

Les Tic dans une société pluriculturelle : les Pays-Bas

Un contexte pour une politique des médias saine et multiforme ?

Sous le titre « ICT in multicultural society. The Netherlands: A context for sound multiform media policy? », une partie de cet article (portant surtout sur les données qualitatives), a été publiée, en anglais, dans Gazette. The International Journal for Communication Studies 65 (4-5), 2003, numéro spécial sous la direction de Marc Raboy, Peter Dahlgren et Serge Proulx.

Article mis en ligne le 29 septembre 2003.

Leen d'Haenens

Leen d'Haenens est professeure associée au département de communication de l'université de Nimègue, où elle donne des cours sur la politique des médias en Europe, la communication internationale, et sur le thème médias, minorités et préjugés. Ses recherches actuelles portent sur l'image de l'Europe et de ses institutions dans les médias européens, ainsi que sur l'usage des (nouveaux) médias par des groupes d'utilisateurs tels que les jeunes, les femmes, les minorités ethnoculturelles.

Plan

Introduction

Recherche aux Pays-Bas

Les jeunes des minorités ethniques en tant que citoyens « numériques »...

Le rôle d'Internet dans la construction et la perception de l'identité...

Le gouvernement néerlandais : assurer un contexte...

Références bibliographiques

Résumé. Après une brève étude de la littérature concernant l'ethnicité comme indicateur possible de la possession et l'utilisation des médias, l'accent étant mis sur les nouveaux médias, suit un examen des résultats les plus significatifs d'une étude sur le sujet aux Pays-Bas. Partant, le principal intérêt se porte sur une étude menée à l'école dans laquelle est testée la comparaison entre la « position ethnoculturelle » et les caractéristiques socio-démographiques communes telles que le sexe, le SSE (statut socio-économique) et l'éducation, dans la mesure où celles-ci pré conditionnent, d'une part, l'accès de jeunes appartenant à divers groupes ethnoculturels aux médias essentiellement nouveaux chez eux et la possession de ces médias à domicile, d'autre part, les applications et fonctions des médias. Afin de mieux comprendre un certain nombre d'informations issues de l'étude menée à l'école dont une interprétation plus poussée est impossible, les résultats d'entretiens en profondeur sur l'utilisation des médias et sur la formation et la perception de l'identité au sein de groupes de jeunes issus de minorités ethniques seront présentés. L'intention est de dresser un profil d'utilisation des médias se situant sur un axe reliant deux pôles (médias orientés sur l'intégration et principalement vers les Pays-Bas/médias orientés sur le pays d'origine), tout en gardant à l'esprit quatre « types » d'identité (religieuse, ethnique, nationale et culturelle) ainsi que divers modèles de consommation des médias (temps accordé, préférences de genres, etc.) pour les groupes de minorités testés.

INTRODUCTION

Les chiffres du Bureau central des statistiques (BCS) démontrent amplement que la société néerlandaise gagne rapidement en diversité. Vivre aux Pays-Bas, c'est actuellement le cas d'environ 2,9 millions de « nouveaux Néerlandais », c'est à dire de résidents nés à l'étranger ou dont au moins un parent est né à l'étranger. Le BCS prévoit qu'entre 2000 et 2015, il faut s'attendre à une augmentation de 65 %. Les Turcs, les Marocains, les

Surinamais et les Antillais représentent une part considérable (plus d'un million) de ce groupe.

Parallèlement, il est impossible d'imaginer notre société sans les nouvelles technologies de l'information et de la communication (TIC). NUA, une source en ligne majeure permettant de connaître les tendances de l'utilisation d'Internet, avance pour 2002 le nombre de 581 millions d'utilisateurs d'Internet sur la planète. Parmi eux, l'Europe compte 186 millions de personnes actives en ligne ; les États-Unis et le Canada contribuent à hauteur de 183 millions. En outre, selon NUA, sur la base des NetRatings Nielsen de février 2002, aux Pays-Bas 9,3 millions de personnes (soit 58 % de la population) disposent d'une connexion Internet au domicile ou au travail. L'obsolescence de ces chiffres à la vitesse de l'éclair est flagrante : les données de ProActive datant de février 2000 montrent qu'à cette époque seulement 28,5 % de la population néerlandaise était en ligne.

