repère B), et subséquentement, avec l'utilisation d'Internet.



Grphe 7. Musique, Rap et MySpace.

Cette autoproduction est le résultat d'un travail musical qui a envie d'être reconnu. Ces jeunes rappers réalisent la plupart du temps leur enregistrement, maquette et pièces définitives dans trois endroits que nous avons repérés : le domicile, une structure d'accueil (Agen-Bègles-Pau) ou un studio d'enregistrement semi-professionnel (Agen-Bègles). A l'aide de logiciels et d'équipements plus ou moins élaborés, ils réalisent ces enregistrements qui deviennent la base première pour se faire écouter. Même si l'enregistrement n'est pas de qualité, il leur suffit pour la mise en ligne.

MySpace, comme nous venons de l'exposer, est un support d'une dimension multimédiatique. Ces jeunes rappeurs combinent pages de textes, photos, graphismes, musiques et vidéo. Ceci donne la possibilité de décrire leur univers, leur personnalité, leur soi. Pour ces jeunes c'est une façade, un référent de leur vision musicale. De cette manière ils arrivent à s'auto-promouvoir dans l'environnement musical qui, la plupart de temps, fait partie de leur genre musical : Rap, R & B et Hip-Hop.

Dans ce dispositif ces jeunes peuvent savoir combien de visiteurs ont consulté leur site. Parfois cela devient très important de se publiciser pour avoir de la notoriété. Celle-ci se matérialise par quelques chiffres : nombre de visiteurs, de commentaires, d'auditeurs des morceaux, etc. Parfois l'envie d'avoir plus de visites ou de commentaires fait que les jeunes rappeurs de ces quartiers mettent en place de petites stratégies de marketing de différents genres : laisser des commentaires partout, accepter des amis inconnus à travers le monde et pas seulement en France, s'il y a un concert de bien noter leur MySpace sur l'affiche publicitaire, même s'il agit d'un concert pour la fête de quartier.

Tous ces indicateurs nous montrent la disposition narcissique de ce média pour avoir du « succès » en ligne. La temporalité sur le site change, ils doivent rester plus de temps devant l'ordinateur pour entretenir le site : ajouter des photos, des morceaux nouveaux, des films, des infos ou réaliser des échanges de type « humanitaire » comme Rashid qui nous explique :

« Nous voudrions échanger avec les pays pauvres. Nous sommes prêts à transmettre notre savoir musical, nos démarches. Tu sais ? Aux petits ça va leur faire plaisir de nous voir arriver et tout. Maintenant notre projet se concentre sur l'Afrique noire. Nous sommes très engagés [...] nous participons aux démarches institutionnelles ici à Montanou, mais aussi nous voulons le faire ailleurs ». (Entretien Rashid, 25 ans, Amine, 22 ans, Abou, 24 ans, Agen, 2008).

Cette envie de réaliser d'autres engagements sociaux vient du désir de rendre le site actif et cela les force à créer cette notoriété extérieure pour, après, la « virtualiser ». C'est ici que les parcours narratifs des jeunes aboutissent à une reconnaissance avec une valeur ajoutée. Cela veut dire : être performatif à partir de ses propres productions médiatiques. Dans cette performance, le jeune peut vivre un moment de glorification et il

« est », par là, confirmé dans ses compétences. C'est le moment où la reconnaissance se fait voir et se transforme en quelque chose de gratifiant. Le jeune, narre, par son action numérique, un rôle que lui-même a programmé pour s'énoncer. L'image qui en résulte est en adéquation avec ses compétences qu'il affiche au sein du quartier et, en l'occurrence, au sein du MySpace. Dans ce sens, la reconnaissance sanctionne « publiquement » une cohésion constante qui se met en ligne et se fait voir.

Cette reconnaissance « de gratification » comme Annabelle KLEIN et Philippe MARION³⁰² l'appellent, résulte de la célébration d'une coïncidence réussie entre image et identité ; nous nous retrouvons face à une identité qui est en harmonie avec les logiciels multimédiatiques du web 2.0 et la vie quotidienne. C'est dire que cette reconnaissance-miroir, résulte d'une dynamique narrative où les sphères médiatiques et identitaires se positionnent dans un cercle factuel-fictionnel. Le jeune crée un personnage qui existe en ajoutant son propre univers narratif, en faisant un héros de sa propre narration identitaire. Nous sommes face à un sympathisant qui adhère aux mêmes types d'univers narratifs, qui établissent les mêmes liens de reconnaissance sur MySpace : liste d'amis, liens personnels, goûts musicaux, etc.

En effet, la scène numérique établit un lien étroit avec la reconnaissance identitaire, créant et ajoutant de nouvelles formes d'autoreprésentation au sein des ces quartiers. Dans cette reconnaissance numérique, le rôle culturel du jeune s'est renversé et chargé d'une culture techno-sociale, où s'est fait évidente la subjectivation d'un soi. Nous verrons dans les lignes suivantes comment ce jeune construit et continue à bricoler son identité avec des outils numériques, notamment avec l'usage de caméscopes et du mobile pour filmer et enregistrer des images qui servent à narrer leur soi.

MySpace est, pour ces jeunes, une facette de mise en scène qui introduit une manière nouvelle de se faire voir. Erving GOFMAN, a étudié les manières et les formes par lesquelles l'individu se met en scène au quotidien à partir des métaphores théâtrales. En situation de face-à-face, l'auteur avance que le sujet « donne » (*gives*) ou « émet » (*gives off*) des impressions et que ces impressions peuvent évidemment être faussées, par

³⁰² KLEIN Annabelle, MARION Philippe. *Reconnaissance et identité face à l'espace médiatique*. Recherches en communication, 1996, n° 6, p. 49.

« déformation » (*deceit*) ou en « feignant » (*feigning*)³⁰³. Avec cette analyse de la métaphore théâtrale, nous allons retenir que le face à face de l'acteur peut faire référence à la représentation de soi qui se joue dans le MySpace.

Dans le graphe 7 que nous venons de voir, au sein du Repère B, nous voyons des mots tels que communiquer, musique, rap, fan, Internet et MySpace qui pourraient se traduire dans un besoin de « performance ». Selon Erving GOFFMAN un élément principal de cette performance est la « face ». Elle représente les outils d'expression que les individus utilisent au moment de la performance. La face comprend « toutes les activités d'un individu en présence physique et continue avec un certain nombre d'observateurs ; ces activités ont donc une influence sur ces mêmes observateurs »³⁰⁴. Le MySpace conjugué à la musique, nous enseigne que la face n'est pas seulement une question d'espace physique, car la « mise en scène » comprend des décors, accessoires et agencements qui font partie de la face et donc de la performance. Si nous transposons ces éléments théâtraux cités par Erving GOFFMAN, nous parlons alors de mise en page, des liens, des « *plug-ins* »³⁰⁵, des vidéos, des photographies des *remix*, que les jeunes mettent en place dans leurs MySpace.

INT: Tu n'as pas un blog ?

NA: Non, je vais peut-être faire mon Space, je sais pas on verra...

INT: Il y a MySpace pour les comédiens aussi...vu que tu veux en être un.

NA: Oui, tu peux faire tout ce que tu veux maintenant! Tu fais des photos de toi, puis musique...bref tu te montres quoi ! Mais bon, je pense que là il faut quand même se dire qu'il faut bien travailler le truc, parce que si tu fais un Space pourri là, c'est bon, t'es grillé direct ! Donc il faut bien réfléchir [...] il y a même des personnes qui font un Space pour leur chien ! Là c'est fort non ? (EPR, Naufel, 20 ans, Floirac)

Naufel sur cet extrait nous exprime son désir de créer un MySpace pour présenter sa nouvelle passion : la comédie. Avec des mots simples il nous décrit ce qu'il pense de ce type de sites tout en nous montrant les risques de se « ridiculiser » si l'on ne fait pas un bon site. Pour ce jeune c'est une question de crédibilité envers un public lecteur, un public qui jugera à partir de la mise en scène qu'il créera, son soi et son professionnalisme.

³⁰³ GOFFMAN Erving. *La mise en scène de la vie quotidienne. La présentation de soi*. Paris : Editions de Minuit, 1973, p. 50.

³⁰⁴ GOFFMAN Erving. *Idem*, p. 48.

³⁰⁵ Extensions de logiciels qui permettent d'accessoiriser des pages.

Avec cet exemple nous sommes dans une lutte à enjeux multiples : préserver son capital psychologique (estime de soi), son capital social (réseaux amical et familial, collègues) et son capital socioculturel (codes et valeurs). C'est pourquoi la performance numérique sur MySpace apparaît comme un rituel d'affirmation par l'image, de confortation des liens et de conformation aux règles sociales.

2.5 Le film comme vecteur d'identité.

Nous évoquerons maintenant le film comme un vecteur d'identité, en soulignant la « remixabilité » qui existe dans les productions filmiques des nos enquêtés. Cette « remixabilité », selon Lev MANOVICH, peut-être comprise comme un « processus par lequel les informations et les médias que les jeunes construisent et partagent (via le web 2.0) peuvent être recombinaés, et créent de nouvelles formes, concepts, idées, mashups et services... »³⁰⁶. Le jeune de quartier populaire, par nature, est un individu bricoleur de son identité. Il est toujours en construction et en renouvellement constant de sa quête personnelle avec l'essor des technologies numériques qui l'entourent. Danilo MARTUCELLI, nous rappelle que « toute identité se constitue progressivement grâce à un travail discursif par lequel l'individu parvient à se doter d'une représentation unitaire et cohérente de soi [...] »³⁰⁷.

Dans le graphe 8 qui suit, nous verrons les connexions qui existent entre la production filmique, les mots « création » et « action » qui reviennent au centre du repère B. Ces productions et le mimétisme « filmique » qui naissent dans les quartiers visités, sont souvent conjugués à la dimension sociale du jeune, c'est-à-dire aux médiations familiales et d'altérité. Nous voyons ces relations dans le repère C. Dans ce même repère nous trouvons le mot « intérieur » faisant référence à l'intimité des jeunes, celle qui est parfois mise en scène par lui-même.

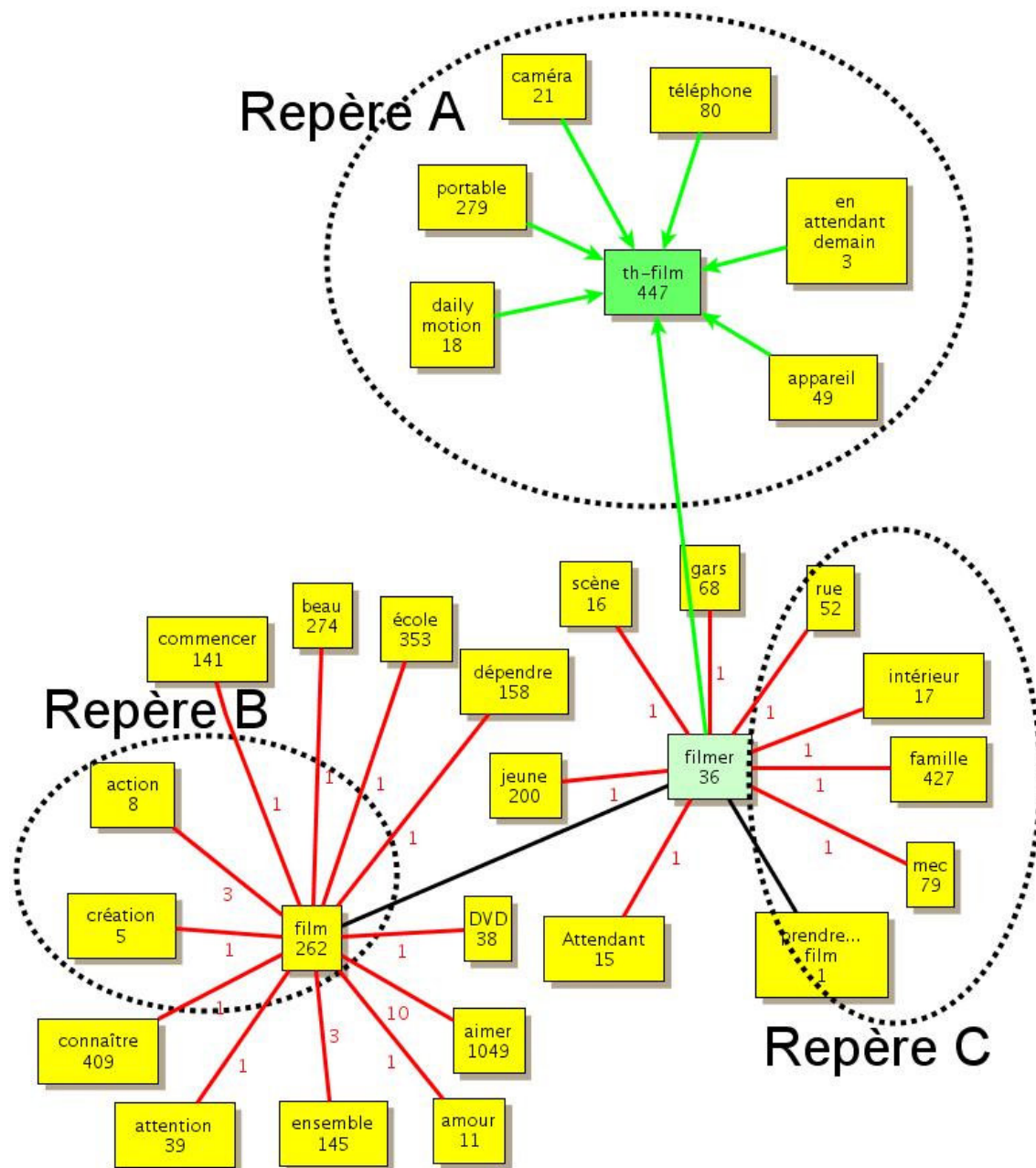
Sur le repère A, nous pouvons voir l'implication du groupe « En Attendant Demain » dans la création des films et cela nous reconferme ce que nous avons observé

³⁰⁶ MANOVICH Lev. Remix and remixability. *Nettime* [en ligne]. 2005. Disponible sur : <http://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-1-0511/msg00060.html> (consulté le 26 aout 2009).

³⁰⁷ MARTUCELLI Danilo, Op.Cit., p. 365.

lors de notre travail de terrain. Filmer pour ces jeunes devient une action qui canalise et met en œuvre des temporalités différentes. Ces jeunes manipulent les caméscopes et les téléphones mobiles comme des objets de capture d'images qui entraînent, la plus part du temps, la mise en ligne des vidéos (Daily Motion ou YouTube).

Nous vous laissons découvrir le graphe pour croiser ces trois repères et comprendre ainsi ce phénomène médiatique véhiculaire des identités.



Graphe 8. Production filmique.

Nous accentuons, dans le repère A au centre du graphe, les mots « En attendant demain ». C'est un groupe de jeunes du quartier Haut Floirac-Dravemont³⁰⁸ que nous avons découvert et qui nous a dévoilé plusieurs aspects de son identité à travers sa production de films. C'est en faisant des films de leurs vies que ces jeunes parviennent activement à construire une image d'eux-mêmes, qui est le résultat de la fusion des différentes composantes du groupe. Lors des entretiens avec les membres de cette association, on sentait la satisfaction d'une conquête médiatique collective qui contribue à la reconnaissance, mais aussi qui permet de dénoncer ou tout simplement de montrer ce qu'ils sont. Le jeune « marginalisé » utilise les technologies de soi, pour se connaître et se faire connaître³⁰⁹ même de plusieurs manières. Naufel, dans l'entretien qui suit, nous parle de son désir de faire un film mais pas en jouant le « beur » :

INT : Et le fait de vouloir devenir acteur ça te donne plus envie de regarder des films, en te disant que tu vas apprendre plus de choses ?

NA : Oui c'est clair. Franchement je voudrais faire un film.

INT : Parce que le rôle qu'on te propose d'un Beur... c'est un peu... un rôle comme ça ? Est-ce que cela te dit vraiment ?

NA : Oui, franchement j'en ai marre, j'ai dit à Sylvain, t'en as pas marre de faire des films comme ça ? Tu veux nous faire tourner toute la journée avec des conneries, tu crois qu'on est comme ça ? J'ai dit non, moi je veux faire des films, je veux être bien habillé, chemise, tranquille, avec une meuf, je ne sais pas moi ! Un truc bien, avocat, docteur, un truc bien quoi. (EPR, Naufel, 20 ans, Floirac).

L'entretien de Tarik aussi nous parle de son expérience avec les technologies de soi et la mise en scène de son soi.

INT : Tu te sens faire partie d' « En Attendant Demain » ?

TA : Oui, en quelque sorte, je n'en parle pas trop... je fais partie, parce que je suis quand même dans les films... mais bon... c'est une expérience différente.

INT : T'as commencé avant le film [celui de Canal+] à faire des courts métrages. Avant est ce que tu utilisais la caméra ?

TA : Avant le film ? J'avais jamais utilisé la caméra à part les courts métrages, autrement j'avais jamais fait de répétitions de scènes, c'était l'improvisation voilà, ça donne bien, mal, tant pis. Après j'ai eu un grand

³⁰⁸ « En attendant demain » est actuellement un collectif qui rassemble plus de 100 jeunes avec une équipe permanente de dix personnes. Cette association est née avec le désir de « filmer et montrer » tout simplement.

³⁰⁹ ROSENFELD Erica. *Identity Production in Youth Filmmaking*. From Spotlight bloggig the file of digital media and learning [en ligne] 2007. Disponible sur : http://spotlight.macfound.org/main/entry/rosenfeld_halverson_identity_youth_filmmaking (consulté le 17 février 2008), traduction personnelle.

tournage. C'est différent, tout était fixé, nickel, le maquillage, ça faisait bizarre, hyper professionnel, donc...ça te change un peu la vie quoi ! (EPR, Tarik, 19 ans, Floirac).

Dans cet extrait Tarik nous parle de l'évolution que le groupe « En Attendant Demain » a eue avec la création du long métrage intitulé aussi « En attendant demain »³¹⁰ produit cette fois-ci par Canal+. Il a été dirigé par Amine BOUYABENE et Sylvain De ZANGRONIZ habitants tous les deux du quartier Dravemont à Floirac. Ce film a créé, avec l'intervention d'une équipe de « pros » comme Tarik les appelle, un ancrage identitaire dans leur quartier.

Tout ceci se passe dans l'espace urbain, dans un espace socialement contrôlé et régulé. Si l'on accepte, selon Michel FOUCAULT³¹¹, l'existence d'un appareil de surveillance qui établit une *zone disciplinaire*, qui tend à contrôler les espaces et les pratiques, on peut penser que seuls les usages légitimes de communication sont acceptés. Par exemple, le rapprochement avec les jeunes et leurs vécus nous donne des pistes intéressantes de la raison pour laquelle ils ne font plus de tags ou graffitis. Ils nous disent que « *c'est interdit* », « *ça devient très difficile de trouver les matériaux, parce qu'il faut les voler* », « *on risque la prison* », « *ça prend beaucoup de temps* », « *ce n'est pas notre truc* ». Trop de contraintes qui font que les jeunes entreprennent d'autres formes d'expression comme la production de films, la création de blogs ou la rédaction de paroles de Rap ou de *slam*.

Le fait créatif, soit individuel, soit collectif, avec l'aide des nouvelles technologies, rejoint la démocratisation syncrétique de l'individu. Depuis toujours les couches populaires ont intériorisé la disqualification de leurs pratiques. La lutte pour le droit à

³¹⁰ Le résumé du film : Icham, Saïd et Malik vivent dans la même cité, en banlieue bordelaise. Ils tuent le temps en enchaînant petits business et jobs d'intérim. Qu'importe pour Icham, dont le cœur brûle en secret pour Zina, la femme de sa vie. Un jour, il la surprend avec Malik. Se sentant trahi, Icham commet l'irréparable et met le feu à une BMW en croyant toucher Malik. Mais c'est la grosse cylindrée de Rachid, le mafieux du quartier, qui part en fumée. Et pour couronner le tout, ce dernier se fait arrêter. A propos du film : Programme proposé par Canal+ dans le cadre de la troisième saison de « La Nouvelle trilogie », « En attendant demain » croque habilement trois banlieusards, pour mieux nous plonger avec humour dans les marges d'une société au bord de la crise de nerfs. Oeuvre d'un collectif bordelais, constitué de Sylvain de Zangroniz, Amine Bouyabene et Ernesto Oña qui se partagent ici conception, écriture et réalisation, ce long métrage a délibérément choisi le ton de la comédie et du vaudeville, pour mieux brosser, sans pathos, le portrait d'un quotidien qu'ils connaissent bien : celui de la cité. Constat amoral et hilarant d'une situation parfois désespérée, « En attendant demain » remplit pleinement son contrat, en répondant à la violence de la société par la douceur du rire.

³¹¹ FOUCAULT Michel. *Vigiler et punir*. Paris : Gallimard, 1993.

établir leurs propres critères valorisants, fait de ces jeunes, les passagers actifs d'un combat contre les divers stéréotypes qui touchent les quartiers dits « sensibles ». C'est dans ce sens que les pratiques médiatiques, avant tout communicationnelles, témoignent d'une tentative de faire voir les traits auxquels ils ont été assignés, ce qui constitue en soi un mode de résistance à la disqualification. « En attendant demain » est l'exemple d'un groupe organisé qui a une fonction intégrante à l'intérieur, et une fonction de reconnaissance à l'extérieur. A l'intérieur, les sujets partagent la même voix, des problématiques semblables : précarité économique, échec scolaire, immigration et autres. Mais dans sa fonction extérieure, les témoignages personnels sont transposés dans des codes visuels de manière à faire partager cette identité collective. Ils se présentent de la manière suivante :

« Nous sommes des citoyens désireux de parler de ce que l'on vit et de ce que l'on est, en faisant des films. Des films de réflexion et d'interrogation sur notre monde, celui de la banlieue et des cités »³¹².

Ces films qui parlent de sexe, religion, racisme, immigration, cités, école entre autres sujets, contribuent à l'objectivation de la propre histoire de ces jeunes. Ces productions qui mettent en œuvre un besoin d'expression, permettent aussi, au passage, d'augmenter les savoirs que ces jeunes ont sur eux-mêmes.

Simplement pour donner une idée de la quantité des films qui se regardent en France sur Internet, selon le comScore³¹³, 79% de la population en ligne en France regarde le « streaming video ». Cette étude mentionne que ceux qui regardent aussi produisent avec un total de 13%. Delphine GATIGNOL, business manager développeur pour comScore-France mentionne : « Ce qui est particulièrement étonnant c'est que les internautes français dépensent une grande proportion de leur temps en ligne à regarder des vidéos sur Internet en comparaison avec d'autres pays étudiés ».

³¹² Extrait du texte de présentation du collectif « En Attendant Demain ». Disponible sur : <http://www.enattendantdemain.com/>

³¹³ La mission de comScore est d'éclaircir le comportement des clients sur Internet pour les entreprises cherchant à tirer avantage du paysage des média en ligne qui est de plus en plus complexe, dynamique et international. Nous aidons nos clients à générer un meilleur RSI en leur permettant de mieux connaître leurs clients, leurs concurrents et leurs marchés afin de concevoir et de mettre en place des stratégies marketing et commerciales plus solides. Certaines données sont disponibles sur leur site web : <http://www.comscore.com>

Online Video Streaming par pays Avril 2008 Population totale âgée de 15+ - lieux maison et travail. Source: comScore			
	Recherche de vidéos streaming	% temps total en ligne pour regarder les vidéos	Video Streams par Streamer ³¹⁴
France	79%	13%	64
Etats-Unis	76%	6%	65
Allemagne	70%	9%	62
Angleterre	80%	10%	8

Tableau 15. Online video streaming par pays.

Nous voyons bien que la France occupe la première place dans le visionnage de streaming video. Autant de chiffres pour que les jeunes des quartiers populaires entreprennent leur propre manière de faire et de produire sur Internet en essayant de profiter des « bienfaits » de circularité qu’offre l’Internet. Nous voyons bien avec l’exemple d’« En attendant demain », que leur propre créations passent à travers et « grâce à » Internet, comme nous le disait Naufel sur Floirac le jour de l’EPR.

2.5.1 Auto spect-acteurs.

Le terme de « spect-acteur » nous l’empruntons à Augusto BOAL³¹⁵ pour exprimer que ces jeunes ne sont pas des spectateurs, mais des observateurs actifs. Cela nous explique que les actions que ces jeunes entreprennent dans leur territoire, sont des actions dans un mouvement participatif. Ça veut dire, comme nous l’avons déjà expliqué, que l’appropriation des techniques ne relève pas d’une empathie et d’un processus cognitif, mais surtout de la participation effective au déroulement de l’action de filmer ou photographier.

³¹⁴ Streamer selon comScore peut être compris comme la personne qui produit, consomme ou transfère des vidéos-streaming.

³¹⁵ BOAL Augusto. *Théâtre de l’opprimé*. Paris : La Découverte, 1996, p. 140-144.

Le spect-acteur prend place au centre d'un dispositif presque narcissique : « je filme, je prends une photo, je la mets en ligne dans mon blog, je regarde les commentaires sur cette photo et je réponds aux commentaires sur cette photo...je, je, je.... ». Ce « narcissisme » prend la forme d'une projection de soi panoramique. C'est-à-dire que le jeune manipule les images à son gré en mettant en scène ainsi son soi. Il s'inclut au cœur d'une expérience qui trace son chemin entre deux pôles : l'extériorité de son soi et l'intériorité de sa représentation. Face à ces deux pôles les actions numériques quotidiennes du film et de la photo, du montage, de l'édition en ligne, transforment la manière d'être au monde. Le blog, les vidéos sur le mobile et sur Internet, les photos, créent un monde de représentations bâti dans un quotidien fractionné et recomposé, chargé d'affectif. Ce jeune du quartier populaire est attentif à tout moment à son dynamisme identitaire comme nous venons de le voir.

Tous ces dispositifs de captation, développent une forme « d'attention étendue » par laquelle le sujet est attentif aux moindres détails du quotidien. Je me suis aperçue de ce fait, notamment en regardant comment ils se prennent eux-mêmes en photo :

Le brushing à Thouars. Journal de bord, Thouars, 3 juillet 2007.