Précisément parce que la diversité culturelle et le mélange des identités sont des caractéristiques persistantes et même croissantes de la société néerlandaise, et parce que les médias, donc aussi les nouveaux médias, peuvent apporter une contribution importante au développement de l'identité et à la promotion de l'intégration des individus ayant un passé à l'étranger, cet article analyse l'accès aux TIC parmi les groupes les plus importants numériquement de nouveaux Néerlandais. La section empirique de cet article, en particulier, porte son observation sur notre propre étude-recherche quantitative et nos entretiens en profondeur, qui évaluent les tendances du comportement des consommateurs parmi de jeunes Turcs, Marocains et Surinamais vis à vis des TIC et le rôle des TIC dans la construction et la perception de leurs identités. Le livre de Manuel Castells *Le pouvoir de l'identité* (1997) fait la lumière en ce sens que, contre un environnement de mondialisation et de convergence et contre le mélange des identités qui en résulte, il souligne la disparition de ce qu'on appelle « l'identité légitimante » ou l'identité d'origine, mise en œuvre par les institutions nationales dominantes. En contre-réaction, une « identité de résistance » se développe. Cependant, cette formation d'identité n'offre aucune solution, est défensive, se définit sur la base de l'exclusion et peut prendre des formes extrêmes telles que l'intégrisme religieux, le nationalisme ethnique, etc. Castells voit un avantage dans le troisième type d'identité, ce qu'on appelle « l'identité projet », qui prend corps lorsque les acteurs sociaux, utilisant les matériaux culturels dont ils disposent, construisent une nouvelle identité qui redéfinit leur position dans la société. Un rôle y est également réservé pour les TIC : « Le nouveau pouvoir repose sur les codes d'information et sur les images de la représentation autour de laquelle les sociétés organisent leurs institutions, les individus construisent leurs vies et décident de leur comportement. Les champs d'action de ce pouvoir sont l'esprit des individus ». (Castells, 1997, p. 359)

Si cependant les individus souhaitent atteindre un tel niveau de transformation de l'environnement social, l'accès aux TIC doit dans tous les cas pouvoir être garanti. Mais dans les recherches menées tant aux Pays Bas que dans d'autres pays, l'alarme est donnée quant à une division de la société entre ceux qui ont accès aux nouveaux médias tels qu'Internet et les utilisent, et les autres. Les minorités ethniques et autres groupes faibles de la société (par exemple les personnes - notamment les femmes - sous-éduquées, les groupes à faibles revenus) sont les premières victimes que le « cyberspace » menace de laisser à la traîne.

RECHERCHE AUX PAYS-BAS

Jusqu'à récemment, l'étude de marché Veldkamp mandatée par la radio et la télévision publiques était la seule étude à grande échelle aux Pays-Bas évaluant l'accès et l'utilisation des (nouveaux) médias par les minorités ethniques (1999, 1998, 1996) : les résultats ne vont

pas au-delà d'une description numérique de possession (nombre d'installations) et d'utilisation des médias (en minutes par jour). Il ne surprendra personne que, d'après l'étude Veldkamp de 1998, il apparaît que l'utilisation d'Internet parmi les Néerlandais a été considérablement plus élevée que parmi la population des minorités ethniques. À l'époque, environ 30 % (principalement les tranches d'âges les plus élevées) des Marocains interrogés et environ 20 % des Turcs déclaraient ne pas même savoir ce qu'était Internet. L'étude omnibus de MCA Communicatie de 1999 (citée dans Verheggen et Spangenberg, 2001, p. 130) indique 20 % d'utilisateurs d'Internet (à domicile, au travail ou ailleurs) parmi la population turque et 30 % parmi les Marocains, 40 % parmi les Surinamais et 35 % parmi les Antillais. Ici aussi, un faible niveau d'éducation et un revenu modeste, notamment parmi les groupes plus âgés qui par ailleurs sont le moins ouverts à l'innovation en général, étaient les principaux obstacles à l'utilisation d'Internet.

Il devient vite clair, d'après nos propres recherches parmi les minorités ethniques jeunes, et en gardant à l'esprit la recherche américaine susmentionnée, que le fossé numérique des Pays-Bas se réduit lorsqu'on évalue l'utilisation d'Internet plus précisément parmi les minorités ethniques jeunes et à haut niveau d'éducation. Le fait que l'ordinateur de l'école ou de la bibliothèque puisse remplir un rôle réparateur dans l'élimination des handicaps numériques, c'est ce qui est apparu dans une récente étude par le Bureau de planification sociale et culturelle (SCP) *Grandir avec des ordinateurs* (de Haan *et al.*, 2002), dans laquelle on a questionné 1213 élèves sur leurs compétences en informatique et le rôle des TIC à l'école. Dans cette étude, les élèves des minorités ethniques ont été inclus dans l'enquête par sondage. Parmi eux, les élèves marocains et turcs semblaient être le plus en retard dans leur connaissance des TIC : ils semblaient également compenser cette lacune en utilisant les PC dans les bibliothèques publiques et faisaient partie du groupe qui consultait le plus fréquemment les ordinateurs de l'école afin de rechercher des informations. L'étude a évalué à quel point l'influence de l'éducation et la situation à la maison contribuaient aux différences observées. L'environnement social (c'est à dire les caractéristiques des parents, la présence d'un ou plusieurs PC à la maison) apportait la meilleure explication des différences de compétences numériques.

Pourtant, il existe un manque d'études et de recherches très récentes (c'est à dire 1999 ou postérieures) basées sur une enquête par sondage représentative portant sur les groupes de minorités ethniques à la fois jeunes et plus âgés. Dans la recherche sur les minorités ethniques, il semble important de prendre en considération le contexte de la société dans lequel le groupe de population vit, autrement dit le pays dans lequel les minorités ethniques vivent et pour la plupart sont nées et ont grandi, et le pays d'origine. Si nous ne devons considérer que la position des minorités ethniques interrogées dans la société néerlandaise, nous ignorerions ce qui à leurs yeux est un aspect essentiel de leur existence (voir Strijp, 1997, entre autres). Jetske Klatter-Folmer (1997) met également l'accent sur l'importance de l'orientation socioculturelle en tant que variable de recherche. Les premières générations de minorités ethniques aux Pays-Bas sont souvent confrontées à de nombreux changements, par exemple par rapport à la famille, au travail et à l'éducation. Dans de nombreux cas, ceci a conduit à des sentiments d'ambivalence sociale, à une aliénation ou à des problèmes d'identité. « Ce nouveau démarrage, souvent déroutant, pour les familles des minorités aux Pays-Bas, a eu une grande influence sur la socialisation première de la deuxième génération et des suivantes, et ne peut pas être dissocié du climat socioculturel dans lequel les générations actuelles des élèves des minorités ethniques fonctionnent » (Klatter-Folmer, 1997, p. 32).

Néanmoins, la revue des publications réalisée par Brants, Crone et Leurdijk (1998) fournit la preuve de la relative rareté des recherches portant sur les médias et les migrants aux

Pays-Bas en général, et la prise en considération extrêmement faible de la possession et de l'utilisation des TIC parmi les minorités ethniques en particulier. Depuis lors, d'autres études ont été publiées sur le sujet. Cependant, une caractéristique marquante de la majorité des études et recherches aux Pays-Bas sur la possession et l'utilisation des TIC est la prise en considération quasi exclusive des caractéristiques socio-démographiques courantes telles que le sexe, l'âge, l'éducation et le revenu comme indicateurs possibles de la possession et de l'utilisation de médias (cf. van Dijk *et al.*, 2000). Ici, les caractéristiques ethnoculturelles sont à peine considérées comme influences potentielles ou comme indicateurs de la possession et de l'utilisation de médias. Dans la recherche qui étudie véritablement la dimension ethnoculturelle, l'accès aux médias et leur utilisation ne sont généralement pas centraux. En outre, par définition, la recherche sur les médias inspirée par des données ethnographiques se base sur des échantillons ad hoc limités, dans lesquels la valeur de prédiction de l'origine ethnoculturelle n'est pas mise en comparaison avec les données socio-démographiques (par ex. Geense et Pels, 2002).