« Après la séance de brushing chez Sarah, elles ont commencé à tester le maquillage sur moi. Ikram disait : « mais toi t'as les yeux gavés grands, il faut des couleurs qui te réduisent les yeux », Sarah elle n'était pas d'accord, elle disait qu'au contraire il faudrait qu'on mette ça en valeur. Cet après-midi je me suis sentie leur souris de laboratoire. Néanmoins j'ai profité de certains conseils « beauté » à la maghrébine du genre « huile d'argan » ou « hammam ». Discussions qui n'avaient rien à voir avec mes objectifs. Mais c'est ici que ça devient intéressant. Passer tout un après-midi à se coiffer entre nous, pour après se prendre en photo. Ikram a sorti son mobile elle s'est prise en photo, en cherchant la lumière. Sarah pareil, en souriant, en étant sérieuse, en faisant des grimaces. Ikram essaie aussi, plusieurs poses. Elles commencent à me dire « alors toi on te prend en photo »...évidemment je n'étais pas d'accord, je me suis imaginée déjà dans leurs blogs. Je leur ai dit « Non, non, non j'en veux pas » elles me disaient que c'était pour moi, pas pour elles...moi je dis « non, mais je ne veux pas me retrouver dans vos blogs ! » Ikram me dit « mais t'es ouf ou quoi ? On te kiffe mais pas jusqu'au point de te mettre sur nos blogs (rigolades) ».

C'est avec cet exemple que nous confirmons une fois de plus le choix pertinent des photos ou films dans leur blog. C'est le regard de jeunes créateurs, dans ce cas, jeunes

créatrices, qui donne sens à leur esthétique et exposition de soi. Les appareils photo, inclus dans leur portable, comme une clé en main, permettent de libérer les photos d'une sophistication « mass-médiatique » en se rapprochant du réel, mais en essayant, de manière paradigmatique, d'être « belles gosses » aux yeux de leurs spectateurs. En se regardant plusieurs fois, en se donnant des conseils elles suivent le processus évolutif d'une production médiatique avec coulisses et dépenses économiques relativement faibles (maquillage et coiffure faits maison). Même si parfois les poses photographiques des filles et garçons sont assez « médiatisées », le travail est quasi naturel. Nous savons bien que la caméra d'un portable laisse aux sujets filmés ou photographiés leur spontanéité.

Le portable, technologie numérique, joue comme un simple médiateur du réel dans toute son intensité. C'est très rare que les jeunes fassent des retouches sur leurs photos du type Photoshop³¹⁶. Ils trient au maximum s'il s'agit de photos. Mais s'il s'agit de films, et s'il est flou, c'est le contenu qui les intéresse. Ils vont le partager de toutes manières. Ces actions numériques conduisent à une interactivité. En effet il y a un regard sur leurs productions qui a besoin d'être approuvé ou désapprouvé par le biais de commentaires ou autres. Nous pensons que c'est dans la simplicité des images que les regards des spectateurs se croisent en explorant en profondeur la narration d'un soi.

2.5.2 Temporalités dans la production des films.

Nous voyons que la narration d'un soi passe aussi par le *film-making*. Cela prend un espace et un temps considérable dans le quotidien de ces jeunes. Notamment quand il s'agit de films qui sont un peu plus travaillés. Deux types de temporalités se dégagent pour la création et production d'un film :

- le premier de type de temporalité est de caractère cyclique,
- le deuxième est linéaire.

Dans la première idée, nous retrouvons la circularité au carrefour temporel. Dans cette idée s'associent les rythmes naturels du jeune du quartier dans lesquels il transforme et répète les définitions en tant que sujet producteur. Dans cette idée de circularité de

³¹⁶ Photoshop est un logiciel édité par Adobe. Editeur d'images, il a pour but d'apporter des modifications localisées aux images brutes de type numérique. Il sert aussi aux créations, façonnements et traitement des images ex nihilo nihil.

production nous voyons les processus naturels que les jeunes ont acquis avec la croissance technologique. Ces technologies leur permettent de créer et générer des productions. L'interprétation du temps se voit ici influencée par cette vision qui se centre dans l'existence d'un jeune de quartier populaire. Les jeunes associent, par exemple, les différents aspects de leur vie, avec le quartier et ses propres phénomènes. Cela conduit à comprendre les productions numériques qui se réalisent dans une temporalité circulaire, explicative de leur quotidien.

Avec cela nous comprenons les raisons pour lesquelles les jeunes des quartiers populaires ne semblent pas posséder une valeur abstraite du temps, logique ou mesurable. Cela veut dire que le temps semble étroitement lié aux choses concrètes, aux actions, aux processus sociaux du quartier : loisirs, écoles, familles, relations amoureuses, etc. C'est à partir de cela que le degré d'unification du quartier s'établit dans une relation cyclique avec le temps, où la socialisation et les relations interpersonnelles sont en premier plan. A cette vision de temps cyclique s'ajoute la répétition des formes filmiques, par exemple : expériences risquées avec des motos ou bicyclettes, bagarres, solos de Rap entre autres. Elles nous parlent d'un temps sans fin, où le temps ne progresse pas et paraît s'arrêter.

Ce type de circularité nous fait rendre compte de l'importance de l'instant où le jeune utilise son portable pour filmer quelque chose. Cela nous donne le cadre pour comprendre vers où pointent les images-temps de ces jeunes et les circonstances par lesquelles leur langage « filmique » s'étend au-delà des limitations d'une méthode classique de narration filmique. Ils créent de cette manière une composition qui ajoute des nouvelles dimensions et qui ordonne l'espace-temps des productions filmiques sous la force d'un sentiment intérieur. La narration de son soi à travers ces productions s'inscrit dans une notion temporelle propre aux jeunes des cités. C'est une notion non linéaire, une trajectoire entre le début et la fin qui tend à éliminer le développement causal et la finalité en service d'une relation plus simple.

La plupart des films se structurent de telle manière que l'on distingue le fait de se présenter comme un texte épisodique. Tel est le cas des films d' « En Attendant Demain ». Dans leur esprit ces jeunes cassent la linéarité des narrations filmiques, en montrant des sujets différents les uns des autres et en changeant facilement de sujets : religion, sexe, vol, arnaques, magouilles, etc.

Dans les annexes 4, 5, 6 et 7 nous pouvons apprécier ces différences et nous voyons bien que ces productions sont réalisées à partir de faits, actions et mouvements imprégnés de la culture des jeunes des banlieues.

2.5.3 Le mimétisme filmique comme expression numérique des jeunes.

La part de l'individu dans l'expressivisme numérique de soi est construite à partir d'un grand mécanisme de rassemblement des médiations. Nous venons de voir les manières et les diverses formes de narration de soi que ces jeunes font à partir des outils numériques. Cela nous permet de citer l'exemple des jeunes de Montanou sur Agen qui ont créé collectivement le film intitulé « Lieux Communs »³¹⁷. Ce film est le résultat d'un désir commun des jeunes de cette cité de ressembler à « En Attendant Demain ».

Nous sommes toujours très étonnée de l'énorme diffusion que ce collectif a eu (et continue à avoir) auprès des quartiers populaires via Internet. La conception et l'envie de créer un film « un peu pareil » à ceux d'« En attendant demain », a réuni dix jeunes du quartier Montanou pour entreprendre la même démarche : *faire des films qui parlent de nous*. Le Centre Social Agen Nord a aidé les jeunes à trouver le financement pour la réalisation de ce court-métrage qui a une durée de 8 minutes. Dans le film, il s'agit de comprendre les stéréotypes que ces jeunes ont des autres et les stéréotypes que les autres ont de ces jeunes. Tous les comédiens du film sont des jeunes de la cité et certains invités, proposés par la société de production visuelle, Prodcastfilms, qui a réalisé ce travail avec les jeunes.

Ce mimétisme filmique a servi aux jeunes à découvrir une autre manière de voir la production médiatique. Même si celle-ci a été conduite par des professionnels de l'audiovisuel, l'idée centrale, les prises de vues, la manipulation des caméscopes et la création musicale ont été complètement assurées par les jeunes. Nous citons un extrait de l'EPR que nous avons réalisé avec Khalid.

³¹⁷ Annexe N° 9. *Lieux Communs*. Voir CD joint.

Il souligne avec insistance que le film a gagné une place très importante dans le concours 2007 « Regards Jeunes sur la cité », Palmarès 18^{ème} édition réalisé à Paris³¹⁸. Ils se sont trouvés à la 11^{ème} place de la catégorie « Je et nous... », honorant ainsi le nom de leur quartier. L'EPR de Khalid, comédien et musicien du film, nous démontre sa fierté et son désir de continuer à faire des films pour parler d'eux et de leur vie quotidienne :

INT : D'où est née l'idée de « Lieux communs » ?

K : C'est à dire ? Non, Non, en fait, on a fait, pour le thème... On se rejoignait en bas, dans le local et on regardait des vidéos sur le racisme, tout ça, des vieilles cassettes quoi. Et puis sur Internet un peu « En attendant demain ». Et après bon, il y a un jeune qui a dit « pourquoi ce serait pas nous là, à la place des guignols ? » et voilà. Après on c'est mis d'accord tout ça, on a appelé un truc pour filmer tout ça. On a fait plein de petits scénarios. Et eux ils les ont pris, et ils ont fait un truc avec nous. Un mélange de tout quoi, et après voilà, c'est sorti ce qu'on a fait.

INT : Par exemple pour toi, qu'est ce que ça signifie de faire un film ?

K : C'est fait pour passer le temps quoi. Il faisait chaud, on n'avait rien à faire, donc on a pris une camera avec les autres, on est allés se filmer, et tout. C'était pour rigoler. Et pour nous. Voilà, c'était pour nous. Normalement à la base, on devait le montrer au quartier et c'est fini. Après bon, ça nous à emmenés jusqu'à Paris euh. On est arrivé 11^{ème}. C'était un grand concours. On s'était inscrit et de toute la France, on est arrivé 11^{ème} ! Après on était content juste après on l'a pris au sérieux. Mais au début, c'était pour passer le temps.

INT : Ça a changé l'idée que vous aviez de faire un film ?

K : Oui, voilà surtout, parce que au début on s'imaginait pas qu'on pouvait aller jusque là. Jusqu'à Paris, arrivés 11ème (rires) mais on l'a exploité quand même. L'inexploitable, on l'a exploité, parce qu'on est des arabes. On l'a exploité même si il était inexploitable.

INT : Et ça continue, c'est à dire jusqu'à maintenant ? Tout tourne sur internet. C'est quelque chose d'important non ?

K : En fait sur internet, on n'avait pas le droit de la mettre sur internet. Alors je l'ai mis sur internet...

INT : Vous avez d'autres projets, il y a d'autres projets ?

K : J'ai d'autres projets, j'aimerais faire un autre court métrage, pas le même thème forcément et pour aller ailleurs, pour repartir à Paris, peut être faire mieux. (EPR, Khalid, 16 ans, Agen).

³¹⁸ Ce concours est organisé par OROLEIS de Paris. Disponible sur : http://www.oro-leis-paris.org/pdf/palmares_rjc2k7.pdf Il a pour but de récompenser les films réalisés par des jeunes des cités, entre 15 et 25 ans, sur des sujets spécifiques qui sont lancés chaque année. Cette association a comme objectif « de permettre et de développer la pratique des techniques audiovisuelles et de communication afin de favoriser la culture et l'éducation permanente, de susciter la création ». Ce concours donne l'opportunité de se faire voir « ailleurs » et d'être reconnu par une institution formelle.

Au-delà d'une reconnaissance qui n'est pas projetée au début, ces jeunes ont découvert le pouvoir qu'une image peut avoir dans la société. Khalid nous parle de son rapport très proche aux médias et de la transgression pour mettre en ligne ce film. L'idée étant d'être vus et lus en tant que jeunes producteurs de médias et de discours médiatiques. La banalité d'un film devient un acte de légitimation qui est tout à fait en rapport avec la subjectivité que ces types de production présentent.

Nous voyons aussi dans ses propos qu'il existe une étroite réflexion sur le soi « discriminé ». Une identité qui est reproduite à travers une expression numérique filmique et collective. L'appartenance à un groupe ou un collectif, qui met en œuvre quelque chose, met l'accent sur la hiérarchisation des situations et actions menées. Cela veut dire que les sujets renoncent à la différence pour créer l'illusion d'un « nous » -les arabes-. C'est pour cela qu'est nécessaire l'existence d'un « vous », d'un « alter ego ». Ego, seulement se rendra compte de sa différence dans la mesure où l'altérité devient claire et définitive. Une mesure qui se trouve entre la frontière, ligne visible, qui sépare deux sujets différents.

Par cette exposition filmique, les jeunes tendent à retrouver la reconnaissance du quartier, « des jeunes des cités » et des « différents ». Ceci renforce d'une certaine manière l'identité du jeune lui-même, en lui donnant la capacité de se transfigurer par cette exposition filmique. Ces jeunes trouvent une place désormais, en terme de notoriété, à partir du moment où leur film est reconnu par « l'Institution ». Mais cette place acquise n'est rien si le quartier, la famille et les amis ne soutiennent pas leur démarche expressive. Se reconnaître dans ces récits, c'est précisément trouver un des chemins de l'identité. Nous voyons bien avec cet exemple, que l'identité de ces jeunes ne reste pas figée dans la répétition du « même », de « l'idem ». Elle s'ouvre à la transformation de l'ipsité, c'est-à-dire, à la négociation organisée entre du semblable et du différent. Elle passe de la différence à l'altérité et son parcours de transformation devient donc narratif.

2.5.4 L'expression filmique « équitable ».

Quand nous parlons des actions numériques dans la création d'un film nous nous référons à deux sphères qui « médient » l'identité du jeune créateur.

Nous avons intitulé la première sphère allégorique, c'est-à-dire, une sphère où il existe un système de relations qui naissent à partir d'une narration ou d'une envie de narration, ou bien, d'une idée initiale. Cette sphère est déjà conditionnée par la future production médiatique. Les actions numériques : filmer, enregistrer, télécharger, mettent en jeu les mécanismes de base du fonctionnement d'un quartier. La sphère allégorique au sein même des narrations, est le résultat de l'analyse des traces des procédures, des conditions sociales et des médiations du film.

La deuxième sphère est en relation avec le « pouvoir ». Dans ce contexte, nous pouvons le comprendre comme le système de relations d'une action numérique et ses effets. Quand les conditions de reconnaissance concernent les mécanismes de base du fonctionnement du quartier, nous sommes en pleine sphère du pouvoir. L'allégorique et le pouvoir sont, comme nous le voyons, deux dimensions (entre autres) du fonctionnement des narrations identitaires des jeunes, quand ils sont en processus de création médiatique.

Nous avons vu que les conditions productives de ces actions numériques nous ramènent aux fonctionnements sociaux qui sont renforcés par la créativité, l'expression, la libération de la parole. Les traits des mécanismes sociaux, que nous avons observés dans les quartiers, récupèrent des éléments propres et d'ailleurs, en les reformulant et en les retravaillant selon leur vision. Nous pourrions considérer ces expressions comme des traits « culturels », mais en réalité elles pourraient bien appartenir à un cadre « idéologique ».

C'est dans le processus de la création d'un film que cette « idéologie » s'est faite la plus évidente. Par exemple, quand nous avons questionné les participants d' « En attendant demain » ils traversaient un cap au-delà du développement de la production, création et circulation médiatique de leurs propres films, ils nous disaient :

« Ben déjà, ce qu'ils nous ont appris, ce qu'ils ont bien aimé, c'était déjà notre facilité à jouer, jouer la comédie et aussi qu'eux ils ne font pas de la politique, eux ils font du cinéma. Donc, forcément si le mec il vient et te dis viens on va faire du cinéma tu peux pas non plus rentrer dans un truc revendicatif. Parce que après ça voudrait dire que Canal+ rentre dans un processus de dénonciation. Mais après il faut dire qu'on n'est pas rentré dans le truc de « sang pour sang ». Si tu regardes le film quand même il y a des messages précis. On va dire c'est un peu plus élargi. Parce que quand tu regardes sur internet c'est clair qu'on parle avec nos codes, avec nos trucs même dans le

film tu retrouves ça mais c'est clair on va dire que c'est un peu plus...pour s'adresser à un plus large public dans la mesure où les gens doivent comprendre quand même tu vois ? Nous, on a joué comme on a joué dans les petits films. Bon c'est clair qu'au début t'es contrarié quand tu vois les caméras, le maquillage tout ces gens et tatatitata...ben ! après sinon nous de notre manière je sais que nous avons une scène pour grandir...on a joué comme s'il y avait une petite caméra et tout...c'est ça qui nous a aidé aussi [...]. (EPR, Moussa, 25 ans, Floirac).

Avec ces paroles nous pouvons affirmer que ces jeunes sont en train de nous dire qu'ils renforcent, soutiennent et revendiquent une « identité de cité ». Cela nous démontre qu'au-delà des créations de films, ils déploient une idéologie, des manières d'être et de faire. A part les distinctions et la notoriété que ces films peuvent donner, il explique qu'il ne va jamais quitter le quartier parce que c'est là où il trouve sa force et où naissent ses idées. « Rien que pour cela c'est Canal+ qui nous a contactés, on est originaux ». Le grand pas de passer de l'écran Internet au petit écran classique (TV), leur a valu la valorisation de leur propre production médiatique et pour ainsi dire, une reconnaissance « médiatique ».

Nous pouvons constater que, plus complexe est un quartier, plus complexes sont les processus médiatiques d'action/production qui le traversent. Néanmoins, nous croyons que l'existence de quelques dénominateurs communs ou interactions dans la constitution du champ appelé « culturel » répondent à des schémas sociopolitiques et économiques contemporains, quelques uns plus fugaces que des autres, mais existants.

Nous voulons dire par là, que dans cette culture du numérique et de la production médiatique, se renforcent quelques significations sociales et identitaires. A partir de la production d'un film, ces jeunes s'imprègnent d'une culture expressive et réussissent à la maintenir dans le temps en publiant des nouveaux films, en créant de nouvelles images, en incitant à des commentaires via Internet, etc.

Les processus culturels interagissent avec ces processus communicationnels et la production médiatique sélectionne juste quelques traits des identités des jeunes. Cela veut dire qu'il existe une hiérarchisation des choix pour se constituer, à la fois, en référent symbolique des modalités d'interprétation et en producteurs de « leur médias ». Pour cela

nous proposons de déplacer le concept pour le comprendre comme un processus de « médiatisation équitable » qui comporte d'autres types d'interactions communicationnelles, créatives et imaginaires. Par exemple dans la production d'un film ce sont plusieurs mains qui vont intervenir dans l'écriture du scénario ou l'acte de filmer (film-making). Les *samples* des musiques mixées ont été travaillés entre plusieurs jeunes, les images à télécharger sur Internet, etc. Tout ceci produit des expérimentations médiatiques « équitables » ou appropriées aux cultures numériques et de partage dans ces quartiers populaires.

2.5.5 Subjectivisme dans la création filmique.

Dans cette production médiatique, la subjectivité peut être comprise en tant qu'articulation entre expérience et langage. Les expériences sont les événements et conduites qui se présentent dans la structure sociale des quartiers. Ces expériences filmiques ne sont pas isolées, au contraire, elles ont un rapport qui se raccorde avec la culture jeune. Ces expériences sont constituées par un langage propre et authentique à travers lequel nous pouvons comprendre (ou pas) le sens des films. Nous avons observé que le langage propre aux cités, est un code que ces jeunes veulent revendiquer, notamment dans la publication des films, la création musicale, les blogs, etc. Ce langage permet à la fois d'interpréter et de jouer l'expérience ; il est tout à fait constitutif de la subjectivité.

La subjectivité dans la production filmique est donc le processus de médiation entre le « Moi » qui lit et écrit (faisant référence aux jeunes producteurs) et le « Moi » qui est lu et écrit (faisant référence aux produits où les jeunes se montrent). Ces derniers dépendent toujours d'un « Nous », c'est-à-dire, d'une appartenance identitaire. En effet, dans la lecture et écriture qui réalise le « Moi » ou qui se réalise sur le « Moi », on voit que les expressions numériques sont produites dans une narration propre et exclusive. Ces films se situent donc dans les relations qui existent déjà dans le monde médiatique, relations de connaissance et de pouvoir. Sachant que pour certains jeunes la culture dominante a légitimé et accepté certains discours et en a discrédité d'autres (par exemple les films de bagarres, de voitures brûlées, des séances de « shit », etc.). Certainement, l'exemple du film « En attendant demain » produit par Canal+, nous démontre

l'intégration des « films de cités » à une culture de masse médiatique ancrée et acceptée par la société.

C'est à partir de ces films que les jeunes sont « lus et écrits », qu'ils sont interprétés, qu'ils sont narrés. C'est de là que certains films cadrent et légitiment et que d'autres marginalisent ou discréditent. Mais c'est aussi à partir de ce langage filmique que les jeunes rendent possible d'autres formes critiques qui transforment et qui rendent viables leur « soi » en arrivant à être vus. Ces possibilités d'élargissement des expériences filmiques ne s'établissent pas dans la production du film lui-même mais dans la production des espaces et des scènes de communication intersubjective.

Ces quartiers augurent d'une ouverture d'espaces et d'expériences médiatiques diverses qui nous montrent des façons d'écrire, narrer, et lire sa vie et le monde. Cela suppose divers modes de communications symétriques conditionnés par les relations interpersonnelles comme lieux privilégiés de dimensions créatrices. Nous sommes face à des stratégies propres aux jeunes qui aboutissent (sans le savoir) dans une « production critique des médias ».

Nous démontrons avec les exemples cités, qu'il n'existe aucune production isolée qui est produite dans une relation croisée entre les individus et les technologies numériques ; il n'existe non plus aucune production individuelle inaugurale. Toute production se réalise dans un espace d'intersections identitaires et subjectives. La production médiatique, et notamment la filmique, est un espace d'intertextualité et d'actions croisées qui s'orientent dans de multiples directions. Comme toute pratique sociale, la production filmique se tisse dans un ensemble complexe et conflictuel de pratiques sociales. C'est pour cela que les productions filmiques réalisées dans ces quartiers sont indissociables d'une subjectivité : elle est constituée simultanément par l'ensemble de conditions matérielles et symboliques dans lesquelles le jeune produit.

Cette expression numérique n'a pas de lien avec la « connaissance hégémonique » des codes ou des messages. Il n'y a pas, non plus, de relation avec l'ordre de reconnaissance, des matrices ou des formats culturels déjà structurés. Les différences de ces films se constituent au travers d'histoires de lutte matérielle et symbolique de leur propre identité. Nous croyons que les jeunes ne se configurent pas dans la dite production

sinon qu'ils se « trouvent » et se « reconnaissent » en elle. C'est dans cette trouvaille, cette reconnaissance, que l'identité se configure.

2.6 Le téléphone mobile, outil numérique d'expression identitaire.

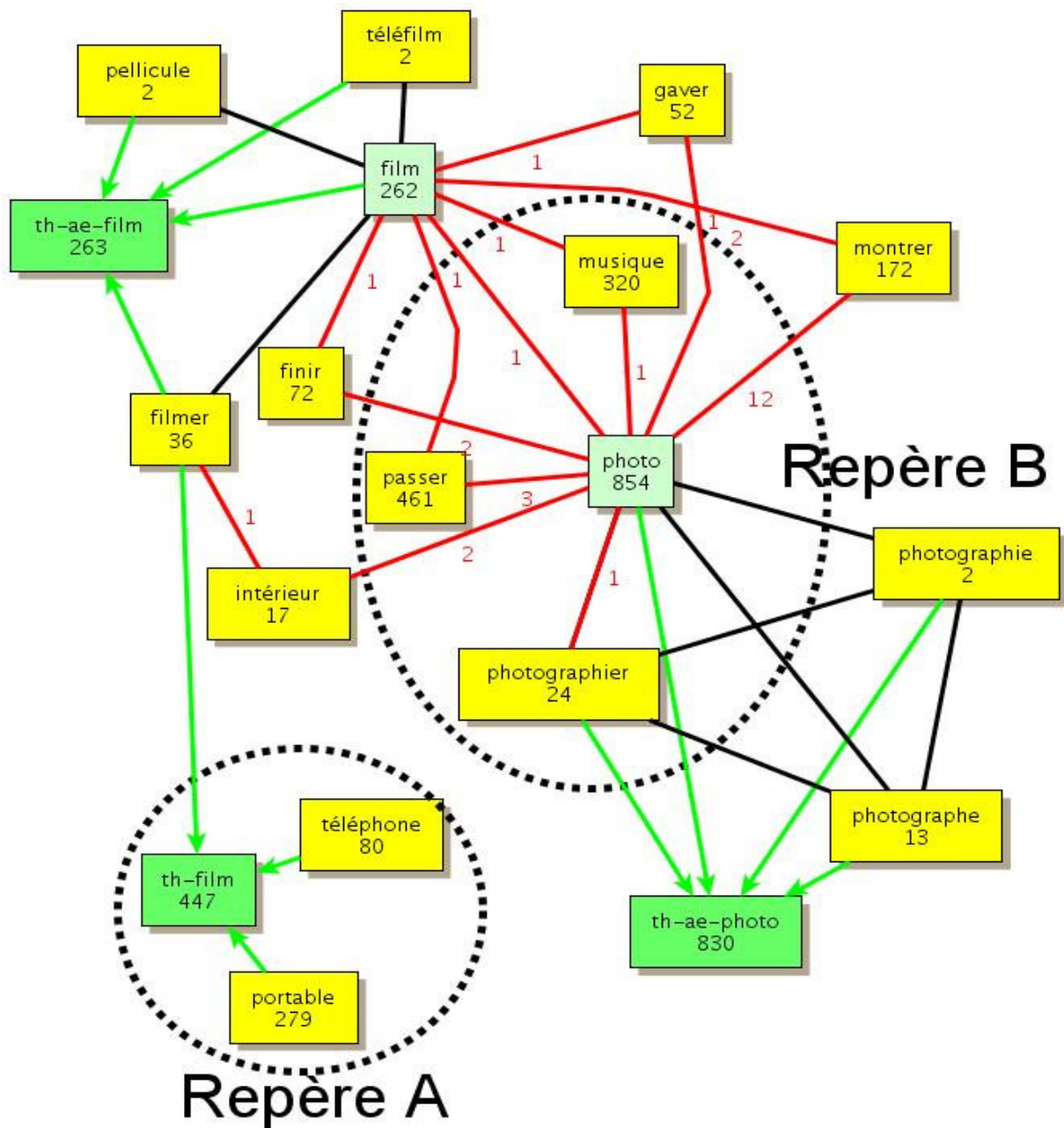
Nous avons évoqué les espaces de productions médiatiques dans lesquels les jeunes des quartiers populaires interagissent. Nous soulignons aussi que nous avons plusieurs fois cité des exemples de l'utilisation du téléphone mobile au sein de ces productions. Nous allons maintenant nous concentrer sur cet outil numérique comme un outil privilégié d'expression identitaire. Cet appareil ne constitue pas seulement un mode de communication mais aussi un objet qui englobe des actions numériques expressives précises.

A partir du réseau sémantique du mot « Portable » que nous montrons par la suite, nous pouvons retenir les relations suivantes dans ce champ sémantique :

- musique,
- film,
- photographe,
- passer,
- filmer,
- gaver (se réfère à « gaver de photos »),
- montrer.

Ainsi dans le repère A nous voyons les différentes formes d'appellation de leur mobile : portable ou téléphone.

Nous allons retenir certaines relations qui nous intéressent pour les décortiquer et les mettre en relation avec les produits déjà développés : musique (lié au film), photographe et passer qui sont marqués dans le repère B du graphe 9 ci-après.



Grappe 9. Téléphone mobile.

Avec ces mots nous allons exposer ce que le mobile signifie pour les jeunes en tant qu'objet expressif et symbolique dans la production médiatique, les liens entre les repères A et B. Quand on posait la question : « qu'est-ce que tu fais avec ton portable à part appeler ? » les réponses pouvaient varier d'un jeune à l'autre, mais comme on le voit dans le graphe, cet outil multi-dynamique a beaucoup d'utilisations pour les jeunes. Ce qui nous intéresse de démontrer, avec le décorticage sémantique, ce sont les actes que les jeunes peuvent réaliser avec le mobile et comment ils deviennent des actes expressifs à part entière.

Tout d'abord, nous allons nous concentrer sur la démarche non esthétique mais démonstrative de leur « soi » dans les actes « numériques » qui sont photographier (repère B) et filmer (repère A). Ainsi nous allons essayer de découvrir les dimensions individuelles de l'expressivisme numérique à travers le mobile. Ensuite, nous allons étudier la temporalité que cet objet donne aux jeunes dans la production médiatique. Enfin, nous allons comprendre le rôle médiateur de cette technologie dans le quotidien, la liberté d'expression et de libération de la parole, que cet outil engendre pour certains jeunes.

2.6.1 Images de soi, images de l'autre, sur le mobile.

Pour nous plonger dans le monde visuel dans lequel ces jeunes vivent, il est important de comprendre les deux dimensions que nous avons trouvées à partir de l'utilisation de cette technologie de soi. Ces dimensions nous ramènent à la sphère visuelle, tout en parlant d'un soi :

- **la dimension narrative** qui relate des tranches de vie à partir des images (notamment photographiques), le partage des espaces et du temps, la transmission des émotions, informations et autres (à travers les SMS). Le jeune fait appel à la panoplie des moments fortement vécus.
- **la dimension ritualisante** qui est en rapport avec des enjeux de reconnaissance sociale. Le jeune vit des moments très importants (premier concert, première fois qu'il fait du motocross, réussites physiques, sportives et/ou artistiques) en devenant figure emblématique au sein du groupe de pairs. Cette dimension se révèle davantage dans les productions filmiques.

Pour la première dimension, nous comprenons que l'action photographique, que ces jeunes réalisent, va au delà d'une démarche esthétique. C'est-à-dire, quand il s'agit d'une prise collective, sous l'excitation du moment, le jeune ne cherche pas en détail à se positionner pour faire une photo ou ajouter un sens à cette image. Il prend simplement la photo, réalise l'acte qui exprime quelque chose à travers cet outil.

Par contre, le jeune n'agit pas de la même manière quand il y a des prises solitaires, notamment pour faire des autoportraits, il existe une démarche plus significative : « *Il faut qu'on soit beaux-gosses, tu vas te prendre quand t'es dans la merde ?* », nous disait Farid sur Bègles. Et c'est ici que l'esthétique joue un rôle important. Comment je me vois ? Comment je me vois pour les autres ? Comment les autres me voient ?

Cet acte de réflexion et autoréflexion nous démontre que le jeune a besoin de se mettre en scène, de jouer un rôle devant son mobile. Il a besoin de s'énoncer visuellement, il a besoin de narrer son soi. Le téléphone mobile peut être conçu comme un puissant indicateur de l'identité individuelle, il nous révèle beaucoup de choses autant sur « soi » que sur l'« autre ». Nous pouvons vérifier ces actions quand il existe des prises de photos collectives, et celles qui restent dans l'ordre de l'intime. Pour parler de ce jeune et de l'acte de prise de photo, nous devons nous reporter à son existence qui est étroitement liée à la construction d'un soi, à l'expression d'une identité, à la sensibilité expressive.

Les actions qu'il entreprend à un niveau personnel à l'égard de cet outil, engendrent de nouvelles passions, intensités, satisfactions, de nouveaux pouvoirs. Toutes les actions qu'un jeune peut réaliser avec le mobile s'articulent complètement avec son identité. Il n'existe donc aucune action humaine qui ne dépende pas d'un cadre général de répétition. L'homme organise sa vie active et intellectuelle selon des « technologies ».

Le téléphone mobile passe pour un outil personnel par excellence. Il appartient à un « soi », et ce « soi » est à la fois le « sujet en tant qu'objectivation produite par des dispositifs normatifs et travaillés par le réseau complexe des rapports de pouvoir, et une subjectivité qui se réapproprie elle-même [...] et qui simultanément se réinvente, se *produit* »³¹⁹. Cela veut dire que le jeune prête à son mobile, différentes fonctions et valeurs par rapport aux situations. Par exemple, il peut créer des échelles de valeurs d'intimité ou « d'extimité »³²⁰, du visible et de l'invisible, d'être et du paraître.

³¹⁹ REVEL Judith. *Expériences de la pensée Michel Foucault*. Paris : Bordas, 2005, p. 209.

³²⁰ Terme emprunté à Serge TISSERON, cf. : TISSERON Serge. *L'intimité surexposée*. Paris : Ramsay, 2001.

L'acte photographique à partir du mobile entre dans la dimension narrative en ne devenant pas forcément un acte de « souvenir » mais un outil pour la formation de l'identité de ces jeunes, un outil qui fait partie de leur corps. Les appareils photo des mobiles sont utilisés pour promouvoir l'utilisation d'images comme langage préféré de cette génération. Le numérique affecte sans doute les productions médiatiques des jeunes. La manipulation des images photographiques est devenue un besoin des jeunes. C'est une espèce d'auto-réorganisation continue et persistante qui est bien accompagnée par la communication instantanée et le stockage qu'offre le mobile. A cet égard, partageons ce qu'Elias nous livre quand il nous montrait ses photos dans son blog :

INT : Alors ces photos tu les a prises avec ton portable ?

E : Oui...ça c'est un truc pour mettre un sac à dos...on l'avait volé ça...c'est Samir qui a pris la photo.

INT : Ça c'est où ?

E : A la plage.

INT : En été ?

E : Non, c'était en septembre !

INT : Là vous faites quoi ?

E : Là on a pris une photo dans la fontaine de Clémenceau on est parti tous et on s'est approprié cet espace ! Là c'est avec mon cousin au lac pendant cet été là. Ces photos sont dans la tour, on prend des photos tout le temps nous.

INT : Toujours avec le portable ?

E : Ben oui ! toujours, toujours. Ça c'était au Maroc. Ça c'est le grand du quartier au Maroc. On se retrouve là-bas aussi.

INT : Tu pars souvent ?

E : Tous les étés. Cette photo c'est le quartier aussi. Saragosse 64. Tous les dimanches on sort nos quads, motos, et tout...Ça c'est un mariage !

INT : T'es classe là !

E : Oui, c'était le mariage de mon cousin...beau gosse pour un mariage !

INT : C'est important d'être comme ça ?

E : Ben oui c'est la famille ! c'est pas comme quelqu'un qu'on connaissait pas...

INT : C'est la grosse fête ?

E : Ah oui...très cher aussi ! Là dans celle-là, je suis sur la moto d'un collègue

INT : Ah cette photo j'adore !

E : T'aimes ça ?

INT : Oui, qui l'a prise ?

E : J'sais plus qui l'a pris...un collègue de la cité...là Magic, un ami, un cousin...tu vois il y a les collègues, la famille, tout le monde. Ça c'est avec un bon portable. Tu vois la qualité ?

INT : D'accord...

E : Voilà donc...(EPR, Elias, 18 ans, Pau).

Nous voyons les dimensions dans lesquelles Elias se plonge en nous donnant une idée plus claire de la quantité d'images auxquelles ces jeunes sont confrontés et l'importance de chacune de ces images. Le souvenir reste imprégné dans cette utilisation en nous rappelant que l'image photographique prise se renforce en la mettant en ligne, comme dans le cas cité. Dans l'acte photographique, le jeune produit tant pour lui que pour les autres. C'est de là que nous nous retrouvons de nouveau face à la reconnaissance et aux faits narratifs du monde numérique photographique.

Par ailleurs, la dimension narrative de ce type de production est en rapport étroit avec le jeune lui-même. Il s'agit de comprendre et de reconnaître que le jeune utilisateur joue avec son soi, assumant une complète réciprocité entre l'objet et lui-même. A partir de notre perspective communicationnelle, il s'agit de comprendre que les actes numériques « mobiles » sont une prolongation identitaire insérée dans un processus de reconnaissance. Faire référence à la « reconnaissance du jeune » signifie considérer que les pratiques et actes numériques sont développés toujours dans un but précis, par des sujets socialement construits.

Dans les pratiques numériques, les sujets sociaux se trouvent immergés dans une culture, mais en plus, ils y contribuent constamment : effort, créativité, travail de leur production. En d'autres termes, nous considérerons les sujets comme conditionnés culturellement, mais avec une relative autonomie pour agir sur le terrain de ces conditionnements. En synthèse : il n'y a pas de production « vide » ; les jeunes nous proposent des productions numériques pertinentes et significatives de leur processus d'« auto-reconnaissance subjective ». Cela veut dire qu'il est nécessaire chaque fois d'amplifier et de re-signifier les codes au travers desquels ils rendent possible les expressions de communication.

Pour la deuxième dimension, celle de la ritualité, le jeune adopte aussi diverses manières d'utilisation de cet outil de manière graphique. Vu que le mobile n'est plus un téléphone lié à un espace précis (bureau, maison, transports), il devient un instrument de communication indépendant de tout espace. C'est un téléphone qui se réfère exclusivement à l'individu. Néanmoins, le processus d'individualisation grandit de plus en plus. La communication est devenue un atout dans toutes les actions que le sujet peut

mener avec l'outil. La communication se démocratise et s'individualise pour toutes les personnes qui acquièrent un mobile.

Sadie PLANT³²¹, dans une étude transculturelle, mentionne que les adolescents japonais utilisent leurs « keitai » (mobile en langage familier) pour mener une vie plus libre loin du regard surveillant des parents. Cette chercheuse mentionne que les mobiles permettent aux prostituées de Bangkok de faire des *deals* avec des clients potentiels d'une manière plus indépendante. Le mobile est à l'origine d'une série de changements dans les sociétés qui nous invitent à repenser le concept de soi.

Cette technologie de soi ouvre aux jeunes plusieurs compétences sociales, graphiques et textuelles, dont ils se servent au quotidien. Ainsi la « production d'un soi » est inscrite dans une temporalité linéaire et permanente à chaque moment où le jeune regarde l'heure, vérifie s'il n'y a pas d'appels manqués, ou un SMS ou tout simplement s'il est là...C'est dans cette mesure que l'on peut dire que les rapports entre cet outil et le soi, sont produits subjectivement. Cela veut dire qu'ils possèdent le privilège de fonder des réactions qui seront entre autres : inventives, inauguratrices, créatives. En plus, avec la rapidité d'accès et les bienveillantes capacités de stockage du mobile, les possibilités de mise en scène de soi sont devenues illimitées.

La dimension ritualisante du mobile, concerne aussi l'utilisation filmique. Ces films, un peu moins travaillés, avec une mauvaise qualité de son, une image limitée et des séquences amateurs, deviennent en quelque sorte le registre continu d'un événement important à leurs yeux. Ces moments intenses, méritent plus qu'une photo, ils méritent la réalisation d'un film. Ainsi, le film à travers le téléphone mobile s'affirme comme une pratique d'auto-gestion et de production d'un propre discours audiovisuel. Ce rapport portable/jeune représente un cas intéressant de la culture de masse, où le jeune met au point l'aspect et le contenu du film en s'appropriant cette action.

Dans l'histoire de l'innovation technologique, l'Internet et le mobile sont exemplaires de ce qu'on appelle le *user-turn*, qui introduit le sujet usager dans le

³²¹ PLANT Sadie. *On the Mobile : The Effects of Mobile Telephones on Social and Individual Life. On the mobile, Motorola*, Global result of mobil's impact, 2001, p. 96 [en ligne] disponible sur : http://www.motorola.com/mot/doc/0/234_MotDoc.pdf (consulté le 20 août 2008), traduction personnelle.

processus d'innovation. C'est une stratégie de mise en marché qui s'appuie sur la « poétique » des usagers et leur créativité. C'est pourquoi, le téléphone mobile donne lieu à des pratiques d'expression de soi.

Parmi les jeunes observés, nous voudrions nous attarder sur Malik, un jeune de 23 ans de la cité Barleté d'Agen, qui nous raconte son lien avec les mangas. Il dessine et publie ses propres mangas sur les blogs et forums de mangas. Ses mangas sont inspirés du monde de la cité en démontrant ainsi que dans la cité ils peuvent créer leurs propres personnages. Il est aussi fan des jeux de consoles et surtout collectionneur de mobiles. « *J'en ai au moins 34 dans mon placard* » nous disait-il. C'est aussi un accro de la culture japonaise, il écoute tous les genres de musique jusqu'à s'endormir en écoutant son MP3. « *J'ai dépensé beaucoup d'argent en achetant des batteries pour mon MP3* ». En même temps il est musulman pratiquant, il va à la mosquée, il prie, il ne boit pas, il ne fume pas. « *Je suis comme ça !* » nous dit-il. Malik, à travers ces différentes facettes, se présente à nos yeux comme l'exemple d'une identité hybride, une identité qui interagit avec les nouvelles technologies. Cette « extimité technologique » nous parle d'un jeune qui construit son parcours à l'aide de ces outils et qui transgresse toute barrière sociale au sein de son quartier en montrant son soi visible physique et virtuel.

S'exprimer avec et par ces technologies numériques, par la création de contenus (photos prises par soi-même ou films réalisés au moyen du mobile, dessins de sa propre main, chansons de sa propre inspiration) ou que l'on fait sien en copiant-collant un lien, en republiant le clip d'un chanteur que l'on apprécie etc., semble signifier, pour cette génération, s'exercer à éprouver différentes réponses à la question « qui suis-je ? ». Au cours de nos observations, nous avons pu également remarquer combien les premiers films publiés dans leurs blogs, s'écrivaient suivant la procédure du « Copié+Collé ». Il s'agit d'une procédure ordinaire qui, avec le temps, devient banale. Néanmoins, ces gestes d'appropriation de contenus divers venant d'autrui, servent à avoir des idées, innover dans son répertoire et ainsi s'inscrire dans une continuité expressive de présentation de soi.

2.6.2 Expression identitaire « mobile ».

Pour comprendre mieux la configuration identitaire des jeunes, via la prise de photos, nous allons l'aborder à partir de deux types de pratiques :

- collective, qui englobe selon l'analyse sémantique : le quartier, les amis, la famille,
- individuelle, qui englobe selon l'analyse sémantique le « moi » intime.

Le jeune du quartier populaire s'inscrit dans un réseau social complexe. Au sein du groupe de pairs « il recrée et fait de la diversité et de la polysémie dans l'interaction sociale »³²². Connaître les manières et les sens que les jeunes établissent à partir de l'utilisation du portable, c'est comprendre comment ils créent et récréent des relations culturelles en utilisant les SMS, les appels et notamment, la photographie et le film.

La communication à travers le mobile et la circulation de SMS avec leurs propres codes linguistiques et paralinguistiques s'insère dans les sphères sociales d'usage. De même que les sonneries ou la variété des musiques que le mobile offre, nous renseignent sur l'utilisation propre à l'individu. Le jeune utilisateur personnalise ces éléments en réactualisant un « conflit social », c'est-à-dire, en créant une distinction symbolique d'usage et d'appropriation des codes. Avec ses besoins de communication et d'appartenance, il revendique en quelque sorte une vie « privée » au sein d'un ordre public.

Le mobile s'inscrit dans l'histoire des dispositifs techniques comme un point de rencontre entre deux filières de services, celle de la téléphonie fixe et celle des outils de communications privées. En associant dans une même technologie les fonctions de mobilité, communication et expression graphique, le mobile reconfigure d'une part, les pratiques antérieures d'expression communicative de soi, purement orale, et propose d'autre part, des modalités relationnelles différentes de communication. C'est ici que nous voulons nous arrêter pour rendre compte du schéma spatio-temporel dans lequel produisent nos enquêtés.

³²² MARTIN BARBERO Jesús. De los medios a las prácticas. *Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales*. 1990, n° 1, p. 25, traduction personnelle.

Ces nouvelles opportunités tiennent au lien étroit que le mobile permet d'établir entre la production identitaire et l'organisation du système relationnel. Les jeunes y expriment, sous formes variées, certains traits de leur identité afin de mettre cette production au service de la sélection, de l'entretien et de l'enrichissement de leur propre répertoire. Dans ce sens, ces produits configurent ce que le jeune *est*.

Dans ce cadre, selon les termes d'Armando KAUFMAN, ils se produisent dans des subjectivités et dans des processus de « génération constante où il n'y a plus d'institution qui détermine la façon absolue de la formation des sujets »³²³.

C'est l'énonciation de soi qui se met ici au centre de la scène et marque sa place dans un espace mobile. Les institutions formelles sont mises à l'écart de cette configuration nouvelle des identités. L'énonciation de soi, la narration d'un soi, sont inscrites dans des singularités propres au jeune : marques émotionnelles, SMS, langage courant, verbes exprimant des sensations, musiques bruyantes, etc. Les contenus et les actions que ces jeunes réalisent avec le mobile sont fortement attachés à leur contexte.

Mais on ressent de plus en plus dans les cultures juvéniles populaires, le besoin de construire une image et de narrer une histoire. Dans ce sens, on est peut-être devant des identités non homogènes et non excluantes. Elles sont une « construction qui se narre et c'est dans la diversité de ces narrations que les identités se construisent »³²⁴. Le lien entre narration et identité n'est pas seulement expressif, mais il est aussi constitutif et c'est dans la diversité des narrations que les identités se construisent.

Plutôt que de théoriser longuement sur cela, il est convenable de présenter des exemples concrets. Nous fournissons d'abord un premier exemple intéressant : celui de Khaled, un jeune qui nous a interpellé dès notre arrivée dans son quartier. Quand nous avons essayé de lui expliquer le projet, il a tout de suite compris ce que nous souhaitions et il nous a montré toutes les photos qu'il avait dans son portable. Regardons l'extrait de la discussion :

³²³ KAUFMAN Armando. Educación y sociedad : transformaciones culturales y nuevas subjetividades. *Curso de postgrado enseñanza de las ciencias sociales : construcción de conocimiento y actualización disciplinar*. FLACSO : Argentine, 2005, traduction personnelle.

³²⁴ MARTIN BARBERO Jesús. *Al sur de la modernidad. Comunicación, globalización, multiculturalidad*. Pittsburgh : IILI. 2001, p. 102, traduction personnelle.

N : Combien de photos as-tu ?

K : Ici ? - nous dit-il - j'en ai au moins 200, mais dans les autres j'en ai...pfff j'sais pas !

N : Les autres ? T'en as plusieurs ?

Evidemment la réponse était positive. On a passé une grande partie de l'après-midi à regarder ses photos dans les différents espaces quotidiens où il interagit : le quartier, le lycée, la ville, les proches, le bled. Parfois chaque photo avait une remarque textuelle, une catégorisation : mignonnes, racailles, « waja » (bien, en arabe), délires, kiffs, entre autres.

Ce type de catégorisation des photos nous montre le niveau de personnalisation des images. Pour reconnaître ses amis, lieux, situations, il a associé des mots utilisés par sa communauté d'intimes. Là, il ne s'agit pas de suivre la démarche classique : naviguer sur Internet pour télécharger des images. Quelques jeunes, à l'exemple de Khaled, vont plus loin. Ils créent leurs propres répertoires d'images au-delà d'un simple transfert de fichiers commercialisés. Ce faisant, ils marquent ces images de leur propre empreinte, ils les individualisent.

De manière générale, l'investissement affectif est essentiel dans la stratégie de personnalisation. La référence à certains goûts par rapport au mobile n'est pas une finalité en soi. Il importe tout autant de distinguer l'horizon relationnel qu'elle laisse apparaître. Autrement dit, à mesure qu'on associe de belles images à des personnes chères, on exprime inlassablement une remarque qui est réalisée avec un but d'organisation, de distinction, de « taggésation »³²⁵ mobile. C'est un travail toujours recommencé, car si des actions vers une photo précise sont immuables, les façons de les exprimer seront en variation constante.

2.6.3 Le mobile des jeunes : objet Mc Gyver.

Parce qu'il était considéré au début des années 1990 comme un moyen révolutionnaire de communication grâce à ses promesses techniques (ubiquité de lien, langage SMS, multifonctionnalité, portabilité, etc.), le téléphone mobile a représenté un objet de grande consommation qui a touché les jeunes en priorité. Cela a amené certaines

³²⁵ Ce terme exprime l'action de marquer ou tagger les photos. Cette « taggésation » est devenue commune dans les réseaux sociaux virtuels, notamment sur Facebook. Dans un mobile nous pouvons aussi avoir des dossiers photos pour organiser les documents et ainsi les intituler.

institutions à se questionner sur le rapport jeune/identité et mobile. Dans le rapport de l'AFOM³²⁶ intitulé : « Le téléphone mobile aujourd'hui : usages et comportements sociaux », il est dit que « l'adolescence est sans doute le moment privilégié de l'identification au mobile. C'est pendant cette période que s'affirme la personnalité individuelle, et l'usage du téléphone mobile va dans le sens de cette autonomisation »³²⁷.

En effet, dans l'âge de l'adolescence au sein de ces quartiers, le téléphone mobile joue un rôle important de socialisation. Il est considéré comme un instrument formidable de sociabilité parce qu'il assure la permanence des liens avec les pairs, la famille et les proches. Cet outil devient non seulement un prolongement du corps mais aussi un moyen de communication avec lequel on peut transposer notre identité. Pour certains jeunes le portable est leur chouchou, leur nounou, leur objet McGyver...ils peuvent tout faire avec lui, allant même jusqu'à « dormir avec lui ». Nous citons l'exemple d'Ibtissamme avec qui nous avons passé pas mal de temps. Elle nous a montré sa relation fusionnelle avec cet objet et les manières dont elle s'en sert comme « sa chose », par référence, préférée.

- INT : Et ton portable maintenant ? (en nous montrant la photo prise de quatre portable).*
- IB: Mon portable ? Ah oui mon portable je peux pas vivre sans mon portable !*
- INT : Mais lequel c'est le tien ?*
- IB: Les quatre. C'est, enfin j'avais les quatre mais c'est celui là maintenant que j'ai.*
- INT : Ça c'est les anciens ?*
- IB: Oui, et je les ai chez moi.*
- INT : Tu les conserves ?*
- IB: Oui j'en ai au moins sept – rires-.*
- INT : Sept en tout ?*
- IB: Oui. – Rires -. Ils sont dans une boîte. Mais là, sans les téléphones que j'ai perdus. Mais c'est à chaque fois je casse ou soit je les perds ou – rires – voilà.*
- INT : Tu dis que tu peux pas vivre sans ton portable ?*
- IB: Ah oui je peux pas vivre sans mon téléphone, il dort à coté de moi c'est sa place ici, il est très important pour moi le téléphone je pense. Quand je l'oublie, il faut que même si je suis loin, je rentre à la maison pour le prendre, il fait partie de ma vie maintenant, partout où je vais, je prends des photos, je filme, j'appelle, j'envoie des SMS, c'est tout... (EPR, Ibtissamme, 21 ans, Agen).*

³²⁶ AFOM : Association Française des Opérateurs Mobiles.

³²⁷ AFOM. Le téléphone mobile aujourd'hui. Usages et comportements sociaux. Paris, CELSA/GRIPIC, 2007, p. 110. Disponible sur : http://www.afom.fr/v4/STATIC/documents/rapport_gripic_integrale.pdf

Nous voyons que le portable prend une place véritablement importante dans la vie d'Ibtissame. Une place qui convoque l'intimité et « l'extimité » en même temps. Une place paradoxale au quotidien, jusqu'au soir. Ce phénomène renouvelle les formats traditionnels de surexposition de soi en entrant dans la sphère publique à tout moment, en retraçant les moments les plus dignes d'être « montrés ». Le portable est désormais l'outil par excellence de l'éphémère et de l'irréfléchi mais qui « médie » toutes les productions médiatiques suivantes : mise en ligne des photos et films sur mon blog, partage des photos, des *streamings* vidéos téléchargées, musiques et parfois lieux de travail.

Zoeur, rappeur de la cité de Tapie sur Agen, nous raconte comment le portable est devenu son allié intime pour sa création musicale, et notamment pour l'écriture de ses chansons :

Z : J'ai mes textes dans le portable. En fait et ils sont pas tous forcément dans ma tête, parfois je chante en lisant mon portable aussi.

INT : Et ces textes tu les a copiés d'un cahier ou est ce que tu les écris directement dans ton portable ?

Z : Ben ça dépend. En fait quand je suis au travail et que j'ai l'inspiration qui vient comme ça j'écris directement sur le portable vu que j'ai pas de papiers ni de stylo sur moi, le téléphone il est sur moi au travail et tout.

INT : Et ça reste là ? t'as jamais envoyé ces textes à personne, à ton frère, à Icham, à... ?

Z : Non, je les envoie pas mais je leur dis ce que j'écris.

INT : Et t'as tous tes textes là ou simplement certains ?

Z : Non, certains. Quelques petites parties que j'ai pas finies. Ceux qui sont en cours ouais, je peux le relire quand je veux, je rajoute une phrase, bouger la phrase. Quand j'ai le temps je travaille dessus. Quand j'ai quelque chose qui me passe par la tête je le travaille directement. Je préfère ça plutôt qu'un papier parce qu'après le papier c'est... je sais pas je préfère directement au portable. (EPR, Zoeur, 22 ans, Agen).

Zoeur nous montre un fois de plus la capacité que cet outil peut apporter aux jeunes, notamment dans le cadre expressif : permettre la saisie pour l'utilisation des « notes » ou pour la création d'un « message sans destinataire », par exemple. Zoeur nous montre que les agencements textuels, visuels et sonores que le portable offre, aident à l'expression d'un « soi textualisé, visualisé, sonorisé » qui, en restant dans son intimité (ma tête, ma pensée, mes inspirations), se ferait voir, lire et écouter par les autres.