LES JEUNES DES MINORITÉS ETHNIQUES EN TANT QUE CITOYENS "NUMÉRIQUES" : UNE ÉTUDE EN MILIEU SCOLAIRE

Inspirés par la recherche de Jetske Klatter-Folmer (1997) et de Anja Van Heelsum (1997) sur les Surinamais de deuxième génération, nous avons orienté notre recherche (d'Haenens *et al.*, 2002) vers le rôle d'influence des caractéristiques ethnoculturelles (religion et mesure de la position ethnoculturelle) dans la possession des médias, leur utilisation et l'attitude envers les TIC parmi les jeunes des minorités ethniques (12-19 ans) issus des principaux groupes de minorités ethnoculturelles (Turcs, Marocains et Surinamais) aux Pays-Bas, et testé ces résultats par rapport à un groupe de contrôle de jeunes autochtones ayant le même niveau d'éducation.

Inspirés par Van Heelsum (1997, p. 24), nous considérons la position ethnoculturelle comme « les membres d'un groupe particulier qui se considèrent et/ou se comportent principalement comme membres d'un groupe spécifique (acquisition de la position), et la mesure dans laquelle ils sont considérés et/ou traités principalement par la (majorité de la) société comme représentants d'un groupe spécifique (attribution de la position) ». L'acquisition de la position et l'attribution de la position sont les deux dimensions théoriques de la construction de la position ethnoculturelle. *L'acquisition de la position* se divise en trois composantes, la première ayant trait à la question de savoir si les personnes opèrent une distinction réciproque entre les groupes ethniques, composante également appelée différenciation par groupe. La deuxième composante de la dimension d'acquisition de la position peut être décrite comme une auto-définition ethnique. Également inspirés par l'étude de Van Heelsum (1997, p. 58), nous considérons l'auto-définition ethnique comme « la mesure dans laquelle on se définit comme membre d'un groupe ethnique spécifique ». La troisième composante comprend, entre autres, des questions d'évaluation de l'intérêt d'un individu à entrer en contact avec des gens de Turquie/du Maroc/du Surinam. *L'attribution de la position* est décrite par Van Heelsum (1997 : 66) comme « la mesure dans laquelle on est considéré (aspect de perception) par les gens comme étant un membre d'un groupe spécifique et la mesure dans laquelle on est traité d'une manière spécifique (aspect de comportement) ».

À l'aide de vingt-cinq énoncés, nous avons essayé de créer une mesure de position ethnoculturelle. Tous les énoncés sont (re)codés de sorte qu'un score élevé corresponde à un haut niveau d'engagement envers le pays d'origine et la perception de grandes différences entre son propre groupe ethnique d'une part et la population néerlandaise autochtone d'autre part. Un score élevé indique un haut niveau d'identification avec la

Turquie/le Maroc/le Surinam. Par contre, un score bas indique un niveau limité d'engagement envers le pays d'origine. Les jeunes Turcs, Marocains et Surinamais semblaient tous être modérément ou fortement tournés vers leurs pays d'origine. Cependant, parmi les jeunes Marocains, cette identité est la plus forte tandis qu'elle est moins présente chez les Surinamais.

La recherche a abordé la question centrale suivante : dans quelle mesure les caractéristiques spécifiques à la culture, conjointement à d'autres caractéristiques socio-démographiques, sont-elles des indicateurs de la possession et l'utilisation de médias « anciens » et « nouveaux » parmi les jeunes des minorités ethniques (en comparaison avec les jeunes autochtones) ? Une question supplémentaire était la suivante : comment l'utilisation d'un PC à l'école peut-elle compenser l'expérience relativement limitée sur un PC parmi les jeunes des minorités ethniques ? Les résultats les plus importants (c'est à dire significatifs au point de vue statistique) de chacune des deux questions de la recherche seront résumés ci-dessous.

Accès aux médias

Notre recherche a révélé qu'à domicile, il existe encore une déficience dans l'accès aux TIC pour les jeunes des minorités ethniques en comparaison avec leurs semblables néerlandais autochtones. Considérablement plus de familles autochtones que des minorités ethniques ont accès à un PC, au CD-Rom et/ou à une connexion à Internet.