Le portable est aussi une espèce de plateforme mobile d'expression dans laquelle les jeunes vont insérer une partie de leur identité. Ils vont s'approprier de manière personnelle et bricolée cet outil. C'est pour cette raison que le paradigme expressiviste semble plus approprié qu'une autre version de ce que certains auteurs intitulent « amateurisme ». Dans notre cas, nous mettons l'accent sur ce qui est produit et sur le caractère « extime » des productions qui s'enchaînent à partir de quelques utilisations.

On peut prendre encore l'exemple de Sarah, sur Thouars, qui elle aussi utilise son portable comme un outil « d'extimité ». Elle ne veut pas se « faire voir » par les autres pour garder son intimité :

Avec mon portable je fais des photos. Ceux qui regardent mon portable ils les regardent hein ? ils regardent qui je suis. Je ne les mets pas sur mon ordinateur. C'est ma vie personnelle, surtout quand on fait un album [de musique] il faut au contraire. Il faut pas qu'on montre notre vie personnelle. Il faut qu'on montre la chanteuse pas ce qui est derrière. C'est vrai, mais il faut dire c'est qui est quoi - rires -. (EPR, Sarah, 15 ans, Talence).

Avec cet exemple nous rappelons que, dans l'espace médiatique de ces quartiers, il y a des règles à respecter. Dans le médiascape des quartiers populaires, les identités se trouvent dans un flux constant d'images et de technologies même s'il existe des impératifs du respect et de recul. Le mobile assure une prise importante de photos, la création de films, les appels illimités, des possibilités parallèles de retouche ou de connexion via bluetooth, infrarouge, Internet. On démocratise en quelque sorte les désirs d'expression donnant accès à tous à la reproduction de leurs propres « productions ».

Tout cela se réalise avec l'authenticité propre que le jeune essaie d'avoir au sein de son espace de mobilité. Le sentiment de « vie artistique » vécu dans les quartiers appelle une pratique de liberté, une pratique de « monstration » et surtout une pratique de création : le manque de reconnaissance de ces artistes fait que ces jeunes cherchent par leur propre biais à se faire connaître. En ce sens, les nouveaux outils de communication offrent une multitude de possibilités qui accompagnent, amplifient, traduisent, canalisent cette énergie « artistique », en quelque sorte démunie face aux marchés hégémoniques musicaux. Le mobile ne détermine pas mais modifie l'intensité et le degré de l'expressivité.

CONCLUSIONS.

Au terme de cette troisième partie, il convient d'indiquer que nous avons construit nos résultats en fonction des analyses sémantiques réalisées à l'aide du logiciel SEMATO. Cela nous a permis de cibler plus précisément les thèmes à traiter.

Dans un premier temps, nous avons présenté les différentes caractéristiques des productions médiatiques comme biais de l'expression numérique de soi. Ainsi, nous avons constaté que lors du processus de production médiatique, qu'elle soit individuelle ou collective, les jeunes développent des modes d'insertion technologique et créative dans les productions. Nous avons ainsi relevé les règles avec lesquelles les jeunes créent et les différents niveaux de structuration qu'ils acquièrent pour la réalisation du produit final. Dans cette structuration, nous retrouvons un cadre spatio-temporel qui varie selon les quartiers observés et selon aussi les productions médiatiques réalisées.

Cette partie nous a permis de définir plus clairement le *médiascape* créatif dans lequel les jeunes vivent, ainsi que les pratiques et utilisations de certains outils médiatiques servant à la construction symbolique de leur quartier et lieux de vie. Ces outils sont désormais les accessoires de la culture jeune. Nous avons vu qu'ils ont imprégné la vie des jeunes, donnant naissance à des formes uniques de communication. Ces jeunes conquièrent leur autonomie et leur quête identitaire au moyen de nouveaux modes de communication, de nouvelles formes d'amitié, d'auto-expression en « technologisant » leur soi à chaque étape de leur vie.

Pour la deuxième partie de ce chapitre, trois lieux symboliques de production médiatique se dégagent de l'analyse :

- le blog en incluant le MySpace comme lieu d'échappatoire virtuelle permettant la mise en scène de soi,
- le film en tant que vecteur d'identité (réalisé avec des caméscopes numériques ou des téléphones mobiles, avec ou sans soutien institutionnel),
- le portable en tant qu'objet de transposition identitaire.

Ces technologies de soi donnent de nouvelles opportunités pour se donner à voir, pour exister quelque part. Les médias constituent une force de légitimation de soi pour ces jeunes qui n'ont pas une reconnaissance « formelle » de la société. Lors de l'analyse nous

voyons que la construction identitaire passe désormais, pour ces jeunes, par des technologies qui s'inscrivent dans la mobilité, le cadre spatio-temporel et l'expressivisme numérique. Ces moyens d'expression, assurent la base d'une remarquable création, imagination et engagement avec ces technologies.

Par cette utilisation le jeune explore un monde et une posture plus engageants pour lui. Ces « natifs digitaux » bricolent leur identité en ajoutant à leur univers la dimension négociée du « tout visuel ». Ces formes de productions créatrices apparaissent comme lieux d'expression identitaire personnelle, comme des lieux qui répondent au mieux à leur désir de se « faire ». Quant à l'objectivation réflexive du blog par exemple, ces jeunes vont nous montrer la dimension politique que cela engage au sein du quartier. Une dimension qui donne un sens au monde, hors des médiations de type famille ou école. Notamment les jeunes rappeurs rencontrés nous ont livré leurs revendications et leurs désirs médiatiques.

Les productions médiatiques deviennent ainsi des pratiques d'autoréalisation du sujet qui correspondent à une certaine libération de la parole. Les films ainsi que la photographie, au-delà de l'esthétique, sont des vecteurs privilégiés de l'identité, nous ramenant ainsi à l'émancipation de soi que nous avons comme l'une des hypothèses de ce travail. Cette conversion aux technologies de soi offre l'opportunité de ne pas rester esclave de ses désirs. Le souci de soi est aussi le souci de ses frères, de sa communauté. En montrant ce qu'ils font, ce qu'ils vivent, ils sont en train de se confronter à la culture hégémonique du visuel « bien faite » montrant leur propre forme de vie, un quotidien chargé d'affectif. Dans cette partie nous avons aussi développé la part des identités sexuelles, notamment des filles qui vivent dans ces quartiers et qui ont un énorme désir de produire médiatiquement autant qu'elles le veulent.

Néanmoins, ces technologies ne peuvent pas être permissives pour tous, ne peuvent pas accomplir leur mission d'expression libre et totale, remettant en question la place et le rapport qu'elles ont avec les filles et le sexe féminin, au sein de ces quartiers. Ces enjeux identitaires nous montrent que ces objets culturels ne nous permettent pas encore d'explorer des réponses plurielles à la question identitaire, notamment à celle qui est « sexuée ».

CONCLUSIONS GENERALES.

La thèse présentée est divisée en trois parties et a cherché à comprendre comment les productions médiatiques contribuent à la construction identitaire des jeunes au sein des quartiers populaires d'Aquitaine.

Pour répondre à ce questionnement nous avons mobilisé des connaissances théoriques à travers une recherche bibliographique approfondie, notamment sur les rapports des jeunes avec les « technologies numériques de soi ». Sur ce plan, nous avons puisé de nombreuses références en Sociologie, Philosophie, Ethnologie, et bien évidemment en Sciences de l'Information et de la Communication, notre discipline. C'est ainsi que nous concluons que ce travail de théorisation a été un travail interdisciplinaire et interculturel au vue des références internationales mobilisées.

Cette étude a combiné trois techniques de recherche qualitative formant ainsi une triangulation complémentaire des outils de recherche. Ces trois méthodes : observation participante, journal de bord et Entretien Photo Réflexif (EPR), se sont déroulées auprès d'une population jeune (15-25 ans) des quartiers populaires ou Zones Urbaines Sensibles (ZUS), sur cinq municipalités différentes d'Aquitaine : Talence, Bègles, Floirac, Agen et Pau. Nous avons réalisé nos observations et la mise en place de ce dispositif de recherche avec une durée d'environ un mois et demie dans chaque municipalité. Cela nous a permis de conjuguer la théorie et la triangulation méthodologique, pour obtenir des résultats plus complets et pertinents à nos yeux.

Aborder la construction identitaire des jeunes, d'un point de vue communicationnel, a suscité plusieurs questionnements car nous nous sommes retrouvée face à un champ très large de recherches. C'est pour ces raisons que nous avons confronté ce concept aux notions développées par les *Cultural Studies*. Nous sommes arrivée à situer l'identité « jeune » dans un espace et flux médiatique contemporain. De cette manière nous avons ciblé plus précisément le concept identitaire. Ensuite, il a fallu le mettre en rapport avec ce que nous définissons comme « productions médiatiques ». Pour cela nous avons découvert les nouvelles tendances théoriques de la communication qui mettent en évidence la rhétorique de la légitimation de soi à travers des pratiques

médiatiques. Cela nous a permis d'introduire nos concepts principaux : celui de l'identité narrative, développé par Paul RICOEUR ; celui de l'expressivisme, développé par Charles TAYLOR et celui des médiations, introduit par Jesús MARTIN BARBERO.

Ces trois auteurs ont alimenté la notion non-essentialiste de l'identité, présentée et défendue tout au long de cette thèse. Le fil conducteur se trouve sans aucun doute dans le cadre interactif des nouvelles technologies envers les médiations, qu'elles soient familiales, éducatives ou amicales. Pour les jeunes de ces quartiers les actions numériques menées par eux-mêmes (actions numériques de soi), leur donnent la possibilité d'aménager des conditions pour une expressivité et une création à travers ces outils numériques.

En restant sensible à l'interdisciplinarité de ces concepts, nous avons cherché à répondre à nos trois hypothèses de travail, qui ont été confirmées par la suite :

- Les actions numériques du jeune participent à la construction de son *médiascape*, ou médiapaysage, quête d'une émancipation de soi.
- Les processus de production médiatique déterminés par les médiations, servent à particulariser leur environnement social et leur cadre spatio-temporel.
- Les produits médiatiques leur permettent de narrer leur soi et de s'insérer dans une culture expressive authentique de quartier populaire.

Ces hypothèses ont toutes été confirmées par les résultats du terrain. Néanmoins, nous ne pouvons pas évoquer celles-ci sans redessiner le cadre de recherche, les difficultés traversées et les innovations méthodologiques réalisées qui ont suscité certains doutes tout au long des terrains.

Un processus de recherche cathartique.

Nous avons développé, au cours de la deuxième partie, les difficultés les plus importantes rencontrées lors de notre immersion sur les terrains. Cela nous permet de

rebondir une fois de plus, sur ce processus académique qui a été un moment d'apprentissage, de maturité et de questionnement en tant que chercheuse. Dans ce processus nous avons aussi bénéficié de l'opportunité du travail en équipe, d'un encadrement mixte et surtout d'un soutien économique sans lequel le dispositif aurait peut-être changé. Etant donné l'implication que nous avons eue sur le terrain, nous avons parfois utilisé, lors de la rédaction, la première personne, laissant justement au lecteur les témoignages purs et naturels tels que nous les avons vécus.

Ce processus académique, a été un processus libérateur, où nous avons aussi redécouvert notre identité bolivienne et notre métier de chercheuse pluridisciplinaire en SIC. Deux logiques ont émergé de ce processus : la première qui définit la chercheuse comme un objet lui-même de quête. Cela veut dire que nous avons trouvé une sorte de mimétisme avec les enquêtés, focalisant ainsi notre découverte dans une recherche plus large et étendue, faisant preuve de courage, pertinence et engagement tout au long de cette étude.

La deuxième logique consiste à délimiter le corpus à travers des analyses poussées (logiciel et catégorisation des entretiens). Cela veut dire pour nous, enfermer « le jeune » dans une donnée ou un document. Ce travail nous a demandé une concession, entre ce qui est de l'ordre humain, et qui restera toujours ainsi pour nous, et ce qui de l'ordre scientifique, et qui donnera une visibilité académique à cette thèse. En effet, face à un domaine assez familier pour nous, il a été nécessaire de concilier le « recul » et les diverses interactions intra-quartiers que nous avons créées.

Pour finir nous voulons signaler la mise en place de cette enquête avec tous les aspects de valorisation de la recherche réalisée par la suite : projections du film, expositions photos et débats, servant à la contribution et à la réflexion des enquêtes menées au sein des populations sensibles, ainsi que les réflexions autour de la construction identitaire dans le paysage médiatique moderne.

Enjeux de narration et expression numérique de soi.

Des enjeux identitaires forts sont donc sous-jacents. Nous avons trouvé quatre lieux symboliques de production médiatique qui répondent à nos hypothèses : le blog, le

film, le MySpace et le téléphone mobile. Ces lieux nous les avons appelés des productions médiatiques expressives, sachant que ces créations faites par soi-même ou faites siennes forment la matière à modeler pour exprimer l'identité. C'est pourquoi, il est possible de répondre de manière affirmative à l'hypothèse sur la participation des actions numériques à la construction d'un médiascape. Ces technologies numériques, représentent un bon catalyseur pour l'émancipation de l'individu. Nous mettons l'accent sur l'émancipation en donnant naissance à un « soi » libre de s'exprimer sous les formes diverses de communication qui lui sont offertes. Les jeunes de ces quartiers, vivent dans un enfermement physique (par la structure des bâtiments) et moral (par leur condition socio-économique et culturelle). Ce sont ces conditions qui nous amènent à confirmer notre hypothèse : la construction de leur médiascape constitue une réponse aux nouvelles formes d'émancipation de ces jeunes.

Dans les diverses productions médiatiques de ces secteurs populaires, les identités sortent du stéréotype donnant un caractère interpellateur aux productions médiatiques. Le délibéré technique à travers l'expression numérique et le problème de la participation citoyenne se trouvent justement au carrefour de leur médiascape. L'insertion de ces productions médiatiques au sein de leur quartier est le nœud dans lequel le sens de l'émancipation s'est fait jeu, critère et processus de reconnaissance. Les productions médiatiques ne peuvent pas se penser isolément de la réflexion et de la décision collective des jeunes qui sont pourtant sur des horizons politiques qui leurs sont propres. Ces productions ne sont pas les derniers espaces dialogiques de confrontation avec autrui, mais des espaces politico-culturels où l'émancipation de soi est une stratégie identitaire.

Dans l'émancipation de soi, les usages des technologies numériques de « soi » pour rendre compte d'un soi, libèrent, dans la mesure où ils arrivent à particulariser leurs territoires, leurs paroles, leurs langages, leurs musiques, leurs temporalités envers « les autres ». Le soi donc, s'émancipe par le biais de nouvelles technologies laissant de côté les structures traditionnelles. Ces technologies donnent naissance à de nouvelles formes d'expression parmi d'autres déjà existantes comme le *slam* ou le Rap. Ces expressions se mélangent et coexistent avec certains comportements, règles, routines, temps et espaces précis.

La deuxième hypothèse nous renvoie aux différents processus de production médiatique qui sont déterminés par les médiations. Ces dernières servent à particulariser leur environnement social et leur cadre spatio-temporel. Les technologies numériques de soi accentuent l'accélération de la vie des jeunes en se transformant en instruments efficaces d'usage du temps et de l'espace. La production médiatique de ces jeunes est submergée dans un contexte spécifique. Nous avons démontré tout au long de ce travail, que l'espace (le quartier), est un élément constitutif de l'identité de ces jeunes. Cet espace est un lieu qui, en se mariant aux produits médiatiques, révèle encore plus l'identité territoriale de ces jeunes. Cet espace peut être lu de deux manières : un espace donné et un espace construit.

Le premier fait référence à l'espace que les producteurs construisent quotidiennement, à travers l'interaction et les relations interpersonnelles très ancrées dans les quartiers. Il existe aussi dans cet espace des marques symboliques qui garantissent les retrouvailles, la continuité, la reproduction et surtout l'idée de savoir qui on est ? (le Centre Social, Bâtiment E, F, G, A...., kebab, centre commercial, le coin, le parc, entre autres). L'espace donné est donc une extension propre au jeune, un scénario concret où le jeune se place et où il trouve la principale inspiration pour créer son produit médiatique.

Quant à l'espace construit, il s'agit de l'interpréter comme le filtre à partir duquel les jeunes trouvent leurs repères identitaires ressemblants. Cela veut dire qu'un espace construit est l'espace de renonciation à la différence, l'espace « d'eux », donnant naissance aux « nous ». C'est l'espace d'une lutte symbolique, un espace qui suppose l'intégration du « nous » parce qu'ils portent les mêmes stigmates (arabe, noir, racaille, chômeur, branleur, etc.). Cette lutte pour les identités culturelles est une lutte contre l'hégémonie qui désigne certaines identités.

C'est pour cela que nous pensons que les productions médiatiques citées en tant qu'espaces elles aussi, sont une très bonne façon de transformer les **stigmates** en **emblèmes**, pour faire valoir, de manière positive, les traits négatifs qui leur ont été assignés.

Dans cette même hypothèse, nous trouvons que les médiations jouent le rôle de canaliseurs culturels. Elles sont sous la dépendance des constructions médiatiques insérées dans la culture de ces jeunes. Ce sont les composantes des actions numériques qui

mobilisent les rapports entre le produit médiatique et l'identité du jeune. Le dialogue qui existe entre le jeune et ses médiations, lors d'une production médiatique, permet de reconnaître et d'expérimenter une existence avec plusieurs perceptions du monde qui l'entoure. Cela contribue à l'amplification des horizons du fait « public », à la mise en scène et à la théâtralisation d'un soi ouvrant un débat sur le rôle véritable des médiations dans les productions médiatiques.

Il est donc primordial de concéder d'autres outils à ces jeunes pour leur permettre de continuer à s'exprimer, se construire et élaborer leurs propres images du monde. Mais tout cela avec une précaution : les productions médiatiques populaires tendent à reproduire (et non à problématiser) non seulement avec leur forme, les produits médiatiques dominants, mais aussi les représentations stéréotypées qu'ils contiennent. Mais n'en restons pas là, il y a aussi une autre constatation qui émerge : quand ces jeunes « différents » expriment leur propre voix à travers leurs propres productions médiatiques ils tombent dans la fantaisie de l'existence d'un langage non généralisé ou générique et par conséquent non compris. Cette chute peut être un moyen efficace d'auto-marginalisation dans la conquête de l'espace public et dans la lutte pour la signifiante. Nous avons vu cela avec certains blogs et films.

Le mouvement médiatique expressif populaire.

L'ultime hypothèse évoque la narration et l'expression de soi à partir des produits médiatiques. Elle a aussi une réponse positive. Le travail expressif à travers lequel ces jeunes *performent* leur identité, au moyen des technologies digitales retenues lors de l'analyse, rejoint ce que nous pouvons intituler : *la démocratie médiatique de soi*.

Nous voulons souligner que même si ces jeunes tombent parfois dans une « nouvelle marginalisation » (à cause de leurs propres codes), ils essaient néanmoins de construire des espaces accessibles à tous. Nous avons observé que cette « *démocratie médiatique de soi* », est à la fois un espace de revendication et un espace de lutte. Revendication dans le sens où la culture quotidienne commence à gagner en crédibilité par l'usage de médias et l'utilisation plus professionnelle des nouvelles technologies comme vecteurs revendicatifs de soi ; c'est le cas du groupe « En attendant Demain » et tous les autres producteurs de films que nous avons découverts pendant le travail

d'enquête. Lutte pour défendre leur identité, leur « autonomie » territoriale, leur propre sociabilité mais en se reformulant constamment par le biais des technologies numériques ou autres modes d'expression. Ce capital symbolique est au milieu d'échanges, de mises en scène, d'allongements graduels de l'usage des blogs et autres. Il permet une esquisse de leurs pratiques sociales « en » et « hors » ligne, et définit la manière dont ces jeunes intègrent les technologies numériques de soi à leur vie sociale, indépendamment des potentialités techniques qui leur sont offertes.

Au sein des propositions théoriques de la culture de soi dans un contexte populaire comme le nôtre, on peut considérer qu'à travers les blogs, les MySpaces, les photos prises sur les mobiles et les films, il s'agit pour le jeune d'expérimenter et d'explorer des réponses plurielles aux questionnements identitaires individuels. En s'exprimant sur les différents supports technologiques et en créant ces œuvres expressives multimédiatiques, nos enquêtés ont la possibilité de styliser celle ou celui qu'il pense ou voudrait être, de l'exposer et, en retour, d'espérer des formes de validation intersubjective et de reconnaissance par autrui, du caractère authentique de ce bric-à-brac « identitaire » que représente son monde. Les productions médiatiques d'expression et de narration individuelles et, surtout de « communication sociale », confèrent une capacité d'agir, donnent un certain pouvoir et, en cela, elles répondent à un besoin profond : celui de s'exprimer, dire ce que l'on pense, comme manifestation authentique de ce que l'on est.

Dans ce sens, les productions médiatiques que ces jeunes créées rentrent dans la sphère d'un expressivisme populaire donnant naissance à des éléments constitutifs de leur identité. Nous devons comprendre ces productions médiatiques à travers le jeune et ses actions numériques. C'est pour cela que l'observation participante, nous a servi à mieux cerner les actions avec lesquelles ils resymbolisent leur espace. Ces jeunes se sont dotés de formes d'organisation profondément ritualisantes, qui socialisent de manière successive le « groupe », un autre trait de construction identitaire du jeune. Le groupe laisse donc entrevoir « les compétences culturelles » que ces jeunes acquièrent devenant ainsi des phénomènes opératoires socialisants.

Face à cette « atomisation », nous trouvons que le jeune arrive à narrer son soi à travers une organisation informelle qui possède ses propres routines, normes et représentations. Ces plateformes d'expression numérique, transposent un discours

relativement contrôlé par le jeune. Ces discours (audiovisuels en général) circulent, médiés par le lieu social, les institutions, la famille, les amis, en devenant légitimes dans leur réalité. Ces jeunes saisissent certaines valeurs qu'ils mettent à jour à travers leurs productions et pratiques médiatiques. Dans cette actualisation ils maintiennent la dynamique du quartier et leur structuration personnelle envers ce territoire. C'est-à-dire, qu'il existe un processus de « sortie » et d' « arrivée » des productions médiatiques qui engendre une circularité spécifique aux créateurs. Ainsi les jeunes acteurs soutiennent, réalisent et revivent l'identité collective et différentielle, condition pour l'existence des groupes de jeunes au sein des quartiers.

Nous présentons ci-dessous une figure qui représente ces idées :

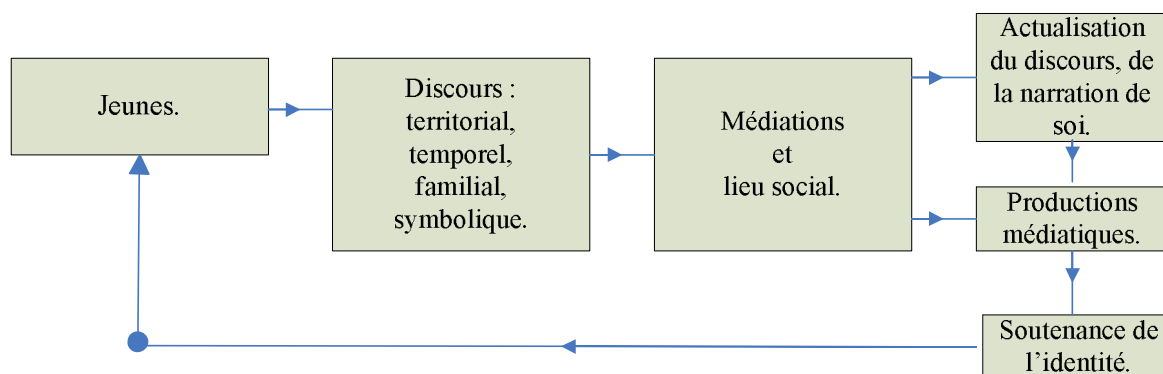


Figure 11. Circularité du fait identitaire et des productions médiatiques.

Dans cette circularité nous pouvons voir que ces jeunes tiennent une organisation qui n'est pas nouvelle. Dominique PASQUIER mentionne que ces cultures populaires offrent des ressources plus développées de manière stylistique : « ce n'est pas un hasard si les musiques d'origine ethnique, comme le Rap, suscitent un travail de représentation de soi plus actif »³²⁸. Nous sommes face à des cultures qui construisent, depuis des années, leurs propres productions artistiques. Avec notre recherche nous avons approfondie une partie de la panoplie de pratiques culturelles ancrées au sein de ces quartiers.

La culture industrielle massive offre aux jeunes des quartiers une matrice d'organisation-désorganisation des expériences temporelles, très compatibles avec les

³²⁸ PASQUIER Dominique. Op.Cit., p. 162.

déstructurations que suppose la vie en ZUS, la relation fragmentée et atomisée du social. Néanmoins, ces cultures jeunes sont engagées avec une conception moderne des industries de masse et des technologies numériques. Cet engagement nous le nommons « mutation symbolique », car ces jeunes ne s'intéressent pas aux possibilités infinies de ces outils. Ce qu'ils veulent c'est renforcer leurs liens amicaux, participer de manière active à leur réalité en établissant ainsi une pratique herméneutique basique de leur dynamique d'existence, tout en construisant une mémoire collective et « communale ».

Perspectives participatives d'éducation aux médias.

Ce travail de recherche de nature multidimensionnelle a répondu à des questionnements autour des identités et productions médiatiques. Nous croyons que la perspective de futurs travaux de recherche sur les quartiers populaires peut aborder plus profondément les politiques d'éducation aux médias mises en place au sein de ces ZUS. Il existe certains obstacles dans la lecture et la compréhension de ces nouvelles technologies qui méritent le développement de politiques alternatives pour une éducation plus critiques aux médias.

Le fait créateur et d'expression que ces médias offrent doit avoir une limite. L'inertie et l'individualisme numérique, a créé déjà plusieurs débats et problèmes au sein de nos sociétés (la mise en ligne des suicides collectifs, l'anticipation en ligne des massacres ou l'extrême violence de certaines vidéos amateurs) nécessitent une attention spéciale. Nous avons vu, au sein de ces terrains, l'incroyable facilité d'organisation, parfois violente, devant des menaces économiques, sociales et même éducatives. Cela nous donne une idée de la force et du contact permanent existant dans ces quartiers et donc du « pouvoir » que les jeunes ont, quand ils peuvent s'exprimer par le biais des médias.

Nous nous retrouvons face à de nouveaux questionnements sur la *décentralisation* communicationnelle qui se traduit par des *dérégulations*, c'est-à-dire, par la non implication de l'Etat et de ses institutions envers ces populations. Dans ce cadre, la fragmentation des quartiers populaires, et notamment des jeunes, peut susciter un débat plus profond sur le fait citoyen, sur les réductions de l'expansion des biens symboliques et sur le modèle communicationnel dominant qui diminuent leur représentation sociale. Sommes-nous devant une reconstruction de la critique sociale qui cible ces jeunes comme

prioritaires ? Quelles pourront-êre les nouvelles manières de présenter un « soi critique » sous l'œil des technologies numériques ? Que faire de la culture jeune populaire dans le cadre des institutions formelles ? Comment donner aux jeunes la possibilité de démocratiser leurs paroles ?

Il y a encore beaucoup de chemin à parcourir au sein de ces quartiers. Il faut affiner nos théories, améliorer nos instruments de recherche et collectes d'informations, travailler beaucoup depuis l'intérieur de ces réalités en trouvant des méthodes participatives et novatrices. Plusieurs projets de recherche se dégagent à partir de cette thèse. La nécessité palpable des jeunes d'avoir une représentativité dans les mass-média peut nous amener à proposer des projets autour de l'audiovisuel participatif. Dans ce registre, les jeunes et populations des quartiers populaires pourront créer leurs propres repères à partir de leur propre culture. Nous croyons que la communication est, dans un sens profond, une action transformatrice des acteurs sociaux dont nous, en tant que chercheurs, faisons partie au quotidien.

BIBLIOGRAPHIE

BIBLIOGRAPHIE GENERALE

ABBAS Yasmine, DERVIN Fred. *Technologies numériques du soi et (co)-constructions identitaires*. Paris : L'Harmattan, 2009.

AFOM. Le téléphone mobile aujourd'hui. Usages et comportements sociaux. Paris, CELSA/GRIPIC, 2007, p. 110. Disponible sur : [http:// www.afom.fr/v4/STATIC/documents/rapport_gripic_integrale.pdf](http://www.afom.fr/v4/STATIC/documents/rapport_gripic_integrale.pdf) (consulté le 20 avril 2008).

AGIER Michel. *L'invention de la ville : banlieues, townships, invasions et favelas*. Paris: Archives contemporaines, 1999.

ALBO Xavier. *Educar en la diferencia. Reforma educativa*. La Paz : UNICEF/CIPCA, 2002.

ALLARD Laurence, VANDENBERGHE Frédéric. *Express yourself ! pages perso. Entre légitimation technopolitique de l'individualisme expressif et authenticité réflexive peer to peer*. Réseaux, 2003, n°1.

ALLARD Laurence. L'impossible politique des communautés à l'âge de l'expressivisme digital. *Sens public*, 2008, n° 7/8.

ALLARD Laurence. *Emergence des cultures expressives, d'internet au mobile*. Médiamorphoses, 2007, n° 21.

ALLARD Laurence. *Termitières Numériques. Les blogs comme technologies agregatives du soi*. Multitudes, 2005, n° 21.

ALLARD Laurence. Qui a peur des Post-Colonial Studies en France ? : A propos de Paul Gilroy, L'atlantique noir. Modernité et double conscience, et de Nacira Guénif-Soulimas et Eric Macé, Les féministes et le garçon arabe [en ligne] *Multitudes*, 2004-2005, n° 19. Disponible sur : <http://multitudes.samizdat.net/Qui-a-peur-des-Post-Colonial>

ALLARD Laurence. Dire la réception. Culture de masse, expérience esthétique et communication. *Réseaux*, 1994, n° 68.

ALLARD Laurence, BLONDEAU Olivier. La racaille peut-elle parler ? Objets expressifs et émeutes des cités : Paroles publiques: Communiquer dans la cité. *Hermès*, 2007, n°47.

AMRI Mahdi. *Culture technologique : la dimension sémio-anthropologique du téléphone mobile chez les étudiants étrangers de Bordeaux. Enquête de terrain*. Sciences de l'information et de la communication. Bordeaux : Université Michel de Montaigne Bordeaux 3, 2009, 304 p.

AMORIM Marilia, MONS Alain, LOCHARD Guy et alii. *Images et discours sur la banlieue*. Toulouse : Erès, 2002.

APPADURAI Arjun. *Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation*. Paris : Payot & Rivages, 2005.

APPADURAI Arjun. *Géographie de la colère. La violence à l'âge de la globalisation*. Paris : Payot & Rivages. 2007.

AQUATIAS Sylvain. *Jeunes de banlieue, entre communauté et société*. Socio-anthropologie [en ligne]. 1997, N°2. Disponible sur : URL : <http://socio-anthropologie.revues.org/index34.html> (Consulté le 11 mars 2008).

Aquitaine Europe Communication (AEC). L'Aquitaine Numérique. Lettre d'information, n°17, septembre-octobre 2008.

ARDEVOL Elisenda, SAN CORNELIO Gemma. Si quieres vernos en acción : YouTube.com. Prácticas mediáticas y autoproducción en Internet. *Revista Chilena de antropología visual*, 2007, n° 10.

ARKANA Keny. *La rue nous appartient*. [CD] Album : Désobéissance, 2008.

- ATHABE Gérard. Ethnologie du contemporain et enquête de terrain. *Revue Terrain*, 1990, n° 14.
- AVENEL Cyprien. *Sociologie des « quartiers sensibles »*. Paris : Armand Colin, 2007.
- AVENEL Cyprien. *Les adolescents et leur cité, dans les « quartiers »*. *Revue Enfance & Psy*, 2006, n° 33.
- AUGE Marc. *Le sens des autres*. Paris : Fayard. 1994.
- BARTHES Roland. *La chambre claire. Note sur la photographie*. Paris : Gallimard, Le Seuil, 1980.
- BARTHES Roland. *Œuvres complètes*. V, Paris : le Seuil, 1977-1980.
- BACON Francis. *Novum Organum*. [en ligne] Nouv. Traduction en Français par LORQUET. Proœmium, Intauration Magna. Paris : L'Hachette, 1857. Disponible sur : <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k201287p.image.f3.langFR.pagination> (consulté le 21 décembre 2006).
- BANKS Marcus. *Using visual data in qualitative research*. London : Sage Publications, 2007.
- BANKS Marcus. *Visual research methods*. *Social research update*, 1996, n° 11.
- BATESON Gregory, BATESON Mary Catherine et alli. *La peur des anges*. Paris : les Éditions du Seuil. 1989, p.216.
- BAUDRY Jean-Louis. *Les images*. Paris : Éditions du Seuil Doullens ,1963.
- BAUDRY Patrick. *Violences invisibles : corps, monde urbain singularité*. Paris : Passant, 2004.

- BAUMAN Zygmunt. *Identity : Conversation with Benedetto Vecchi*. Cambridge : Polity, 2004.
- BEAUSCART Jean-Samuel. *Sociabilité en ligne, notoriété virtuelle et carrière artistique*. Réseaux, 2008, n° 138.
- BECKER Howard. *Les photographies disent-elles la vérité ?* Ethnologie Française, 2007, vol. 37.
- BELKHAMSA Sarah, DARRAS Bernard. *Culture matérielle et construction de l'identité culturelle. Discours, représentations et rapports de pouvoir*. MEI, 2007, n° 24-25.
- BENOIST Jocelyn. *Etre soi-même : Heidegger et l'obsession de l'identité*. Revue philosophique de Louvain, 1996, vol. 94, n° 1.
- BERNIER Bernard. L'intervention sociale. In : MEYER-RENAUD Micheline et LE DOYEN Alberte. Colloque annuel de l'ACSALF, 1981. Montréal : Les Éditions coopératives Albert Saint-Martin, 1982.
- BERMAN Helene et alii. *Portraits of Pain and Promise : a photographic study of Bosnian youth*. Canadian journal of nursing research. [en ligne] 2001, vol. 31, n° 4.
Disponible sur : <http://www.crvawc.ca/documents/Portraits%20of%20Pain%20and%20Promise%20Berman%20et%20al.pdf> (consulté le 23 mai 2007).
- BERU Laurent. *La banlieue, révélatrice de l'utilité des « French Cultural Studies »*. Pour l'étude des (non-) dits ethnico-raciaux français. MEI, 2006. n° 24-25.
- BIELLA Peter. *The Legacy of John Collier. The Origins of Visual Anthropology* [en ligne] 2001-2002, p. 51. Disponible sur : <http://online.sfsu.edu/~biella/biella2002c.pdf> (consulté le 30 mai 2007).
- BLONDEAU Olivier. *Devenir média. L'activisme sur Internet entre défection et expérimentation*. Paris : Amsterdam, 2007.

- BLONDEAU Olivier. *Syndiquez vous !. Mobilité et agrégation en politique (quelques fils à tirer pour une étude sur les usages militants de la syndication)*, Multitudes, 2005, n° 21.
- BOAL Augusto. *Théâtre de l'opprimé*. Paris : La découverte, 1996.
- BORDET Joëlle. *Oui a une société avec les jeunes des cités ! : Sortir de la spirale sécuritaire*. Ivry-Sur Seine : Editions de l'Atelier, 2007.
- BORGES Jorge Luis. *Fictions*. Paris : Gallimard, 1991.
- BOUGNOUX Daniel. *La crise de la représentation*. Paris : La Découverte, 2006.
- BOULDOIRES Alain, VACAFLOR Nayra. *Repères identitaires et médiations technologiques : de nouveaux espaces relationnels dans les ghettos*. In : ABBAS Yasmine, DERVIN Fred. *Technologies numériques du soi et (co)-constructions identitaires*. Paris : L'Harmattan, 2009.
- BOULDOIRES Alain. *Construction des identités et pratiques médiatiques : étude d'une crise de la transmission*. Programme de recherche régional - CEMIC : 2006, p.5.
 Disponible sur : <http://www.msha.fr/cemic/grem/axe4.htm#construction> (Consulté le 6 septembre 2006).
- BOULDOIRES Alain. *Usages du multimédia et corporéité. L'exemple de l'éducation*. Thèse en Sciences de l'information et de la communication. Bordeaux : Université Michel de Montaigne Bordeaux 3, 2001, 490 p.
- BOURDIEU Pierre. *Participant observation*. In : HUXLEY MEMORIAL MEDAL, 6 décembre 2000, Londres : The journal of royal anthropological institute. 2003.

- BOURDIEU Pierre. *Un art moyen. Essai sur les usages sociaux de la photographie*. Paris : Les Editions de Minuit. 2e éd, 1965 .
- BOUTROUX Emile. *Leçons sur Aristote*. Paris : PUF, 2002 (réed.).
- BOYD Danah. *Pourquoi les jeunes adorent MySpace ? La culture de la convergence*. Médiamorphoses, 2007, n° 21.
- BRECHT Bertolt. *Radio as a means of communication : a talk on the fonction of radios*. Screen N° 20. 1979-1980.
- BRUBAKER Rogers. *Au-delà de l' « identité »*. Actes de la Recherche en Sciences Sociales. Paris : Le Seuil. 2001, n° 3.
- BUBER Martin. *Je et tu*. Paris : Aubier Montaigne, 1992.
- BURNIER Luis Octavio. *A Arte de ator da técnica à representação*. Sao Paulo : UNICAMP, 2001.
- BUTLER Judith. *Le récit de soi*. Paris : PUF, 2007.
- CAMILLERI Carmel, KATERSZTEIN Joseph, LIPIANZSKY Edmond Marc et alii. *Stratégies identitaires*. Paris : PUF, 1990.
- CARAYOL Valérie. *Communication organisationnelle : une perspective allagmatique*. Paris: L'Harmattan, 2004.
- CARON André, CARONIA Letizia. *Active users and active objects : the mutual construction of families and communication technologies*. Convergence, 2001, vol. 7, n° 38.
- CASTELLS Manuel. *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Madrid : Alianza, 1997.

- CLARK-IBANEZ Marisol. *Framing the social world with photo-elicitation interviews*. American Behavioral Scientist. 2004, n° 47.
- COIC Pïala. *Entretien avec ALLARD Laurence*. La lettre des pôles [en ligne] n°7, 2007. Disponible sur : http://www.clermont-filmfest.com/03_pole_regional/newsletter/img/lettredespoles/lettre7.pdf (consulté le 5 mai 2009).
- COLLIER John. *Visual anthropology as a research method*. New York : Rinehart and Winston, 1967.
- CONORD Sylvaine. *Usages et fonctions de la photographie en anthropologie*. Ethnologie Française. 2007, vol 37.
- CURIE Raymond. *Interculturalité et citoyenneté à l'épreuve de la globalisation*. Paris : L'harmattan, 2006.
- DARRAS Bernard. *La tâche aveugle. Approche sémiotique et systémique du paradigme de l'agency*. MEI, 2006, n° 24-25.
- DEBRAY Régis. *Qu'est-ce que la médiologie ?* Le Monde diplomatique [en ligne].1999, Archives, p. 32. Disponible sur : <http://www.monde-diplomatique.fr/1999/08/DEBRAY/12314> (consulté le 20 mars 2007).
- DEBRAY Régis. *Introduction à la médiologie*. Paris : PUF, 2000.
- DE CERTEU Michel. *L'invention du quotidien. Tome : Arts de faire*. Paris : Gallimard/Folio, 2002.
- DE GAULEJAC Vincent. *La névrose de classe*. Paris : Hommes et Groupes, 1987.
- DEMUNCK Victor, SOBO Elisa . *Using methods in the field : a practical introduction and casebook*. Walnut Creek : AltaMira Press,1998.

- DE PALMA Brian. *Scarface*. [DVD] Etats-Unis : Universal Studios, 1983.
- DEWALT Kathleen, DEWALT Billie. *Participant observation : a guide for fieldworkers*. Walnut Creek : AltaMira Press, 2002.
- DIAZ BORDENAVE Juan. Participative communication as a part of building the participative society. In: WHITE Shirley, SADANANDAN Nair, ASCROFT Joseph. *Participatory communication working for change and development*. New Delhi : Sage, 1994.
- DILLIERE-BROOKS Stéphanie. *Les organisations humanitaires en quête d'un espace communicationnel*. Thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication. Bordeaux : Université Michel de Montaigne Bordeaux 3, 2008, p.358.
- DODMAN David. *Shooting in the city : an autophotographic exploration of the urban environment in Kingston Jamaica*. Aerea, vol. 35, 2003.
- DORLIN Elsa. *Performe ton genre : perfome ta race ! Soirées de Sophia : Antisexisme ou antiracisme : un faux dilemme ?* [en ligne] 2007. Disponible sur : <http://gaadjou.joueb.com/news/performe-ton-genre-performe-ta-race> (consulté le 23 avril 2008)
- DUPONT-VILLECHAISE Agnès. *Amère banlieue ; les gens des grands ensembles*. Paris : Grasset et Fasquelle, 2000.
- DUMEZ FEROC Isabelle. Ils bloguent à part...pratiques juvéniles de production et de réception de l'écrit et de l'image en ligne. In : CORROY Laurence. *Les jeunes et les médias, les raisons du succès*. Paris : Vuibert, 2008.
- DUBOIS Philippe. *L'Acte photographique et autres essais*. Paris : Nathan, 1990, p. 46.

- DUTEIL-OGATA Fabienne. *La photo-interview dialogues avec des japonais*. Ethnologie Française. 2007, vol 37.
- ELKAIM Mony. *Panorama des thérapies familiales*. Paris : Seuil, 1995.
- ERIKSEN-TERZIAN Anna. *Les jeunes comme producteurs de médias pourquoi faire ? Actes du Forum : Les jeunes et les médias perspectives de la recherche dans le monde*, 1998.
- ESCOSTEGUY Ana Carolina. *Les études de réception au Brésil*. Sociétés [en ligne]. 2004, n° 83. Disponible sur : http://www.cairn.info/article.php?ID_ARTICLE=SOC_083_0065 (consulté le 4 mars 2007).
- FASSIN Eric. *Statistiques de la discorde. Mesurer la « diversité » peut-être utile pour combattre les discriminations. C'est inacceptable si cela cautionne une forme de xénophobie d'Etat*. Le Monde, 6 octobre, 2007.
- FERRETTE Jean, LEDENT David. *Vers la consécration de l'éphémère ? L'usage de la fonction photographique des téléphones portables chez les 15-25 ans scolarisés*. In : GAUDEZ Florent. *Les arts moyens aujourd'hui*. Paris : L'Harmattan, 2008.
- FOESSEL Michaël. *L'imaginaire dans l'action et dans l'institution. La philosophie politique de Ricoeur et le libéralisme*. In : Journée du Fonds Ricoeur, 21 janvier 2008, Paris, p. 2. [en ligne].
Disponible sur : [http://www.fondsriceur.fr/photo/Ricoeur%20action\(1\).pdf](http://www.fondsriceur.fr/photo/Ricoeur%20action(1).pdf) (consulté le 09 mars 2007).
- FOGT Anne, SANVICK Margareth. *We represent a potential not a problem. Young people's media use in diaspora*. Nordicom Review, 2008, n° 29.

FORGETTE GIROUX René, Marc RICHARD, Pierre MICHAUD. *L'influence du climat psychosocial de l'école et le concept de soi des élèves*. The Canadian Society for the Study of Education. [en ligne].1995, n° 20.

Disponible sur : <http://www.csse.ca/CJE/Articles/FullText/CJE20-3/CJE20-3-10Forgette-Giroux.pdf> (consulté le 5 septembre 2009).

FOUCAULT Michel. Les techniques de soi. In : *Dits et écrits*, vol. II, (1976-1988). Paris : Gallimard, 2001.

FOUCAULT Michel. *L'Usage des plaisirs. L'Histoire de la sexualité*. Paris : Gallimard, 1984, T. II.

FOUCAULT Michel. *Microfísica del poder*. Madrid : La Piqueta, 1991.

FOUCAULT Michel. *Vigiler et punir*. Paris : Gallimard, 1993.

FLUCKIGER Cédric. *La sociabilité juvénile instrumentée. L'appropriation des blogs dans un groupe de collégiens*, Réseaux, 2006, n° 138.

FLUCKIGER Cédric. *L'appropriation des TIC par les collégiens dans les sphères familiales et scolaires*. Sciences de l'éducation. Val-de-Marne : Ecole Normale Supérieure de Cachan, 2007, 416 p.

FRAME Alexander. *Repenser l'interculturel en communication. Performance culturelle et construction des identités au sein d'une association européenne*. Sciences de l'Information et de la Communication. Bourgogne : Université de Bourgogne Ecole, 2008, 643 p.

FRAU MEIGS Divina, JEHEL Sophie. *Jeunes, médias, violences : le rapport du CIEM*. Paris : Economica, 2002.

FREIRE Paulo, HORTON Myles. *O caminho se faz caminhando. Conversas sobre educação e mudança social*. Brésil : Vozes, 2002.

- FREIRE Paulo. *Pédagogies des opprimés*. Paris : La découverte, 1982.
- GAGNON Bernard. *La philosophie morale et politique de Charles Taylor*. Canada: Les presses de l'université Laval.
- GARCIA CANCLINI Néstor. *Culturas híbridas. Estratégias para entrar y salir de la modernidad*. Barcelona : Paidós, 2005.
- GARCIA CACLINI Néstor. Cultures hybrides et stratégies de communication. In : OLLIVIER Bruno *Les identités collectives à l'heure de la mondialisation*. Paris : CNRS, 2009.
- GARCIA CANCLINI Néstor. *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Barcelona : Grijalbo, 2001.
- GARCIA CANCLINI Néstor. *La globalización imaginada*. Barcelona : Paidós, 1999.
- GARCIA-MONTES José, CABALLERO-MUNOZ Domingo, PEREZ-ALVAREZ Marino. *Changes in the self resulting from the use of mobile phones*. Media Culture Society, 2006, vol. 28, n° 67.
- GAUNTLETT David. Exemples, théories et recherches. Disponibles sur : <http://www.theory.org.uk/david/> (consulté le 01 juin 2007).
- GAUNTLETT David. *Creative Explorations : new approaches to identities and audiences*. Londres : Routledge, 2007.
- GAUNTLETT David, HOLZWARTH Peter. *Creative and visual methods for exploring identities. A conversation between David Gauntlett and Peter Holzwarth*. Visual Studies&IVSA International Visual Sociology Association, [en ligne], 2006. Disponible sur : <http://www.artlab.org.uk/VS-interview-2ps.pdf> (consulté le 6 mars 2008).
- GEERTZ Clifford. *La interpretación de las culturas*. Barcelona : Gedisa, 1997.

GELINEAU Lucie, VINET-BORIN Ariane, GERVAIS Marie. Quand recherche et proximité se conjuguent. Réflexions autour de l'émergence d'une culture de recherche dans les organismes de santé et de services sociaux. In : GELINEAU Clément *Proximité : lien, accompagnement et soin*. Québec : Presses universitaires de Québec, 2009.

GENETTE Gérard. *Palimpsestes. La littérature au second degré*. Paris : Seuil, 1982.

GUENOUN Simone. Individu. In : LECLERCQ Stéfan, *Abécédaire de Michel Foucault*. Belgique/Paris : Sils Maria/Vrin, 2004.

GILLIAN Rose. *Visual methodologies : an introduction to the interpretation of visuals materials*. Second edition. London : SAGE Publications, 2007.

GRAMSCI Antonio. *La philosophie de la praxis contre l'historicisme idéaliste. L'anti-Croce*. L'archive Internet de marxistes. Section Française [en ligne]. 1935, Cahier 10, p.15. Disponible sur : <http://www.marxists.org/francais/gramsci/index.htm> (consulté le 21 mars 2008)

GRINTER Rebecca, ELDRIDGE Margery. Y do yngrs luv 2 txt msg ? *Proceedings of the Seventh European Conference on Computer-Supported Cooperative Work ECSCW*, 2001. Netherlands : Kluwer Publishers.

GONNET Jacques. *Produire des médias ? Médiamorphoses*, 2004, n° 10.

GUMUCIO DRAGON Alfonso, TUFTE Thomas. *Antología de la comunicación para le cambio social : lecturas históricas y contemporáneas*. La Paz : Plural, 2008.

GOFFMAN Erving. *La Mise en scène de la vie quotidienne. La présentation de soi*. Paris : Editions de Minuit, 1973.

GOFFMAN Erving. *Stigmate*. Paris : Les Editions de Minuit, 1975.

- HALL Stuart. *Identités et cultures. Politiques des Cultural Studies*. Paris : Éditions Amsterdam, 2007.
- HALL Stuart. Une perspective européenne sur l'hybridation. In : OLLIVIER Bruno. *Identités collectives à l'heure de la mondialisation*. Paris : Hermès-CNRS.
- HALEY Jay et WATZLAWICK Paul disparaissent mais leur enseignement vit avec nous...Entretien avec Mony Elkaïm. *Cahiers critiques de thérapie familiale et de pratiques de réseaux*, 2007, n° 38.
- HARRIS Marvin. *Teoría sobre la cultura en la era postmoderna*. Barcelona : Critica, 2000.
- HARRINGTON Charles, SCHIBIK Timothy. *Reflexive photography as an alternative method for the study of the freshman year experience*. NASPA journal. 2003, vol. 41, n° 1.
- HAPER Douglas. *Talking about pictures : a case for photo elicitation*. Visual Studies, 2002, vol.17, n° 1.
- HEGEL Georg Friedrich Wilhelm. *Esthétique* [en ligne] Tome premier, Paris : Librairie Germer-Baillère, 1770-1831, p. 496. Disponible sur : http://www.artsplastiques.ac-versailles.fr/beta/pedagogie/hegel/Hegel_Esthetique_tome_I.htm (consulté le 20 juillet 2009).
- HERRING Susan, PAOLILLO John. *Gender and genre variation in weblogs*. Journal of Sociolinguistics [en ligne] 2006, p. 10-15. Disponible sur : <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/jslx.pdf> (consulté le 20 septembre 2009).
- HOGGART Richard. *La culture du pauvre*. Paris : Minuit, 1991.
- HONG-MERCIER Seok, VACAFLOR Nayra. Self images of identity : reflexive photography interviewing applied to the suburban migrant youth in Aquitaine. In : ECREA Congres communication policies and culture in Europe. Section : Diaspora Migrations and the Media, 25-28 nov.2008, Barcelone.

HUGUES Everett et alii. *Cases on fieldwork*. Chicago : University of Chicago, 1952. In : WINKIN Yves in *Anthropologie de la communication : de la théorie au terrain*. Nouvelle édition. France : Seuil, 2001.

HURWORTH Rosalind. *Photo-interviewing for research*. Social research updates : sociology of Surrey [en ligne] 2003. Disponible sur : <http://sru.soc.surrey.ac.uk/SRU40.html> (consulté le 15 aout 2007).

ITO Mizuko, HORST Heather et alii. *Living and learning with New Media : Summary of findings from the Digital Youth Project*. MacArthur Fondation. Disponible sur : <http://digitalyouth.ischool.berkeley.edu/files/report/digitalyouth-TwoPageSummary.pdf> (consulté le 14 janvier 2009).

JACQUINOT Geneviève. *Les jeunes et les médias : Perspectives de la recherche dans le monde*, Paris : L'Harmattan, 2002.

JACQUINOT Geneviève. *Les médias et les jeunes toujours en débat ! Médiamorphoses*, 2004, n°10.

JACQUINOT Geneviève, KOURTI Evangelia et alii. *Des jeunes et des médias en Europe: Nouvelles tendances de la recherche*. Paris : L'Harmattan, 2008.

JAZOUILI Adil. *Une saison en banlieue. Courants et prospectives dans les quartiers populaires*. Paris : PLON éditions, 1995.

JEKINS Henry. *La culture de la convergence*, Médiamorphoses, 2007, n° 21.

KAPLUN Gabriel. La calle ancha de la comunicación latinoamericana. In : GUMUCIO Alfonso, TUFTE Thomas. *Antología de Comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas*. La Paz : Plural, 2008.

KASSOVITZ Mathieu. *La haine*. [DVD] Lazennec Productions, La Sept Cinéma, StudioCanal, Kasso Inc.,1995.

- KAUFMAN Armando. *Educación y sociedad : transformaciones culturales y nuevas subjetividades. Curso de postgrado enseñanza de las ciencias sociales : construcción de conocimiento y actualización disciplinar*. FLACSO : Argentine, 2005.
- KAWULICH Barbara. *La observación participante como método de recolección de datos*. Forum : Qualitative Social Research [en ligne] 2005, vol 6, n° 2. Disponible sur : <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0502430> (consulté le 3 mai 2007).
- KLAPP Orrin. *Collective Search for Identity*. New York : Holt, Rinehart, and Winston. 1969.
- KLEIN Annabelle, MARION Philippe. *Reconnaissance et identité face à l'espace médiatique*. Recherches en communication, 1996, n° 6.
- KOZAKAI Toshiaki. *L'étranger, l'identité. Essai sur l'intégration culturelle*. Paris : Payot & Rivages, 2000.
- LAHIRE Bernard. *L'homme pluriel : les ressorts de l'action*. Paris : Hachette Littératures, 2001.
- LAPEYRONNIE Didier. *Ghetto Urbain. Ségrégation, violence, pauvreté en France aujourd'hui*. Paris : Robert Laffont, 2008.
- LAPLANTINE François. *Penser en Images*. Ethnologie française, 2007, vol. 37.
- LEBRE Jérôme. Identité (et différence). In : LECLERCQ Stéfan, *Abécédaire de Michel Foucault*. Belgique/Paris : Sils Maria/Vrin, 2004.
- LEBRE Jérôme. Pratique de Soi. In : LECLERCQ Stéfan, *Abécédaire de Michel Foucault*. Belgique/Paris : Sils Maria/Vrin, 2004.
- LE BRETON David. *Cultures adolescents. Entre turbulence et construction de soi*. Paris : Autrement, 2008.