Tableau 1

Accès aux TIC (PC, CD-ROM et Internet) à domicile – en pourcentages

| | Jeunes Turcs N=198 | Jeunes Marocains N=108 | Jeunes Surinamais N=44 | Jeunes Néerlandais N=94 | Total N=444 |
|-------------|--------------------------|------------------------------|------------------------------|-------------------------------|----------------|
| PC*** | 53 | 57 | 57 | 81 | 60 |
| CD-ROM*** | 55 | 51 | 48 | 82 | 59 |
| Internet*** | 50 | 45 | 44 | 71 | 53 |

* p ≤ ,05

** p ≤ ,005

*** p ≤ ,001

Concernant la possession personnelle de médias dans leur chambre, il est apparu que les jeunes Surinamais étaient le plus comparables à leurs semblables Néerlandais. Les chambres des garçons des minorités ethniques et autochtones étaient équipées de plus de haute technologie que celles des filles.

Les caractéristiques socio-démographiques standard, notamment le sexe, ont le plus d'influence à la fois sur la possession personnelle dans la chambre et l'accès aux TIC ailleurs au domicile (PC, connexion à Internet et téléphone portable). La religion ne semble pas avoir une influence sur la possession d'un PC dans la chambre : les garçons turcs ayant peu de penchant pour la religion possèdent personnellement moins souvent un PC que les garçons turcs qui professent activement une foi (les répercussions sur l'utilisation d'un PC en seront discutées plus loin). La position ethnoculturelle semblait n'avoir aucune influence sur la possession personnelle ni l'accès aux TIC ailleurs au domicile (cf. tableau 2, ci-après).

Tableau 2

Les indicateurs significatifs par ordre de degré d'influence concernant la possession d'équipement de TIC dans la chambre ; accès à l'équipement de TIC ailleurs au domicile (récapitulatif de la recherche de d'Haenens *et al.*, 2002)

| | Médias | Jeunes Turcs N=198 | Jeunes Marocains N=108 | Jeunes Surinamais N=44 |
|--|---------------------------|--|---------------------------------|--------------------------------------|
| Possession d'équipement De médias (dans la chambre) | (Câble)modem/ Internet | 1. sexe ($\beta = -,235^{***}$) | 1. SSE ($\beta = -,349^*$) | 1. sexe ($\beta = -,524^{***}$) |
| | PC | 1. sexe ($\beta = -,160^*$) 2. religion ($\beta = -,142^*$) | 0 | 0 |
| Accès à l'équipement de médias (ailleurs au domicile) | (Câble)modem/ Internet | 0 | 0 | 0 |
| | PC | 0 | 0 | 0 |

* $p \leq ,05$

** $p \leq ,005$

*** $p \leq ,001$

0 indique l'impossibilité de désigner une variable de milieu comme indicateur significatif.

Utilisation du PC à domicile et à l'école

Par comparaison avec les jeunes des minorités, les jeunes Néerlandais utilisent plus souvent un ordinateur à domicile. De même, en comparaison avec les parents des minorités, les parents néerlandais utilisent plus souvent un ordinateur à domicile. Les garçons des minorités et Néerlandais autochtones passent plus de temps à l'utilisation d'ordinateurs que les filles. Les jeunes Turcs activement religieux passent plus de temps à l'utilisation d'un ordinateur à domicile que les jeunes Turcs qui affirment ne pas être si versés en religion. Concernant l'utilisation, les jeunes utilisent un ordinateur à domicile principalement pour leurs devoirs ou des jeux. Les jeunes Néerlandais envoient des messages électroniques et utilisent Internet davantage chez eux, jouent davantage, ou recherchent plus souvent des informations que les jeunes des minorités. Les garçons utilisent le PC du domicile surtout pour surfer sur Internet et pour jouer. Plus on avance en âge, plus l'utilisation de la messagerie électronique augmente à domicile. Les jeux sur l'ordinateur sont une application que les groupes les plus jeunes utilisent à domicile en particulier. Plus le niveau socio-économique est élevé, plus l'ordinateur à domicile sert à la messagerie électronique, à surfer sur Internet et/ou à rechercher des informations (cf. tableau 3, ci-après).