- LE FICHER Bertrand. Internet et les jeunes. *Jeunes & Médias, avoir 20 ans en 2005*. In :
AGLIETTA Jacqueline, *Actes du colloque de la Fondation d'entreprise médiamétrie*.
1998. Paris : Médias Pouvoirs.
- LE POUTRE David. *Cœur de banlieue. Codes, rites et langages*. Paris :
Odile Jacob, 2001.
- LE POUTRE David. *La culture des rues dans un grand ensemble de la banlieue
parisienne*. Thèse en Anthropologie sociale et Ethnologie. Lille : Université Lille
III&EHESS, 1996, p. 542.
- LESNES Corine. *Barack Obama. La leçon des guettos*. Le Monde, 6 octobre, 2007.
- LEVY Ron. *Croyance et doute : une vision paradigmatique des méthodes qualitatives*.
Rupture : revue transdisciplinaire en santé [en ligne] 1994, vol 1, n ° 1, p. 92-100.
Disponible sur : http://www.medsp.umontreal.ca/ruptures/pdf/articles/rup011_092.pdf
(consulté le 20 juin 2007).
- LEWIS Oscar. *Les enfants de Sanchez : autobiographie d'une famille mexicaine*. Paris :
Gallimard, 1978.
- McCALL G. J., SIMMONS J. L.. *Identities and interactions*. New York : Free Press. 1978
cité par KAWULICH Barbara dans *La observación participante como método de
recolección de datos .Forum Qualitative Sozialforschung / Forum : Qualitative Social
Research* [en ligne]. Disponible sur : [http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-
fqs0502430](http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0502430) (consulté le 4 mai 2007).
- LIVINGSTONE Sonia. *Les jeunes et les nouveaux médias. Sur les leçons à tirer de la
télévision pour le PC*. Réseaux, 1999, n° 92-93.
- LIVINGSTONE Sonia. *Taking risky opportunities in youthful content creation :
teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression*. *New
Media and Society*, 2008, n° 10 (3).

- LIVINGSTONE Sonia. *Children on-line : emerging uses of the Internet at home*. Journal of the IBTE, 2001, vol.2, part 1.
- LIVINGSTONE Sonia. *Engaging with media – a matter of literacy?* Wetminster : Conference transforming audiences : identity/creativity/ everydaylife, 2007.
- LIVINGSTONE Sonia. *Challenges and dilemmas as children go on-line: linking observational research in families to the emerging policy agenda*. In: The 3th annual dean's lecture. 2002, Pennsylvania : The Annenberg Achool for Communication : University of Pennsylvania.
- LOCHARD Guy. *Le jeune de banlieue à la télévision. Représenté ou instrumentalisé ?* Médiamorphoses, 2004, n° 10.
- MACASSI Sandro. *Culturas juvenile, medios y ciudadanía*. Lima : Asociación de Comunicadores Calandria. 2001.
- MACE Eric. *Mouvements et contre-mouvements dans la sphère publique et les médiacultures*. In : MACE Eric, MAIGRET Eric. *Penser les médiacultures : nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*. Paris : Armand Colin/INA, 2005.
- MAIGRET Eric. *Esthétiques des médiacultures*. In : MACE Eric, MAIGRET Eric. *Penser les médiacultures : nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*. Paris : Armand Colin/INA, 2005.
- MANOVICH Lev. *Remix and remixability*. *Nettime* [en ligne]. 2005. Disponible sur : <http://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-1-0511/msg00060.html> (consulté le 26 aout 2009).
- MALINOWSKI Bronislaw. *Les Argonautes du Pacifique occidental*. In : WINKIN Yves dans *Anthropologie de la communication : de la théorie au terrain*. Nouvelle édition. Paris : Seuil, 2001.

- MARCHAL Hervé. *L'identité en question*. Paris : Ellipses, 2006.
- MARSHALL Catherine, ROSSMAN Gretchen. *Designing qualitative research*. Thousand Oaks : Sage Publications, 2000.
- MARTIN BARBERO Jesús. *Des médias aux médiations. Communication, culture, hégémonie*. Paris : CNRS, 2002.
- MARTIN BARBERO Jesús. *Al sur de la modernidad. Comunicación, globalización, multiculturalidad*. Pittsburgh : IILI, 2001.
- MARTIN BARBERO Jesús. De los medios a las prácticas. *Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales*. 1990, n° 1.
- MARTUCCELLI Danilo. *Grammaires de l'individu*. Paris : Gallimard, 2002.
- MASSELOT-GIRARD Maryvonne. *Jeunes et médias : Ethique, socialisation et représentations*. Paris : L'Harmattan, 2004.
- MATTELART Armand. *La mondialisation de la communication*. Paris : PUF, 1996.
- MATTELART Armand, NEVEU Erik. *Introduction aux Cultural Studies*. Paris : La Découverte, 2008.
- MATTELART Armand. *L'invention de la communication*. Paris : La Découverte, 1997.
- MATTELART Armand. *Histoires des théories de la communication*. Paris : La Découverte, 3^{ème} ed., 2004.
- McCALL G. J., SIMMONS J. L. Identities and interactions. New York : Free Press. 1978
 cité par KAWULICH Barbara dans La observación participante como método de recolección de datos .*Forum Qualitative Sozialforschung / Forum : Qualitative Social Research* [en ligne]. Disponible sur : <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0502430>. (consulté le 4 mai 2007).

- McLUHAN Marshall. *Pour comprendre les médias les prolongements technologiques de l'homme*. Paris : Le Seuil, 1977.
- MEIRELLES Fernando. *La cité de Dieu*. [DVD] Brésil : Miramax films, 2002.
- METZ Christian. *Langage and cinema*. USA : Gruyter Mouton, 1974.
- MOREL Julien, RELIEU Marc. Le caméraphone...pour être ensemble. *Médiamorphoses*, 2007, n° 21.
- MORRIS Nancy, SCHLESINGER R. Philip. Jesús Martin Barbero ou le refus du médiacentrisme. *Hermès*, 2000, n° 28.
- OLLIVIER Bruno. *Identité et identification. Sens, mots et techniques*. Paris : Hermès-Lavoisier, 2007.
- OLLIVIER Bruno. *Les identités collectives à l'heure de la mondialisation*. Paris : CNRS, 2009.
- OROZCO Guillermo. Escuela y TV : hacia una alianza por nuevos motivos. In : *Televisión y audiencias un enfoque cualitativo*. Madrid : Ediciones de la Torre/UIA, 1996.
- OROZCO Guillermo. Audiencias, televisión y educación : una deconstrucción pedagógica de la «televidencia» y sus mediaciones. *Revista iberoamericana de educación* [en ligne]. 2001, n° 21. Disponible sur : <http://www.rioei.org/rie27a07.htm> (consulté le 7 avril 2007).
- OROZCO Guillermo. *¿Espectadores o interlocutores? Desafío de los medios en el fin de milenio*. In : Conferencia inaugural de la cátedra Unesco de comunicación social, Bogotá, Université Pontificia Javeriana, 1996.
- OROZCO Guillermo. *Recepción y mediaciones*. Bogotá : Norma, 2002.

- OROZCO Guillermo. Medios, Audiencias y mediaciones. *Comunicar*, 1997, n° 8.
- OOSTERBAAN Martijn. Virtual re-evangelization : Brazilian diasporic media and the reconfiguration of territoriality. In : ECREA - congres communication policies and culture in Europe. Section : Diaspora Migration and the media, nov. 2008. Barcelone, 2008.
- PABON Ana-Milena. *Univers Cités* [DVD]. Bordeaux : Périphéries Productions – CEMIC. 2008. Informations disponibles sur : <http://univers-cites-lefilm.blogspot.com/>
- PAUGMAN Serge, VAN ZANTEN Agnès. Constructions identitaires et rapports sociaux dans une cité défavorisée de la banlieue parisienne. *Exclusions au cœur de la cité.*/ed. par Dominique SCHANAPPER. Paris : Anthopos, 2001.
- PAUGAM Serge. *Les formes élémentaires de la pauvreté.* Paris : PUF, Le lien social, 2005.
- PASQUIER Dominique. *Cultures lycéennes. La tyrannie de la majorité.* Paris : Autrement. 2005.
- PASQUIER Dominique, JOUET Josiane. *Aspect de la recherche européenne Himmel Wett : démographie des pratiques médiatiques des jeunes français.* In : JACQUINOT Geneviève. Les jeunes et les médias. Perspectives de la recherche dans le monde. Paris : L'Harmattan, 2002.
- PASQUIER Dominique, JOUET Josiane. Les jeunes et la culture de l'écran. Enquête nationale auprès des 6-17 ans. *Réseaux*, 1999, n° 92-93.
- PAPINOT Christian. Le « malentendu productif ». Réflexion sur la photographie comme support d'entretien. *Ethnologie française*, 2007, vol. 37.
- PEQUIGNOT Bruno. De l'usage d'images en sciences sociales. *Communications/ EHESS*, 2006, n° 80.

- PINK Sarah. *Doing Visual ethnography*. Second edition. London : Sage Publications, 2007.
- PLANT Sadie. On the Mobile : The Effects of Mobile Telephones on Social and Individual Life. *On the mobile, Motorola*, Global result of mobil's impact, 2001, p. 96 [en ligne] disponible sur : http://www.motorola.com/mot/doc/0/234_MotDoc.pdf (consulté le 20 août 2008).
- PRADIP Thomas. Comunicación participativa para el desarrollo : premisas filosóficas. In: GUMUCIO Alfonso, TUFTE Thomas. *Antología de la comunicación para el cambio social*. La Paz : Plural, 2008.
- PREZELJ Corine, ADDED André, AZOULAY Hervé. *L'intelligence des banlieues : les réseaux pour sortir de la crise*. Paris : Institut Français de l'Intelligence Economique (IFIE), 2007.
- QUERE Louis. *D'un modèle épistémologique de la Communications à un modèle praxéologique*. Réseaux, 1995, n °.44 - 47.
- RADOJKOVIC Mirosljub. Broadcasting media and identity of roma in Serbia. Community Communication Section. IAMCR : Paris, 2007
- RASSE Paul. Les cultural studies et l'étude des cultures populaires. *MEI*, 2006, n° 24-25.
- REGUILLO Rossana. *En la calle otra vez. Las bandas : identidad urbana y usos de comunicación*. Guadalajara : ITESO, 1995.
- REGUILLO Rossana. *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Bogotá: Norma, 2003.
- REGUILLO Rossana. *La construcción simbólica de la ciudad. Sociedad, desastre y comunicación*. México : ITESO, 2005.

- RENAN Ernest. *Qu'est-ce qu'une nation ? 11 mars 1882, Paris* [en ligne]. Lisieux : Bibliothèque Municipale de Lisieux, 1997, chapitre 3. Disponible sur : <http://www.bmlisieux.com/archives/nation01.htm> (consulté le 10 mars 2007).
- REROLLE Raphaëlle. Toujours plus loin du paradis. Rencontre Dinaw Mengestu dépeint les douleurs et la honte de tous les exilés. *Le Monde*. Vendredi 28 septembre 2007.
- REVEL Judith. *Expériences de la pensée Michel Foucault*. Paris : Bordas, 2005.
- RICHARD Yann. *La Biélorussie. Une géographie historique*. Paris : L'Harmattan, 2002.
- RICHET Jean-François. *Ma 6-T va crack-er.* [DVD] France : Actes Proletariens, Why not Production, La Sept Cinéma, Canal + et TF 1, 1997.
- RICOEUR Paul. *Temps et récit. L'intrigue et le récit historique*. Tomme I. Paris : Le Seuil, 1991.
- RICOEUR Paul. *Temps et récit. La configuration dans le récit de fiction*. Tomme II. Paris : Le Seuil, 1991.
- RICOEUR Paul. *Temps et récit. Le temps raconté*. Tome III. Paris : Le Seuil, 1995.
- RICOEUR Paul. *Soi-même comme un autre*. Paris : Editions du Seuil, 1990.
- RIVIERE Carole-Anne. La pratique du mini-message. Une double stratégie d'extériorisation et de retrait de l'intimité dans les interactions quotidiennes. *Réseaux*, 2002, n° 112-113.
- ROSENFELD Erica. *Identity Production in Youth Filmmaking*. From Spotlight bloggig the file of digital media and learning [en ligne] 2007. Disponible sur : http://spotlight.macfound.org/main/entry/rosenfeld_halverson_identity_youth_filmmaking (consulté le 17 février 2008).
- SAINT AUGUSTIN. *Les confessions*. Paris : Flammarion, 2001, IX, livre 11^{ème}.

- SANTAKI Rashid. *La petite cité dans la prairie*. Paris : Le Bord de l'eau, 2008.
- SCHNAPPER Dominique. *Exclusions au cœur de la cité*. Paris : Anthropos, 2001.
- SCHEMLA Elisabeth, BONIFACE Pascal. *Halte aux feux : Proche-Orient, antisémitisme, médias, islamophobie, communautarisme, banlieues...* Paris : Flammarion, 2006.
- SCHIFF Claire. Nouvelles jeunesses immigrées en France et aux Etats Unis. *Agora débats jeunesses*, 2000, n° 22.
- SCHIFF Claire. Les jeunes migrants turcs face aux réseaux économiques « ethniques ». *Economies choisies*, 2004, cahier 20.
- SCHIFF Claire. *Situation migratoire et condition minoritaire. Une comparaison entre les adolescents primo-migrants et les jeunes de la deuxième génération vivant en milieu défavorisé*. Thèse de doctorat en Sociologie. Paris : EHESS, 2000.
- SEDEL Julie. *Les médias et la banlieue*. Paris : INA/Le Bord de l'eau, 2009.
- SEFTON-GREEN Julian, BUCKINGHAM David. Writing media : media production an the making of new literacy. Cité par : ERIKSEN-TERZIAN Anna, p. 66 dans, *Actes du Forum : Les jeunes et les médias. Perspectives de la recherche dans le monde*, 1998.
- SEYMOUR Michel. *Multiculturalisme, identité et nation*. Cahiers Virtuels du Département de Philosophie de l'Université de Montréal [en ligne], p. 7-8. Disponible sur : <http://www.philo.umontreal.ca/prof/documents/ShowLetter1.pdf> (consulté le 17 février 2006).
- SIMMEL Georg. *Sociologies : études sur les formes de la socialisation*. Paris: PUF, 1999.
- SPENDER Dale. *Nattering on the net. Women, power and cyberspace*. Australie : Spinifex, 1995.

- SUSZ Pedro. *La diversidad asediada. Escritos sobre culturas y mundialización*. La Paz : Plural, 2005.
- TAYLOR Charles. *Les sources de moi. La formation de l'identité moderne*. Paris : Le Seuil, 1998.
- TAYLOR Charles. *Multiculturalism: Examining The Politics of Recognition*. New Jersey: Princeton University Press, 1994.
- TAYLOR Steven, BOGDAN Robert. *Introduction to qualitative research methods : A guidebook and resource*. 3ème édition. New York : John Wiley & Sons, 1998.
- TERRENOIRE Jean-Paul. Sociologie visuelle. Etudes expérimentales de la réception. Leurs prolongements théoriques ou méthodologiques. *Ethnologie française*, 2007, vol. 37.
- TISSERON Serge. *L'intimité surexposée*. Paris : Ramsay, 2001.
- TOA Jules. *Communication interne et diversités culturelles dans les entreprises en cote d'ivoire*. Sciences de l'information et de la communication. Bordeaux : Université Michel de Montaigne Bordeaux 3, 2008, 320 p.
- TODOROV Tzvetan. *Nous et les autres. La réflexion française sur la diversité humaine*. Paris : Seuil, 1989.
- TOMLINSON John. *Globalization and culture*. Cambridge : Polity Press, 1999.
- TOUHAMI Souad. Pratiques médiatiques et processus d'intégration : le cas de la population d'origine marocaine en France. Sciences de l'Information et de la Communication. Bordeaux : Université Michel de Montaigne Bordeaux 3, 2008, 315p.
- TOURAIN Alain. *Sociologie de l'action*. Paris : LGF, nouv.éd, 2000.
- TREDANS Olivier. *Les weblogs dans la cité : entre quête de l'entre-soi et affirmation identitaire*. Cahiers de recherche MARSOUIN, 2005, n° 6.

TUFTE Thomas. El edu-entretenimiento en la comunicación para el desarrollo. Entre el marketing y el empoderamiento. In: GUMUCIO DRAGON Alfonso, TUFTE Thomas. *Antología de la comunicación para le cambio social : lecturas históricas y contemporáneas*. La Paz : Plural, 2008, traduction personnelle.

UNESCO. *Culture* [en ligne]. Disponible sur : http://portal.unesco.org/culture/fr/ev.php-URL_ID=34321&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html (consulté le 6 octobre 2006)

VACAFLOR Nayra et alii. El miedo y los medios de comunicación. In : GUARDIA Marcelo. *Comunicaciones fragmentadas : producción de significados en sociedades mundializadas*. Cochabamba : Universidad Católica Boliviana, 2000.

VACAFLOR Nayra, CATOIR Marie-Julie. IAMCR *L'Oeil Critique : an example of Participatory Education for Media*. Mexico : IAMCR Congress, 2009, 17p. [en ligne]. Disponible sur : <http://iamcr.org/congress/mexico-2009/147-home-a-news/539-mexico-2009-virtual-paper-room> (consulté le 20 décembre 2009).

VACAFLOR Nayra, CATOIR Marie-Julie. *Estudios culturales & Latin American Studies : entre deux héritages ?* Université Michel de Montaigne Bordeaux 3 : Atelier Cultural Studies, 2009, 20 p.

VACAFLOR Nayra, AMRI Mahdi. Téléphone mobile et expression identitaire : réflexions sur l'exposition technologique de soi parmi les jeunes. Les enjeux de l'information et de la communication. Grenoble : Université Stendhal-Grenoble 3, 2010 [mise en ligne prochainement].

VENKATESH Sudhir. *Gang leader for a day a rogue sociologist takes to the streets*. New York : The penguin Press, 2008.

VENKATESH Sudhir. *Off the books. The underground economy of the urban poor*. London : Harvard University Press, 2006.

- VINSONNEAU Geneviève. *L'identité culturelle*. Paris : Armand Colin, 2002.
- VINSONNEAU Geneviève. *Contextes Pluriculturels et identités : Recherches actuelles en psychologie sociale*. Fontenay-sous-Bois : SIDES, 2005.
- WANG Caroline, BURRIS Mary Ann. *Empowerment through photo novella : Portraits of participation*. Health Education Quarterly, 1994, n° 21 (2).
- WANG Caroline. *Using photovoice as a participatory assessment tool : A case study with the homeless in Ann Arbor*. Community-based participatory research for health, 2003.
- WACQUANT Loïc. *Parias urbains : Ghetto, banlieues, Etat*. Paris : La découverte, 2006.
- WARREN Samantha. *Photography and voice in critical qualitative management research*. Accounting, Auditing & Accountability Journal, 2005, vol.18, n° 6.
- WILLIAMS Raymond. *The long revolution*. Columbia : Columbia University Press, 1961.
- WILLIS Paul. *Abstract of Paul Willis's « Symbolic creativity »1990*. Cultural Studies : a blog for thoughtful reflection and concise analysis. [en ligne]. 2007. Disponible sur : <http://ctrlstdies.blogspot.com/2007/10/abstract-of-paul-williss-symbolic.html> (consulté le 15 juillet 2008).
- WINKIN Yves. *Anthropologie de la communication : de la théorie au terrain*. Nouvelle édition. France : Seuil, 2001.
- WINKIN Yves. *La nouvelle communication*. Paris : Seuil, Nouvelle édition, 2000.
- WOLF Mauro. *La Investigación de la Comunicación de Masas : Crítica y perspectiva*. Barcelona : Paidós Ibérica, 2000.
- WOLTON Dominique. *Internet et après ? Une théorie critique des nouveaux médias*. Manchecourt : Flammarion, 2000.

WOLTON Dominique. *L'autre mondialisation : identité, culture et communication*.
Paris : Flammarion, 2003.

ZACHAMANN Patrick. *Ma proche banlieue*. Paris : Editions Xavier Barral, 2009.

ZAMBON Michael, Confessions of a qualitative researcher : reflexive photography and the exhibition of culture in schools. Educational perspectives. The doctorate in Education.

Disponible sur: <http://www.hawaii.edu/edper/pdf/Vol37Iss2/Confessions.pdf>

BIBLIOGRAPHIE THEMATIQUE

COMMUNICATION & NOUVELLES TECHNOLOGIES

ABBAS Yasmine, DERVIN Fred. *Technologies numériques du soi et (co)-constructions identitaires*. Paris : L'Harmattan, 2009.

AFOM. Le téléphone mobile aujourd'hui. Usages et comportements sociaux. Paris, CELSA/GRIPIC, 2007, p. 110. Disponible sur : [http:// www.afom.fr/v4/STATIC/documents/rapport_gripic_integrale.pdf](http://www.afom.fr/v4/STATIC/documents/rapport_gripic_integrale.pdf) (consulté le 20 avril 2008)

ALLARD Laurence, VANDENBERGHE Frédéric. *Express yourself! pages perso. Entre légitimation technopolitique de l'individualisme expressif et authenticité réflexive peer to peer*. Réseaux, 2003, n°1.

ALLARD Laurence. L'impossible politique des communautés à l'âge de l'expressivisme digital. *Sens public*, 2008, n° 7/8.

ALLARD Laurence. *Emergence des cultures expressives, d'internet au mobile*. Médiamorphoses, 2007, n° 21.

ALLARD Laurence. *Termitières Numériques. Les blogs comme technologies agregatives du soi*. Multitudes, 2005, n° 21.

ALLARD Laurence. Qui a peur des Post-Colonial Studies en France ? : A propos de Paul Gilroy, L'atlantique noir. Modernité et double conscience, et de Nacira Guénif-Soulimas et Eric Macé, Les féministes et le garçon arabe [en ligne] *Multitudes*, 2004-2005, n° 19. Disponible sur : <http://multitudes.samizdat.net/Qui-a-peur-des-Post-Colonial>

ALLARD Laurence. Dire la réception. Culture de masse, expérience esthétique et communication. *Réseaux*, 1994, n° 68.

ALLARD Laurence, BLONDEAU Olivier. La racaille peut-elle parler ? Objets expressifs et émeutes des cités : Paroles publiques: Communiquer dans la cité. *Hermès*, 2007, n°47.

AMRI Mahdi. *Culture technologique : la dimension sémio-anthropologique du téléphone mobile chez les étudiants étrangers de Bordeaux. Enquête de terrain*. Sciences de l'information et de la communication. Bordeaux : Université Michel de Montaigne Bordeaux 3, 2009, 304 p.

ARDEVOL Elisenda, SAN CORNELIO Gemma. Si quieres vernos en acción : YouTube.com. Prácticas mediáticas y autoproducción en Internet. *Revista Chilena de antropología visual*, 2007, n° 10.

BARTHES Roland. *La chambre claire. Note sur la photographie*. Paris : Gallimard, Le Seuil, 1980.

BARTHES Roland. *Œuvres complètes*. V, Paris : le Seuil, 1977-1980.

BAUDRY Jean-Louis. *Les images*. Paris : Éditions du Seuil Doullens ,1963.

BEAUSCART Jean-Samuel. *Sociabilité en ligne, notoriété virtuelle et carrière artistique*. Réseaux, 2008, n° 138.

BLONDEAU Olivier. *Devenir média. L'activisme sur Internet entre défection et expérimentation*. Paris : Amsterdam, 2007.

BLONDEAU Olivier. *Syndiquez vous !. Mobilité et agrégation en politique (quelques fils à tirer pour une étude sur les usages militants de la syndication)*, Multitudes, 2005, n° 21.

BOUGNOUX Daniel. *La crise de la représentation*. Paris : La Découverte, 2006.

BOULDOIRES Alain, VACAFLOR Nayra. *Repères identitaires et médiations technologiques : de nouveaux espaces relationnels dans les ghettos*. In : ABBAS Yasmine, DERVIN Fred. *Technologies numériques du soi et (co)-constructions identitaires*. Paris : L'Harmattan, 2009.

BOULDOIRES Alain. Construction des identités et pratiques médiatiques : étude d'une crise de la transmission. Programme de recherche régional - CEMIC : 2006, p.5.

Disponible sur : <http://www.msha.fr/cemic/grem/axe4.htm#construction> (Consulté le 6 septembre 2006).

BOULDOIRES Alain. *Usages du multimédia et corporéité. L'exemple de l'éducation*. Thèse en Sciences de l'information et de la communication. Bordeaux : Université Michel de Montaigne Bordeaux 3, 2001, 490 p.

BRECHT Bertolt. *Radio as a means of communication : a talk on the fonction of radios*. Screen N° 20.1979-1980.

CARAYOL Valérie. *Communication organisationnelle : une perspective allagmatique*. Paris: L'Harmattan, 2004.

CARON André, CARONIA Letizia. *Active users and active objects : the mutual construction of families and communication technologies*. Convergence, 2001, vol. 7, n° 38.

CASTELLS Manuel. *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Madrid : Alianza, 1997.

COIC Píala. *Entretien avec ALLARD Laurence*. La lettre des pôles [en ligne] n°7, 2007.

Disponible sur : http://www.clermont-filmfest.com/03_pole_regional/newsletter/img/lettredepoles/lettre7.pdf (consulté le 5 mai 2009).

DARRAS Bernard. *La tâche aveugle. Approche sémiotique et systémique du paradigme de l'agency*. MEI, 2006, n° 24-25.

- DEBRAY Régis. *Qu'est-ce que la médiologie ?* Le Monde diplomatique [en ligne].1999, Archives, p. 32. Disponible sur : <http://www.monde-diplomatique.fr/1999/08/DEBRAY/12314> (consulté le 20 mars 2007).
- DEBRAY Régis. *Introduction à la médiologie*. Paris : PUF, 2000.
- DIAZ BORDENAVE Juan. Participative communication as a part of building the participative society. In: WHITE Shirley, SADANANDAN Nair, ASCROFT Joseph. *Participatory communication working for change and development*. New Delhi : Sage, 1994.
- DILLIERE-BROOKS Stéphanie. *Les organisations humanitaires en quête d'un espace communicationnel*. Thèse de doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication. Bordeaux : Université Michel de Montaigne Bordeaux 3, 2008, p.358.
- ESCOSTEGUY Ana Carolina. *Les études de réception au Brésil*. Sociétés [en ligne]. 2004, n° 83. Disponible sur : http://www.cairn.info/article.php?ID_ARTICLE=SOC_083_0065 (consulté le 4 mars 2007).
- FRAME Alexander. *Repenser l'interculturel en communication. Performance culturelle et construction des identités au sein d'une association européenne*. Sciences de l'Information et de la Communication. Bourgogne : Université de Bourgogne Ecole, 2008, 643 p.
- GARCIA-MONTES José, CABALLERO-MUNOZ Domingo, PEREZ-ALVAREZ Marino. *Changes in the self resulting from the use of mobile phones*. Media Culture Society, 2006, vol. 28, n° 67.
- GONNET Jacques. *Produire des médias ? Médiamorphoses*, 2004, n° 10.
- GUMUCIO DRAGON Alfonso, TUFTE Thomas. *Antología de la comunicación para le cambio social : lecturas históricas y contemporáneas*. La Paz : Plural, 2008.

HERRING Susan, PAOLILLO John. *Gender and genre variation in weblogs*. Journal of Sociolinguistics [en ligne] 2006, p. 10-15. Disponible sur : <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/jslx.pdf> (consulté le 20 septembre 2009).

JEKINS Henry. *La culture de la convergence*, Médiamorphoses, 2007, n° 21.

KAPLUN Gabriel. La calle ancha de la comunicación latinoamericana. In : GUMUCIO Alfonso, TUFTE Thomas. *Antología de Comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas*. La Paz : Plural, 2008.

LIVINGSTONE Sonia. *Engaging with media – a matter of literacy?* Wetminster : Conference transforming audiences : identity/creativity/ everydaylife, 2007.

MANOVICH Lev. Remix and remixability. *Nettime* [en ligne]. 2005. Disponible sur : <http://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-1-0511/msg00060.html> (consulté le 26 aout 2009).

MARTIN BARBERO Jesús. *Des médias aux médiations. Communication, culture, hégémonie*. Paris : CNRS, 2002.

MARTIN BARBERO Jesús. *Al sur de la modernidad. Comunicación, globalización, multiculturalidad*. Pittsburgh : IILI, 2001.

MARTIN BARBERO Jesús. De los medios a las prácticas. *Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales*. 1990, n° 1.

MATTELART Armand. *La mondialisation de la communication*. Paris : PUF, 1996.

MATTELART Armand. *L'invention de la communication*. Paris : La Découverte, 1997.

MATTELART Armand. *Histoires des théories de la communication*. Paris : La Découverte, 3^{ème} ed., 2004.

McLUHAN Marshall. *Pour comprendre les médias les prolongements technologiques de l'homme*. Paris : Le Seuil, 1977.

METZ Christian. *Langage and cinema*. USA : Gruyter Mouton, 1974.

MOREL Julien, RELIEU Marc. Le caméraphone...pour être ensemble. *Médiamorphoses*, 2007, n° 21.

MORRIS Nancy, SCHLESINGER R. Philip. Jesús Martín Barbero ou le refus du médiacentrisme. *Hermès*, 2000, n° 28.

OLLIVIER Bruno. *Identité et identification. Sens, mots et techniques*. Paris : Hermès-Lavoisier, 2007.

OLLIVIER Bruno. *Les identités collectives à l'heure de la mondialisation*. Paris : CNRS, 2009.

OROZCO Guillermo. Escuela y TV : hacia una alianza por nuevos motivos. In : *Televisión y audiencias un enfoque cualitativo*. Madrid : Ediciones de la Torre/UIA, 1996.

OROZCO Guillermo. Audiencias, televisión y educación : una deconstrucción pedagógica de la «televidencia» y sus mediaciones. *Revista iberoamericana de educación* [en ligne]. 2001, n° 21. Disponible sur : <http://www.rieoei.org/rie27a07.htm> (consulté le 7 avril 2007).

OROZCO Guillermo. *¿Espectadores o interlocutores? Desafío de los medios en el fin de milenio*. In : Conferencia inaugural de la cátedra Unesco de comunicación social, Bogotá, Université Pontificia Javeriana, 1996.

OROZCO Guillermo. *Recepción y mediaciones*. Bogotá : Norma, 2002.

OROZCO Guillermo. Medios, Audiencias y mediaciones. *Comunicar*, 1997, n° 8.

- OOSTERBAAN Martijn. Virtual re-evangelization : Brazilian diasporic media and the reconfiguration of territoriality. In : ECREA - congres communication policies and culture in Europe. Section : Diaspora Migration and the media, nov. 2008. Barcelone, 2008.
- PLANT Sadie. On the Mobile : The Effects of Mobile Telephones on Social and Individual Life. *On the mobile, Motorola*, Global result of mobil's impact, 2001, p. 96 [en ligne] disponible sur : http://www.motorola.com/mot/doc/0/234_MotDoc.pdf (consulté le 20 août 2008).
- PRADIP Thomas. Comunicación participativa para el desarrollo : premisas filosóficas. In: GUMUCIO Alfonso, TUFTE Thomas. *Antología de la comunicación para el cambio social*. La Paz : Plural, 2008.
- QUERE Louis. *D'un modèle épistémologique de la Communications à un modèle praxéologique*. Réseaux, 1995, n °.44 - 47.
- RADOJKOVIC Miroljub. Broadcasting media and identity of roma in Serbia. Community Communication Section. IAMCR : Paris, 2007
- REGUILLO Rossana. *La construcción simbólica de la ciudad. Sociedad, desastre y comunicación*. México : ITESO, 2005.
- RIVIERE Carole-Anne. La pratique du mini-message. Une double stratégie d'extériorisation et de retrait de l'intimité dans les interactions quotidiennes. *Réseaux*, 2002, n ° 112-113.
- SEDEL Julie. *Les médias et la banlieue*. Paris : INA/Le Bord de l'eau, 2009.
- SEFTON-GREEN Julian, BUCKINGHAM David. Writing media : media production an the making of new literacy. Cité par : ERIKSEN-TERZIAN Anna, p. 66 dans, *Actes du Forum : Les jeunes et les médias. Perspectives de la recherche dans le monde*, 1998.
- SPENDER Dale. *Nattering on the net. Women, power and cyberspace*. Australie : Spinifex, 1995.

- TOA Jules. *Communication interne et diversités culturelles dans les entreprises en cote d'ivoire*. Sciences de l'information et de la communication. Bordeaux : Université Michel de Montaigne Bordeaux 3, 2008, 320 p.
- TOUHAMI Souad. *Pratiques médiatiques et processus d'intégration : le cas de la population d'origine marocaine en France*. Sciences de l'Information et de la Communication. Bordeaux : Université Michel de Montaigne Bordeaux 3, 2008, 315p.
- TREDANS Olivier. *Les weblogs dans la cité : entre quête de l'entre-soi et affirmation identitaire*. Cahiers de recherche MARSOUIN, 2005, n° 6.
- TUFTE Thomas. *El edu-entretenimiento en la comunicación para el desarrollo. Entre el marketing y el empoderamiento*. In: GUMUCIO DRAGON Alfonso, TUFTE Thomas. *Antología de la comunicación para le cambio social : lecturas históricas y contemporáneas*. La Paz : Plural, 2008, traduction personnelle.
- VACAFLOR Nayra et alii. *El miedo y los medios de comunicación*. In : GUARDIA Marcelo. *Comunicaciones fragmentadas : producción de significados en sociedades mundializadas*. Cochabamba : Universidad Católica Boliviana, 2000.
- VACAFLOR Nayra, CATOIR Marie-Julie. *IAMCR L'Oeil Critique : an example of Participatory Education for Media*. Mexico : IAMCR Congress, 2009, 17p. [en linge]. Disponible sur : <http://iamcr.org/congress/mexico-2009/147-home-a-news/539-mexico-2009-virtual-paper-room> (consulté le 20 décembre 2009).
- WINKIN Yves. *La nouvelle communication*. Paris : Seuil, Nouvelle édition, 2000.
- WINKIN Yves in *Anthropologie de la communication : de la théorie au terrain*. Nouvelle édition. France : Seuil, 2001.
- WOLF Mauro. *La Investigación de la Comunicación de Masas : Critica y perspectiva*. Barcelona : Paidós Ibérica, 2000.

WOLTON Dominique. *Internet et après ? Une théorie critique des nouveaux médias*.
Manchecourt : Flammarion, 2000.

WOLTON Dominique. *L'autre mondialisation : identité, culture et communication*.
Paris : Flammarion, 2003.

QUARTIERS POPULAIRES

AGIER Michel. *L'invention de la ville : banlieues, townships, invasions et favelas*. Paris:
Archives contemporaines, 1999.

AMORIM Marilia, MONS Alain, LOCHARD Guy et alii. *Images et discours sur la
banlieue*. Toulouse : Erès, 2002.

AQUATIAS Sylvain. *Jeunes de banlieue, entre communauté et société*. Socio-
anthropologie [en ligne]. 1997, N°2. Disponible sur : URL : [http://socio-
anthropologie.revues.org/index34.html](http://socio-anthropologie.revues.org/index34.html) (Consulté le 11 mars 2008).

AVENEL Cyprien. *Sociologie des « quartiers sensibles »*. Paris : Armand Colin, 2007.

AVENEL Cyprien. *Les adolescents et leur cité, dans les « quartiers »*. Revue *Enfance &
Psy*, 2006, n° 33.

BORDET Joëlle. *Où a une société avec les jeunes des cités ! : Sortir de la spirale
sécuritaire*. Ivry-Sur Seine : Editions de l'Atelier, 2007.

DUPONT-VILLECHAISE Agnès. *Amère banlieue ; les gens des grands ensembles*.
Paris : Grasset et Fasquelle, 2000.

FASSIN Eric. *Statistiques de la discorde. Mesurer la « diversité » peut-être utile pour
combattre les discriminations. C'est inacceptable si cela cautionne une forme de
xénophobie d'Etat*. *Le Monde*, 6 octobre, 2007.

- JAZOULI Adil. *Une saison en banlieue. Courants et perspectives dans les quartiers populaires*. Paris : PLON éditions, 1995.
- LAPEYRONNIE Didier. *Ghetto Urbain. Ségrégation, violence, pauvreté en France aujourd'hui*. Paris : Robert Laffont, 2008.
- LE POUTRE David. *Cœur de banlieue. Codes, rites et langages*. Paris : Odile Jacob, 2001.
- LE POUTRE David. *La culture des rues dans un grand ensemble de la banlieue parisienne*. Thèse en Anthropologie sociale et Ethnologie. Lille : Université Lille III&EHESS, 1996, p. 542.
- LESNES Corine. *Barack Obama. La leçon des guettos*. Le Monde, 6 octobre, 2007.
- PAUGMAN Serge, VAN ZANTEN Agnès. *Constructions identitaires et rapports sociaux dans une cité défavorisée de la banlieue parisienne. Exclusions au cœur de la cité./ed. par Dominique SCHANAPPER*. Paris : Anthopos, 2001.
- PREZELJ Corine, ADDED André, AZOULAY Hervé. *L'intelligence des banlieues : les réseaux pour sortir de la crise*. Paris : Institut Français de l'Intelligence Economique (IFIE), 2007.
- REROLLE Raphaëlle. *Toujours plus loin du paradis. Rencontre Dinaw Mengestu dépeint les douleurs et la honte de tous les exilés*. Le Monde. Vendredi 28 septembre 2007.
- SANTAKI Rashid. *La petite cité dans la prairie*. Paris : Le Bord de l'eau, 2008.
- SCHNAPPER Dominique. *Exclusions au cœur de la cité*. Paris : Anthropos, 2001.
- SCHEMLA Elisabeth, BONIFACE Pascal. *Halte aux feux : Proche-Orient, antisémitisme, médias, islamophobie, communautarisme, banlieues...* Paris : Flammarion, 2006.

SCHIFF Claire. Nouvelles jeunesses immigrées en France et aux Etats Unis. *Agora débats jeunesses*, 2000, n° 22.

SCHIFF Claire. Les jeunes migrants turcs face aux réseaux économiques « ethniques ». *Economies choisies*, 2004, cahier 20.

SCHIFF Claire. *Situation migratoire et condition minoritaire. Une comparaison entre les adolescents primo-migrants et les jeunes de la deuxième génération vivant en milieu défavorisé*. Thèse de doctorat en Sociologie. Paris : EHESS, 2000.

VENKATESH Sudhir. *Gang leader for a day a rogue sociologist takes to the streets*. New York : The penguin Press, 2008.

VENKATESH Sudhir. *Off the books. The underground economy of the urban poor*. London : Harvard University Press, 2006.

WACQUANT Loïc. *Parias urbains : Ghetto, banlieues, Etat*. Paris : La découverte, 2006.

ZACHAMANN Patrick. *Ma proche banlieue*. Paris : Editions Xavier Barral, 2009.

JEUNES & MEDIAS

BOYD Danah. *Pourquoi les jeunes adorent MySpace ? La culture de la convergence*. Médiamorphoses, 2007, n° 21.

DUMEZ FEROC Isabelle. Ils bloguent à part...pratiques juvéniles de production et de réception de l'écrit et de l'image en ligne. In : CORROY Laurence. *Les jeunes et les médias, les raisons du succès*. Paris : Vuibert, 2008.

ERIKSEN-TERZIAN Anna. *Les jeunes comme producteurs de médias pourquoi faire ?* Actes du Forum : Les jeunes et les médias perspectives de la recherche dans le monde, 1998.

FERRETTE Jean, LEDENT David. Vers la consécration de l'éphémère ? L'usage de la fonction photographique des téléphones portables chez les 15-25 ans scolarisés. In :

- GAUDEZ Florent. *Les arts moyens aujourd'hui*. Paris : L'Harmattan, 2008.
- FOGT Anne, SANVICK Margareth. *We represent a potential not a problem. Young people's media use in diaspora*. Nordicom Review, 2008, n° 29.
- FLUCKIGER Cédric. *La sociabilité juvénile instrumentée. L'appropriation des blogs dans un groupe de collégiens*, Réseaux, 2006, n° 138.
- FLUCKIGER Cédric. *L'appropriation des TIC par les collégiens dans les sphères familiales et scolaires*. Sciences de l'éducation. Val-de-Marne : Ecole Normale Supérieure de Cachan, 2007, 416 p.
- FRAU MEIGS Divina, JEHEL Sophie. *Jeunes, médias, violences : le rapport du CIEM*. Paris : Economica, 2002.
- GRINTER Rebecca, ELDRIDGE Margery. *Y do yngrs luv 2 txt msg ? Proceedings of the Seventh European Conference on Computer-Supported Cooperative Work ECSCW*, 2001. Netherlands : Kluwer Publishers.
- .
- ITO Mizuko, HORST Heather et alii. *Living and learning with New Media : Summary of findings from the Digital Youth Project*. MacArthur Fondation. Disponible sur : <http://digitalyouth.ischool.berkeley.edu/files/report/digitalyouth-TwoPageSummary.pdf> (consulté le 14 janvier 2009).
- JACQUINOT Geneviève. *Les jeunes et les médias : Perspectives de la recherche dans le monde*, Paris : L'Harmattan, 2002.
- JACQUINOT Geneviève. *Les médias et les jeunes toujours en débat ! Médiamorphoses*, 2004, n°10.
- JACQUINOT Geneviève, KOURTI Evangelia et alii. *Des jeunes et des médias en Europe: Nouvelles tendances de la recherche*. Paris : L'Harmattan, 2008.

- LE BRETON David. *Cultures adolescents. Entre turbulence et construction de soi*. Paris : Autrement, 2008.
- LE FICHER Bertrand. Internet et les jeunes. Jeunes & Médias, avoir 20 ans en 2005. In : AGLIETTA Jacqueline, *Actes du colloque de la Fondation d'entreprise médiamétrie*. 1998. Paris : Médias Pouvoirs.
- LIVINGSTONE Sonia. *Les jeunes et les nouveaux médias. Sur les leçons à tirer de la télévision pour le PC*. Réseaux, 1999, n° 92-93.
- LIVINGSTONE Sonia. *Taking risky opportunities in youthful content creation : teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression*. New Media and Society, 2008, n° 10 (3).
- LIVINGSTONE Sonia. *Children on-line : emerging uses of the Internet at home*. Journal of the IBTE, 2001, vol.2, part 1.
- LIVINGSTONE Sonia. *Challenges and dilemmas as children go on-line: linking observational research in families to the emerging policy agenda*. In: The 3th annual dean's lecture. 2002, Pennsylvania : The Annenberg Achool for Communication : University of Pennsylvania.
- LOCHARD Guy. *Le jeune de banlieue à la télévision. Représenté ou instrumentalisé ?* Médiamorphoses, 2004, n° 10.
- MACASSI Sandro. *Culturas juvenile, medios y ciudadanía*. Lima : Asociación de Comunicadores Calandria. 2001.
- MASSELOT-GIRARD Maryvonne. *Jeunes et médias : Ethique, socialisation et représentations*. Paris : L'Harmattan, 2004.
- PASQUIER Dominique. *Cultures lycéenes. La tyrannie de la majorité*. Paris : Autrement. 2005.

PASQUIER Dominique, JOUET Josiane. *Aspect de la recherche européenne Himmel Wett : démographie des pratiques médiatiques des jeunes français*. In : JACQUINOT Geneviève. *Les jeunes et les médias. Perspectives de la recherche dans le monde*. Paris : L'Harmattan, 2002.

PASQUIER Dominique, JOUET Josiane. *Les jeunes et la culture de l'écran. Enquête nationale auprès des 6-17 ans*. *Réseaux*, 1999, n° 92-93.

REGUILLO Rossana. *En la calle otra vez. Las bandas : identidad urbana y usos de comunicación*. Guadalajara : ITESO, 1995.

REGUILLO Rossana. *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Bogotá: Norma, 2003.

ROSENFELD Erica. *Identity Production in Youth Filmmaking*. From Spotlight bloggig the file of digital media and learning [en ligne] 2007. Disponible sur : http://spotlight.macfound.org/main/entry/rosenfeld_halverson_identity_youth_filmmaking (consulté le 17 février 2008).

VACAFLOR Nayra, AMRI Mahdi. *Téléphone mobile et expression identitaire : réflexions sur l'exposition technologique de soi parmi les jeunes. Les enjeux de l'information et de la communication*. Grenoble : Université Stendhal-Grenoble 3, 2010 [mise en ligne prochainement].

CULTURAL STUDIES

APPADURAI Arjun. *Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation*. Paris : Payot & Rivages, 2005.

APPADURAI Arjun. *Géographie de la colère. La violence à l'âge de la globalisation*. Paris : Payot & Rivages. 2007.

BERU Laurent. *La banlieue, révélatrice de l'utilité des « French Cultural Studies »*. Pour l'étude des (non-) dits ethnico-raciaux français. MEI, 2006. n° 24-25.

GARCIA CANCLINI Néstor. *Culturas híbridas. Estratégias para entrar y salir de la modernidad*. Barcelona : Paidós, 2005.

GARCIA CACLINI Néstor. Cultures hybrides et stratégies de communication. In : OLLIVIER Bruno *Les identités collectives à l'heure de la mondialisation*. Paris : CNRS, 2009.

GARCIA CANCLINI Néstor. *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Barcelona : Grijalbo, 2001.

GARCIA CANCLINI Néstor. *La globalización imaginada*. Barcelona : Paidós, 1999.

HALL Stuart. *Identités et cultures. Politiques des Cultural Studies*. Paris : Éditions Amsterdam, 2007.

HALL Stuart. Une perspective européenne sur l'hybridation. In : OLLIVIER Bruno. *Identités collectives à l'heure de la mondialisation*. Paris : Hermès-CNRS.

HARRIS Marvin. *Teoría sobre la cultura en la era postmoderna*. Barcelona : Critica, 2000.

HOGGART Richard. *La culture du pauvre*. Paris : Minuit, 1991.

MACE Eric. Mouvements et contre-mouvements dans la sphère publique et les médiacultures. In : MACE Eric, MAIGRET Eric. *Penser les médiacultures : nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*. Paris : Armand Colin/INA, 2005.

MAIGRET Eric. Esthétiques des médiacultures. In : MACE Eric, MAIGRET Eric. *Penser les médiacultures : nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*. Paris : Armand Colin/INA, 2005.

- MATTELART Armand, NEVEU Erik. *Introduction aux Cultural Studies*. Paris : La Découverte, 2008.
- RASSE Paul. Les cultural studies et l'étude des cultures populaires. *MEI*, 2006, n° 24-25.
- TOMLINSON John. *Globalization and culture*. Cambridge : Polity Press, 1999.
- VACAFLOR Nayra, CATOIR Marie-Julie. *Estudios culturales & Latin American Studies : entre deux héritages ?* Université Michel de Montaigne Bordeaux 3 : Atelier Cultural Studies, 2009, 20 p.
- WILLIAMS Raymond. *The long revolution*. Columbia : Columbia University Press, 1961.
- WILLIS Paul. *Abstract of Paul Willis's « Symbolic creativity »1990*. Cultural Studies : a blog for thoughtful reflection and concise analysis. [en ligne]. 2007. Disponible sur : <http://cltrlstudies.blogspot.com/2007/10/abstract-of-paul-williss-symbolic.html> (consulté le 15 juillet 2008).

IDENTITE & CULTURE

- ALBO Xavier. *Educar en la diferencia. Reforma educativa*. La Paz : UNICEF/CIPCA, 2002.
- BAUMAN Zygmunt. *Identity : Conversation with Benedetto Vecchi*. Cambridge : Polity, 2004.
- BELKHAMSA Sarah, DARRAS Bernard. *Culture matérielle et construction de l'identité culturelle. Discours, représentations et rapports de pouvoir*. *MEI*, 2007, n° 24-25.
- BRUBAKER Rogers. *Au-delà de l'« identité »*. Actes de la Recherche en Sciences Sociales. Paris : Le Seuil. 2001, n° 3.
- CAMILLERI Carmel, KATERSZTEIN Joseph, LIPIANZSKY Edmond Marc et alii. *Stratégies identitaires*. Paris : PUF, 1990.

- GEERTZ Clifford. *La interpretación de las culturas*. Barcelona : Gedisa, 1997.
- KLAPP Orrin. *Collective Search for Identity*. New York : Holt, Rinehart, and Winston. 1969.
- KLEIN Annabelle, MARION Philippe. *Reconnaissance et identité face à l'espace médiatique*. Recherches en communication, 1996, n° 6.
- KOZAKAI Toshiaki. *L'étranger, l'identité. Essai sur l'intégration culturelle*. Paris : Payot & Rivages, 2000.
- MARTUCCELLI Danilo. *Grammaires de l'individu*. Paris : Gallimard, 2002.
- SUSZ Pedro. *La diversidad asediada. Escritos sobre culturas y mundialización*. La Paz : Plural, 2005.
- VINSONNEAU Geneviève. *L'identité culturelle*. Paris : Armand Colin, 2002.
- VINSONNEAU Geneviève. *Contextes Pluriculturels et identités : Recherches actuelles en psychologie sociale*. Fontenay-sous-Bois : SIDES, 2005.

SOCIOLOGIE

- AUGE Marc. *Le sens des autres*. Paris : Fayard. 1994.
- BAUDRY Patrick. *Violences invisibles : corps, monde urbain singularité*. Paris : Passant, 2004.
- BERNIER Bernard. L'intervention sociale. In : MEYER-RENAUD Micheline et LE DOYEN Alberte. Colloque annuel de l'ACSALF, 1981. Montréal : Les Éditions coopératives Albert Saint-Martin, 1982.
- CURIE Raymond. *Interculturalité et citoyenneté à l'épreuve de la globalisation*. Paris : L'harmattan, 2006.

GOFFMAN Erving. *La Mise en scène de la vie quotidienne. La présentation de soi.* Paris : Editions de Minuit, 1973.

GOFFMAN Erving. *Stigmate.* Paris : Les Editions de Minuit, 1975.

LAHIRE Bernard. *L'homme pluriel : les ressorts de l'action.* Paris : Hachette Littératures, 2001.

PAUGAM Serge. *Les formes élémentaires de la pauvreté.* Paris : PUF, Le lien social, 2005.

RENAN Ernest. *Qu'est-ce qu'une nation ? 11 mars 1882, Paris* [en ligne]. Lisieux : Bibliothèque Municipale de Lisieux, 1997, chapitre 3. Disponible sur : <http://www.bmlisieux.com/archives/nation01.htm> (consulté le 10 mars 2007).

RICHARD Yann. *La Biélorussie. Une géographie historique.* Paris : L'Harmattan, 2002.

SIMMEL Georg. *Sociologies : études sur les formes de la socialisation.* Paris: PUF, 1999.

TOURAIN Alain. *Sociologie de l'action.* Paris : LGF, nouv.éd, 2000.

METHODOLOGIE

ATHABE Gérard. Ethnologie du contemporain et enquête de terrain. *Revue Terrain*, 1990, n° 14.

BANKS Marcus. *Using visual data in qualitative research.* London : Sage Publications, 2007.

BANKS Marcus. *Visual research methods.* Social research update, 1996, n° 11.

BECKER Howard. *Les photographies disent-elles la vérité ?* *Ethnologie Française*, 2007, vol. 37.

- BERMAN Helene et alii. *Portraits of Pain and Promise : a photographic study of Bosnian youth*. Canadian journal of nursing research. [en ligne] 2001, vol. 31, n° 4.
 Disponible sur :
<http://www.crvawc.ca/documents/Portraits%20of%20Pain%20and%20Promise%20Berman%20et%20al.pdf> (consulté le 23 mai 2007).
- BIELLA Peter. *The Legacy of John Collier. The Origins of Visual Anthropology* [en ligne] 2001-2002, p. 51. Disponible sur : <http://online.sfsu.edu/~biella/biella2002c.pdf> (consulté le 30 mai 2007).
- BOURDIEU Pierre. *Un art moyen. Essai sur les usages sociaux de la photographie*. Paris : Les Editions de Minuit. 2e éd, 1965.
- BOURDIEU Pierre. *Participant observation*. In : HUXLEY MEMORIAL MEDAL, 6 décembre 2000, Londres : The journal of royal anthropological institute. 2003.
- CLARK-IBANEZ Marisol. *Framing the social world with photo-elicitation interviews*. American Behavioral Scientist. 2004, n° 47.
- COLLIER John. *Visual anthropology as a research method*. New York : Rinehart and Winston, 1967.
- CONORD Sylvaine. *Usages et fonctions de la photographie en anthropologie*. Ethnologie Française. 2007, vol 37.
- DEMUNCK Victor, SOBO Elisa . *Using methods in the field : a practical introduction and casebook*. Walnut Creek : AltaMira Press, 1998.
- DEWALT Kathleen, DEWALT Billie. *Participant observation : a guide for fieldworkers*. Walnut Creek : AltaMira Press, 2002.
- DODMAN David. *Shooting in the city : an autophotographic exploration of the urban environment in Kingston Jamaica*. Aerea, vol. 35, 2003.