Tableau 3

Utilisation de TIC en pourcentages d'utilisateurs par rapport à la population totale et en nombres de minutes par jour (à base d'utilisateurs)

| | Jeunes Turcs | | Jeunes Marocains | | Jeunes Marocains | | Jeunes Néerlandais | |
|-------------------------|--------------|------|------------------|------|------------------|------|--------------------|------|
| | % | Min. | % | Min. | % | Min. | % | Min. |
| PC à domicile | N= 207 | | N= 115 | | N= 44 | | N= 98 | |
| | 80 | 51 | 76 | 49 | 75 | 58 | 94 | 52 |
| Internet | N= 205 | | N= 114 | | N= 44 | | N= 98 | |
| | 77 | 44 | 82 | 45 | 84 | 52 | 84 | 37 |
| Messagerie électronique | N= 203 | | N= 115 | | N= 44 | | N= 98 | |
| | 50 | 22 | 50 | 16 | 50 | 24 | 70 | 13 |

Le PC de l'école, ainsi que le PC de la bibliothèque (scolaire ou publique), semble bien remplir un rôle réparateur par rapport à l'expérience du PC à domicile plus limitée chez les jeunes des minorités. Ils font un plus grand usage du PC de l'école hors des heures d'école que les jeunes Néerlandais. L'utilisation du PC de l'école hors des cours augmente parmi les élèves turcs et marocains à mesure qu'ils avancent en âge. Les utilisations les plus courantes du PC de l'école sont Internet, la recherche d'informations et les devoirs. Les filles, quel que soit leur milieu ethnoculturel, font un usage plus fréquent de l'ordinateur pour des applications sociales telles que la messagerie électronique, la discussion et la recherche d'informations. Par contre, les garçons utilisent plus souvent l'ordinateur à des applications techniques telles que les jeux ou les téléchargements de fichiers. À mesure que les enfants grandissent, l'ordinateur de l'école sert plus souvent à des applications telles que la messagerie électronique, les devoirs, Internet, le traitement de texte et les tâches de recherche d'informations. Par contre, les élèves les plus jeunes jouent davantage sur l'ordinateur de l'école.

Internet et messagerie électronique

Il n'est pas surprenant qu'Internet soit un média populaire parmi les jeunes. Les discussions et la messagerie électronique sont les applications Internet les plus fréquemment utilisées parmi les jeunes Turcs, Marocains, Surinamais et Néerlandais. La recherche d'informations se rapportant aux études et/ou aux passe-temps favoris est également une motivation importante à l'utilisation d'Internet. Cependant, les jeunes Néerlandais envoient davantage de messages électroniques et téléchargent plus souvent des fichiers que les jeunes des minorités. Nous distinguons un lien tangible entre la religion d'une part et l'utilisation d'Internet pour rechercher des informations sur la religion d'autre part ; plus l'affinité avec la religion est grande, plus Internet est fréquemment utilisé pour rechercher des informations sur ce sujet. La position ethnoculturelle a également une influence sur les diverses motivations à l'utilisation d'Internet. Plus le lien avec le pays d'origine est fort, plus les participants à l'étude des minorités ethniques utilisent Internet pour : 1) rechercher des informations sur la religion ; 2) rester au courant des nouvelles du pays d'origine ; 3) maintenir les contacts avec les gens du pays d'origine aux Pays-Bas et 4) garder le contact avec la famille et les amis au pays d'origine.

Dans chacun des groupes de minorités ethniques étudié, environ la moitié fait usage de la possibilité d'envoyer des messages électroniques, contre trois quarts pour les jeunes Néerlandais. De ces jeunes des minorités qui utilisent la messagerie électronique, environ la moitié envoie occasionnellement un message à la famille et/ou aux amis au pays

d'origine. Les jeunes Marocains et Surinamais ayant une forte affinité avec leur pays d'origine gardent souvent le contact avec la famille/les amis restés au pays, via la messagerie électronique. Le contact avec la famille et les amis restés au pays d'origine a augmenté pour plus de sept jeunes sur dix, simplement grâce à l'utilisation de la messagerie électronique. En outre, une majorité des utilisateurs de messagerie électronique est en contact une ou deux fois par semaine, via la messagerie électronique, avec la famille ou les amis aux Pays-Bas. Selon tous les jeunes interrogés, le contact avec la famille/les amis néerlandais a également augmenté par l'utilisation de la messagerie électronique.