- DUBOIS Philippe. *L'Acte photographique et autres essais*. Paris : Nathan, 1990, p. 46.
- DUTEIL-OGATA Fabienne. *La photo-interview dialogues avec des japonais*. Ethnologie Française. 2007, vol 37.
- GAUNTLETT David. Exemples, théories et recherches. Disponibles sur : <http://www.theory.org.uk/david/> (consulté le 01 juin 2007).
- GAUNTLETT David. *Creative Explorations : new approaches to identities and audiences*. Londres : Routledge, 2007.
- GAUNTLETT David, HOLZWARTH Peter. *Creative and visual methods for exploring identities. A conversation between David Gauntlett and Peter Holzwarth*. Visual Studies&IVSA International Visual Sociology Association, [en ligne], 2006. Disponible sur : <http://www.artlab.org.uk/VS-interview-2ps.pdf> (consulté le 6 mars 2008).
- GELINEAU Lucie, VINET-BORIN Ariane, GERVAIS Marie. Quand recherche et proximité se conjuguent. Réflexions autour de l'émergence d'une culture de recherche dans les organismes de santé et de services sociaux. In : GELINEAU Clément *Proximité : lien, accompagnement et soin*. Québec : Presses universitaires de Québec, 2009.
- GILLIAN Rose. *Visual methodologies : an introduction to the interpretation of visuals materials*. Second edition. London : SAGE Publications, 2007.
- HARRINGTON Charles, SCHIBIK Timothy. *Reflexive photography as an alternative method for the study of the freshman year experience*. NASPA journal. 2003, vol. 41, n° 1.
- HAPER Douglas. *Talking about pictures : a case for photo elicitation*. Visual Studies, 2002, vol.17, n° 1.
- HONG-MERCIER Seok, VACAFLOR Nayra. Self images of identity : reflexive photography interviewing applied to the suburban migrant youth in Aquitaine. In : ECREA Congres communication policies and culture in Europe. Section : Diaspora Migrations and the Media, 25-28 nov.2008, Barcelone.

HUGUES Everett et alii. *Cases on fieldwork*. Chicago : University of Chicago, 1952. In : WINKIN Yves in *Anthropologie de la communication : de la théorie au terrain*. Nouvelle édition. France : Seuil, 2001.

HURWORTH Rosalind. *Photo-interviewing for research*. Social research updates : sociology of Surrey [en ligne] 2003. Disponible sur : <http://sru.soc.surrey.ac.uk/SRU40.html> (consulté le 15 aout 2007).

KAWULICH Barbara. *La observación participante como método de recolección de datos*. Forum : Qualitative Social Research [en ligne] 2005, vol 6, n^o2 . Disponible sur : <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0502430> (consulté le 3 mai 2007).

LAPLANTINE François. *Penser en Images*. Ethnologie française, 2007, vol. 37.

LEVY Ron. *Croyance et doute : une vision paradigmatique des méthodes qualitatives*. Rupture : revue transdisciplinaire en santé [en ligne] 1994, vol 1, n^o 1, p. 92-100. Disponible sur : http://www.medsp.umontreal.ca/ruptures/pdf/articles/rup011_092.pdf (consulté le 20 juin 2007).

LEWIS Oscar. *Les enfants de Sanchez : autobiographie d'une famille mexicaine*. Paris : Gallimard, 1978.

MCCALL G. J., SIMMONS J. L.. *Identities and interactions*. New York : Free Press. 1978 cité par KAWULICH Barbara dans *La observación participante como método de recolección de datos .Forum Qualitative Sozialforschung / Forum : Qualitative Social Research* [en ligne]. Disponible sur : <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0502430> (consulté le 4 mai 2007).

MALINOWSKI Bronislaw. *Les Argonautes du Pacifique occidental*. In : WINKIN Yves dans *Anthropologie de la communication : de la théorie au terrain*. Nouvelle édition. Paris : Seuil, 2001.

- MARSHALL Catherine, ROSSMAN Gretchen. *Designing qualitative research*. Thousand Oaks : Sage Publications, 2000.
- PAPINOT Christian. Le « malentendu productif ». Réflexion sur la photographie comme support d'entretien. *Ethnologie française*, 2007, vol. 37.
- PEQUIGNOT Bruno. De l'usage d'images en sciences sociales. *Communications/EHESS*, 2006, n° 80.
- PINK Sarah. *Doing Visual ethnography*. Second edition. London : Sage Publications, 2007.
- TAYLOR Steven, BOGDAN Robert. *Introduction to qualitative research methods : A guidebook and resource*. 3ème édition. New York : John Wiley & Sons, 1998.
- TERRENOIRE Jean-Paul. Sociologie visuelle. Etudes expérimentales de la réception. Leurs prolongements théoriques ou méthodologiques. *Ethnologie française*, 2007, vol. 37.
- WANG Caroline, BURRIS Mary Ann. *Empowerment through photo novella : Portraits of participation*. *Health Education Quarterly*, 1994, n° 21 (2).
- WANG Caroline. *Using photovoice as a participatory assessment tool : A case study with the homeless in Ann Arbor*. *Community-based participatory research for health*, 2003.
- WARREN Samantha. *Photography and voice in critical qualitative management research*. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 2005, vol.18, n° 6.
- WINKIN Yves. *Anthropologie de la communication : de la théorie au terrain*. Nouvelle édition. France : Seuil, 2001
- ZAMBON Michael, Confessions of a qualitative researcher : reflexive photography and the exhibition of culture in schools. Educational perspectives. The doctorate in Education.
- Disponible sur: <http://www.hawaii.edu/edper/pdf/Vol37Iss2/Confessions.pdf>

PHSYCOLOGIE

BATESON Gregory, BATESON Mary Catherine et alli. *La peur des anges*. Paris : les Éditions du Seuil. 1989.

ELKAÏM Mony. *Panorama des thérapies familiales*. Paris : Seuil, 1995.

FORGETTE GIROUX René, Marc RICHARD, Pierre MICHAUD. *L'influence du climat psychosocial de l'école et le concept de soi des élèves*. The Canadian Society for the Study of Education. [en ligne].1995, n° 20.

Disponible sur : <http://www.csse.ca/CJE/Articles/FullText/CJE20-3/CJE20-3-10Forgette-Giroux.pdf> (consulté le 5 septembre 2009).

HALEY Jay et WATZLAWICK Paul disparaissent mais leur enseignement vit avec nous...Entretien avec Mony Elkaïm. *Cahiers critiques de thérapie familiale et de pratiques de réseaux*, 2007, n° 38.

TISSERON Serge. *L'intimité surexposée*. Paris : Ramsay, 2001.

PHILOSOPHIE

BACON Francis. *Novum Organum*. [en ligne] Nouv. Traduction en Français par LORQUET. Procemium, Intauration Magna. Paris : L'Hachette, 1857. Disponible sur : <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k201287p.image.f3.langFR.pagination> (consulté le 21 décembre 2006).

BENOIST Jocelyn. *Etre soi-même : Heidegger et l'obsession de l'identité*. Revue philosophique de Louvain, 1996, vol. 94, n° 1.

BOUTROUX Emile. *Leçons sur Aristote*. Paris : PUF, 2002 (réed.).

BUBER Martin. *Je et tu*. Paris : Aubier Montaigne, 1992.

BUTLER Judith. *Le récit de soi*. Paris : PUF, 2007.

DE CERTEU Michel. *L'invention du quotidien. Tome : Arts de faire*. Paris : Gallimard/Folio, 2002.

DE GAULEJAC Vincent. *La névrose de classe*. Paris : Hommes et Groupes, 1987.

DORLIN Elsa. *Performe ton genre : perfome ta race ! Soirées de Sophia : Antisexisme ou antiracisme : un faux dilemme ?* [en ligne] 2007. Disponible sur : <http://gaadjou.joueb.com/news/performe-ton-genre-performe-ta-race> (consulté le 23 avril 2008)

FOUCAULT Michel. Les techniques de soi. In : *Dits et écrits*, vol. II, (1976-1988). Paris : Gallimard, 2001.

FOUCAULT Michel. *L'Usage des plaisirs. L'Histoire de la sexualité*. Paris : Gallimard, 1984, T. II.

FOUCAULT Michel. *Microfísica del poder*. Madrid : La Piqueta, 1991.

FOUCAULT Michel. *Vigiler et punir*. Paris : Gallimard, 1993.

FOESSEL Michaël. *L'imaginaire dans l'action et dans l'institution. La philosophie politique de Ricoeur et le libéralisme*. In : Journée du Fonds Ricoeur, 21 janvier 2008, Paris, p. 2. [en ligne].

Disponible sur : [http://www.fondsriceur.fr/photo/Ricoeur%20action\(1\).pdf](http://www.fondsriceur.fr/photo/Ricoeur%20action(1).pdf) (consulté le 09 mars 2007).

GAGNON Bernard. *La philosophie morale et politique de Charles Taylor*. Canada: Les presses de l'université Laval.

GUENOUN Simone. Individu. In : LECLERCQ Stéfan, *Abécédaire de Michel Foucault*. Belgique/Paris : Sils Maria/Vrin, 2004.

GRAMSCI Antonio. *La philosophie de la praxis contre l'historicisme idéaliste. L'anti-Croce*. L'archive Internet de marxistes. Section Française [en ligne]. 1935, Cahier 10, p.15. Disponible sur : <http://www.marxists.org/francais/gramsci/index.htm> (consulté le 21 mars 2008)

HEGEL Georg Friedrich Wilhelm. *Esthétique* [en ligne] Tome premier, Paris : Librairie Germer-Baillère, 1770-1831, p. 496. Disponible sur : http://www.artsplastiques.ac-versailles.fr/beta/pedagogie/hegel/Hegel_Esthetique_tome_I.htm (consulté le 20 juillet 2009).

LEBRE Jérôme. Identité (et différence). In : LECLERCQ Stéfan, *Abécédaire de Michel Foucault*. Belgique/Paris : Sils Maria/Vrin, 2004.

LEBRE Jérôme. Pratique de Soi. In : LECLERCQ Stéfan, *Abécédaire de Michel Foucault*. Belgique/Paris : Sils Maria/Vrin, 2004.

MARCHAL Hervé. *L'identité en question*. Paris : Ellipses, 2006.

REVEL Judith. *Expériences de la pensée Michel Foucault*. Paris : Bordas, 2005.

RICOEUR Paul. *Temps et récit. L'intrigue et le récit historique*. Tomme I. Paris : Le Seuil, 1991.

RICOEUR Paul. *Temps et récit. La configuration dans le récit de fiction*. Tomme II. Paris : Le Seuil, 1991

RICOEUR Paul. *Temps et récit. Le temps raconté*. Tome III. Paris : Le Seuil, 1995.

RICOEUR Paul. *Soi-même comme un autre*. Paris : Editions du Seuil, 1990.

SAINT AUGUSTIN. *Les confessions*. Paris : Flammarion, 2001, IX, livre 11^{ème}.

SEYMOUR Michel. *Multiculturalisme, identité et nation*. Cahiers Virtuels du Département de Philosophie de l'Université de Montréal [en ligne], p. 7-8. Disponible sur : <http://www.philo.umontreal.ca/prof/documents/ShowLetter1.pdf> (consulté le 17 février 2006).

TAYLOR Charles. *Les sources de moi. La formation de l'identité moderne*. Paris : Le Seuil, 1998.

TAYLOR Charles. *Multiculturalism: Examining The Politics of Recognition*. New Jersey: Princeton University Press, 1994.

TODOROV Tzvetan. *Nous et les autres. La réflexion française sur la diversité humaine*. Paris : Seuil, 1989.

PEDAGOGIE & EDUCATION

FREIRE Paulo, HORTON Myles. *O caminho se faz caminhando. Conversas sobre educação e mudança social*. Brésil : Vozes, 2002.

FREIRE Paulo. *Pédagogies des opprimés*. Paris : La découverte, 1982.

KAUFMAN Armando. Educación y sociedad : transformaciones culturales y nuevas subjetividades. *Curso de postgrado enseñanza de las ciencias sociales : construcción de conocimiento y actualización disciplinar*. FLACSO : Argentine, 2005.

THEATRE & LITERATURE

BOAL Augusto. *Théâtre de l'opprimé*. Paris : La découverte, 1996.

BORGES Jorge Luis. *Fictions*. Paris : Gallimard, 1991.

BURNIER Luis Octavio. *A Arte de ator da técnica à representação*. Sao Paulo : UNICAMP, 2001.

GENETTE Gérard. *Palimpsestes. La littérature au second degré*. Paris : Seuil, 1982.

DVD & CD

ARKANA Keny. *La rue nous appartient*. [CD] Album : Désobéissance, 2008.

DE PALMA Brian. *Scarface*. [DVD] Etats-Unis : Universal Studios, 1983.

KASSOVITZ Mathieu. *La haine*. [DVD] Lazennec Productions, La Sept Cinéma, StudioCanal, Kasso Inc., 1995.

MEIRELLES Fernando. *La cité de Dieu*. [DVD] Brésil : Miramax films, 2002.

PABON Ana-Milena. *Univers Cités* [DVD]. Bordeaux : Périphéries Productions – CEMIC. 2008. Informations disponibles sur : <http://univers-cites-lefilm.blogspot.com/>

RICHET Jean-François. *Ma 6-T va cracker* [DVD] France : Actes Proletariens, Why not Production, La Sept Cinéma, Canal +, TF1, 1997.

WEBOGRAPHIE

<http://www.insee.fr/>

<http://portal.unesco.org>

<http://www.theory.org.uk/david>

<http://www.communicationforsocialchange.org>

<http://www.cnrtl.fr/lexicographie/action>

<http://cyber.law.harvard.edu/>

<http://www.le-florida.org>

<http://www.enattendantemain.com>

<http://rpo97fm.fr>

<http://vlog.rheingold.com>

<http://www.comscore.com>

<http://www.mediametrie.fr>

<http://dr.larsene.free.fr/>

<http://www.orableis-paris.org/>

<http://www.csa.fr/>

<http://www.ina.fr/>

<http://www.education.gouv.fr/>

<http://www.talence.fr/>

<http://www.mairie-begles.fr/>

<http://www.ville-floirac33.fr/>

<http://www.pau.fr/>

<http://www.agen.fr/>

<http://sig.ville.gouv.fr/Atlas/ZUS/>

<http://www.uchicago.edu/index.shtml>

<http://www.u-bordeaux3.fr/fr/index.html>

<http://www.ucb.edu.bo/>

<http://www.uquebec.ca/reseau/>

<http://www.msh-paris.fr/>

<http://www.msha.fr/msha/index.php>

<http://www.adcs.cnrs.fr>

<http://www.u-bordeaux2.fr>

<http://www.macfound.org>

www.lostiempos.bo

www.lemonde.fr

www.facebook.com

www.youtube.com

<http://www.flixbus.com/>

<http://www.igeneration.fr/tags/qik>

<http://www.telecomspace.com/3g-umts.html>

INDEX FIGURES

Figure 1. Les médiations et le triple référent de l'identité.....	75
Figure 2. Le jeune et la production médiatique.....	90
Figure 3. Potentialités du journal de bord.	119
Figure 4. Questionnaire photo.....	130
Figure 5. Programme du local informatique & multimédia « La Souris ».	144
Figure 6. Exemple des champs sémantiques.....	181
Figure 7. Exemple des synapsies.	182
Figure 8. Processus évolutif de la production numérique individuelle.....	203
Figure 9. Processus évolutif de la production numérique collective.	205
Figure 10. Le processus numérique de l'expression de soi.....	216
Figure 11. Circularité du fait identitaire et des productions médiatiques.	320

INDEX GRAPHES

Graphe 1. Réseau général d'analyse sémantique.	180
Graphe 2. Identité et production médiatique.	229
Graphe 3. Internet-blog	243
Graphe 4. Médiation familiale.	254
Graphe 5. Médiation scolaire.	261
Graphe 6. Identité féminine, blog et film.	267
Graphe 7. Musique, Rap et MySpace.	276
Graphe 8. Production filmique.	281
Graphe 9. Téléphone mobile.	297

INDEX TABLEAUX

Tableau 1. Différences entre Action médiatique et <i>Agency</i>	86
Tableau 2. Synthèse des méthodes et techniques.....	104
Tableau 3. Recoupements entre les hypothèses, la grille d’entretien et le questionnaire photo.....	134
Tableau 4. Pourcentages de distribution des appareils photos.....	139
Tableau 5. Participants Talence.	145
Tableau 6. Participants Bègles.	153
Tableau 7. Participants Pau.	159
Tableau 8. Participants Agen.	166
Tableau 9. Participants Floirac.....	172
Tableau 10. Comparatif des logiciels.....	176
Tableau 11. Thèmes proposés.	190
Tableau 12. Nombre de productions médiatiques par commune.....	202
Tableau 13. Règles de production.	207
Tableau 14. Statistiques de fréquentation mensuelle, par sexes,	264
Tableau 15. Online video streaming par pays.....	285

TABLE DE MATIERES

REMERCIEMENTS.	1
DEDICACE.	3
TABLE DE MATIERES	5
- INTRODUCTION GENERALE -	9
Contexte de production de la thèse.....	11
Objectifs et mise en place du programme.....	12
L'équipe de recherche.....	13
Délimitations géographiques.....	14
Problématique de recherche.....	15
Question de recherche et hypothèses.....	16
PREMIERE PARTIE - CADRE THEORIQUE -	21
INTRODUCTION.....	23
CHAPITRE 1 : L'identité, un concept assiégé	25
1.1 Les quartiers populaires et la construction identitaire juvénile.....	26
1.1.1 Dynamique et structure sociale de la culture urbaine dans ces quartiers populaires.....	27
1.1.2 Mouvements undergrounds dans les quartiers populaires.....	29
1.1.3 Volet urbain des quartiers populaires.....	32
1.1.4 Représentations médiatiques au sein des quartiers populaires.....	33
1.2 Identités et flux communicationnels à l'ère de la mondialisation.....	35
1.2.1 Pluralité identitaire.....	37
1.2.2 Identité culturelle.....	39
1.2.3 Identités hybrides.....	41
1.2.4 Stratégies identitaires.....	44
1.3 Identités, communication et médias.....	46
1.3.1 Identités, jeunes et médias.....	48
1.3.2 Mondialisation et déterritorialisation.....	51
1.3.3 Le jeune disséminé dans le mediascape.....	52
1.4 L'imagination conditionnée et l'imaginaire du jeune.....	55
1.4.1 La lutte pour la pensée.....	57
1.4.2 Les médias, enveloppe de soi ?.....	59
CHAPITRE 2 : L'identité : enveloppe des médiations, narrations et expressions	63
2.1 La médiation et l'identité.....	64
2.1.1 Identités contemporaines en palimpseste.....	65
2.1.2 Le modèle de multimédiation.....	68
2.1.3 La médiation individuelle et de référence.....	69
2.1.4 Socialité, ritualité et technicité.....	72
2.2 Les médiations et le triple référent de l'identité.....	73
2.2.1 La notion d'individu.....	76
2.2.2 La notion situationnelle.....	76
2.2.3 La notion narrative et symbolique.....	77

2.3 Construction de l'identité dans l'environnement médiatique.....	78
2.3.1 Identité formelle et existentielle.....	79
2.4 La construction identitaire et la narration de soi.	80
2.4.1 L'action dans la construction de soi.....	82
2.4.2 Action médiatique et <i>Agency</i>	85
2.5 Production, expression médiatique des jeunes et identité.....	88
2.5.1 La production médiatique de soi.....	90
2.5.2 L'expressivisme numérique de soi.....	91
2.5.3 Création et expression performative de soi.	95
 CONCLUSIONS.....	 97
 DEUXIEME PARTIE - CADRE METHODOLOGIQUE ET TERRAIN -	 101
 CHAPITRE 1 : La triangulation des méthodes de recherche.....	 103
1.1 La collecte d'informations.	104
1.2 Observation participante.	105
1.2.1 Contexte et histoire.	105
1.2.2 Conceptualisation de l'observation participante.....	108
1.2.3 Le choix de la méthode.	110
1.3 Comment comprendre l'observation participante ?.....	112
1.3.1 Limites de cette méthode.....	114
1.3.2 Le journal de bord.....	117
1.4 La méthode visuelle.	119
1.4.1 Contexte et histoire.	119
1.4.2 La photographie dans l'investigation exploratoire.....	121
1.5 Photo elicitation.....	123
1.5.1 L'auto-driving (l'auto-conduite).....	126
1.5.2 Reflexive-photography (photographie-réflexive).....	126
1.5.3 Photo-novella (photo-roman).....	127
1.6 Entretien Photo-Réflexif (EPR).....	128
1.6.1 Description de l'Entretien Photo Réflexif (EPR).....	131
1.7 Opérationnalisation des hypothèses : grille d'entretien et questionnaire photographique.	131
1.7.1 Le paradigme de l'Entretien Photo Réflexif.....	135
1.7.2 Les démarches de l'atelier photo.	137
1.7.3 Le suivi.	139
 CHAPITRE 2 : Notre terrain de recherche : évolution méthodologique et modèle analytique.....	 141
2.1 L'organisation des terrains.	142
2.2 Premier terrain : Talence (Thouars).	142
2.2.1 Les participants.....	145
2.2.2 Les premières découvertes.....	146
2.2.3 Remise en cause des techniques, hypothèses et questionnements.....	147
2.3 Deuxième terrain : Bègles (Yves Farges, Maurice Thorez, Verduc).....	148
2.3.1 Les lieux de rencontres.....	149
2.3.2 La distribution des appareils, déroulement de l'atelier photo et participants	151
2.3.3 Implication, partage de vie.....	153

2.4 Troisième terrain : Pau (Saragosse, Ousse des Bois).....	155
2.4.1 L'implication des institutions.....	156
2.4.2 Les participants.....	158
2.4.3 Le sommet de l'observation participante.....	159
2.5 Quatrième terrain : Agen (Tapie, Rodrigues, Montanou, Passelaygues, Paganel & Barleté).....	163
2.5.1 Les institutions et la participation des jeunes.....	164
2.5.2 Remise en question en tant que chercheuse.....	167
2.5.3 Les satisfactions d'un travail d'observation participante.....	168
2.6 Cinquième terrain : Floirac (Bas-Floirac – Libération, Haut-Floirac – Dravemont). ..	169
2.6.1 Institutions et lieux de recherche.....	170
2.6.2 Les participants.....	171
2.6.3 Les dispositifs dans leur meilleur fonctionnement.....	173
CHAPITRE 3 : La méthode d’analyse.....	175
3.1 La démarche avec le logiciel SEMATO.....	177
3.1.1 Le fonctionnement.....	177
3.1.2 La démarche initiale.....	178
3.1.3 L’indexation de textes.....	179
3.1.4 Le graphe express.....	181
3.2 Les types de requêtes.....	183
3.2.1 Les thèmes.....	188
3.2.2 L'Assistant Scripteur de Thèmes.....	189
CONCLUSIONS.....	193
TROISIEME PARTIE - ANALYSE ET INTERPRETATION DES RESULTATS - ..	195
INTRODUCTION.....	196
CHAPITRE 1: Les productions médiatiques : expressions numériques de soi.....	199
1.1 Fonctions et processus de la production médiatique.....	200
1.1.1 Processus évolutif de la production numérique individuelle.....	202
1.1.2 Processus évolutif de la production numérique collective.....	204
1.1.3 Les règles dans la production médiatique.....	206
1.2 Des règles aux compétences dans le fait créatif.....	210
1.2.1 Processus créatif et cadre spatio-temporel.....	215
1.2.2 Mobilité médiatique.....	219
1.2.3 Dimensions de la mobilité médiatique.....	222
1.2.4 Circulation et diffusion des produits médiatiques.....	225
1.3 Des productions et des reconnaissances.....	228
1.3.1 Les produits numériques, moyens de communication participatifs.....	232
1.3.2 L’équation du pouvoir dans les productions médiatiques.....	234
1.3.3 La position épistémologique.....	235
1.3.4 Aspects et organisation de la communication participative.....	236
CHAPITRE 2 : Les productions numériques de soi : entre affirmation identitaire et expressivisme.....	239
2.1 Les blogs : production réflexive de soi ?.....	241

2.1.1 Verbes-actions de l'Internet.....	245
2.1.2 Temporalités dans la production d'un blog.....	246
2.1.3 Les médiations sur le blog et l'Internet.....	251
2.2 Le processus de médiation dans la production médiatique de soi.....	251
2.2.1 La médiation familiale dans la production numérique.....	253
2.2.2 La médiation scolaire au sein des productions numériques de soi.....	260
2.2.3 Différences sexuées entre producteurs.....	263
2.3 Le désir de création chez les filles.....	265
2.3.1 Espace public, privé et médiatique dans le quartier.....	268
2.3.2 Journal intime et la création de soi.....	270
2.3.3 La création et la construction des blogs féminins.....	271
2.3.4 La représentation du blog pour les « filles des quartiers ».....	272
2.3.5 Les pratiques « sexuées » autour du blog.....	273
2.4 La valeur ajoutée de MySpace.....	274
2.5 Le film comme vecteur d'identité.....	280
2.5.1 Auto spect-acteurs.....	285
2.5.2 Temporalités dans la production des films.....	287
2.5.3 Le mimétisme filmique comme expression numérique des jeunes.....	289
2.5.4 L'expression filmique « équitable ».....	291
2.5.5 Subjectivisme dans la création filmique.....	294
2.6 Le téléphone mobile, outil numérique d'expression identitaire.....	296
2.6.1 Images de soi, images de l'autre, sur le mobile.....	298
2.6.2 Expression identitaire « mobile ».....	304
2.6.3 Le mobile des jeunes : objet Mc Gyver.....	306
 CONCLUSIONS.....	 311
 CONCLUSIONS GENERALES.....	 313
 BIBLIOGRAPHIE.....	 323
BIBLIOGRAPHIE GENERALE.....	325
BIBLIOGRAPHIE THEMATIQUE.....	353
INDEX FIGURES.....	383
INDEX GRAPHES.....	385
INDEX TABLEAUX.....	387
TABLE DE MATIERES.....	389