En bref, en réponse à la première question de la recherche, nous avons trouvé que dans un cas, la religion a une importance par rapport à la possession des TIC. Les jeunes Turcs ayant peu d'engagement vis-à-vis de leur foi sont moins fréquemment en possession personnelle d'un PC que ceux qui professent être extrêmement actifs au plan religieux. Cependant, la position ethnoculturelle n'a aucune forme d'influence sur la possession de médias. La position ethnoculturelle des jeunes des minorités elle-même (c'est à dire en tant que variable séparée) exerce une influence sur l'utilisation des TIC et l'attitude. Néanmoins, lorsqu'on la compare aux caractéristiques socio-démographiques standard (après les analyses de régression adéquates), ces dernières ont la plus grande influence après l'importance de la religion dans quelques cas. Les résultats du tableau 4 permettent de voir quelles variables, par ordre de degré d'influence, sont les indicateurs les plus significatifs pour l'accès aux médias, la possession et l'utilisation de médias, et l'attitude vis-à-vis des médias. De là, il est clair que le manque d'attention portée à des caractéristiques spécifiques à la culture, identifié dans des études précédentes, est moins problématique que nous ne le supposions au départ.

Tableau 4

Les indicateurs significatifs en combinaison (position ethnoculturelle, âge, éducation, religion, sexe, SSE) et par ordre de degré d'influence concernant l'utilisation des TIC (récapitulatif de la recherche de d'Haenens *et al.*, 2002)

| | Médias | Jeunes Turcs N=198 | Jeunes Marocains N=108 | Jeunes Surinamais N=44 |
|---------------------|-------------------------|---|--|-------------------------------------|
| Utilisation des TIC | Internet | 0 | 0 | 1. SSE ($\underline{=},522^*$) |
| | Messagerie électronique | 0 | 1. âge ($\underline{=},381^{**}$) | 0 |
| | PC dans la classe | 0 | 1. âge ($\underline{=},737^*$) | 0 |
| | PC à domicile | 1. religion ($\underline{=},277^{**}$) 2. sexe ($\underline{=},213^*$) | 0 | 1. SSE ($\underline{=},520^*$) |

Note : dans le tableau ci-dessus, les (trois) variables de milieu significatives sont toujours évaluées par média et par groupe ethnique.

* = $p \leq ,05$; ** = $p \leq ,005$; *** = $p \leq ,001$

0 indique l'impossibilité de désigner une variable de milieu comme indicateur significatif.

Nous pouvons conclure également que le PC à l'école, ainsi que le PC à la bibliothèque (scolaire), remplissent véritablement un rôle réparateur quant à l'expérience limitée du PC parmi les jeunes des minorités abordés par notre étude ; en comparaison avec les jeunes Néerlandais, ils sont considérablement moins susceptibles d'avoir accès à un PC à domicile, avec ou sans connexion à Internet.

LE RÔLE D'INTERNET DANS LA CONSTRUCTION ET LA PERCEPTION DE L'IDENTITÉ PARMIS LES JEUNES DES MINORITÉS

Les données purement quantitatives résultant de l'étude sur les écoles n'offraient pas assez d'occasions d'interpréter plus amplement les données. Un certain nombre de résultats ne se prêtent pas à une interprétation plus poussée, s'agissant par exemple de savoir pourquoi les jeunes Turcs fortement versés en religion utilisent beaucoup plus fréquemment Internet que les jeunes Turcs qui affichent moins activement leur foi, et comment expliquer que la mesure de la position ethnoculturelle des jeunes des minorités définit les principales motivations à l'utilisation d'Internet. Pour explorer ces résultats en profondeur, nous avons essayé de découvrir la relation entre les médias (médias télévisuels et musicaux en plus d'Internet) d'une part, et la construction nationale, ethnique, culturelle et religieuse ainsi que la perception de l'identité d'autre part, entre les jeunes résidant aux Pays-Bas et étant eux-mêmes nés en Turquie ou au Maroc, ou au moins un de leurs parents, sur la base de dissertations écrites et d'entretiens en profondeur.

Les résultats ci-dessous font partie d'une étude en cours, basée jusqu'à présent sur 53 entretiens en profondeur avec de jeunes Turcs et Marocains âgés de 12 à 19 ans, résidant aux Pays-Bas. En réponse à la question de notre recherche, « Comment les médias (médias télévisuels et musicaux en plus d'Internet) peuvent-ils contribuer au processus de construction et de perception de l'identité ? », nous utilisons deux méthodes de recherche : 1) un inventaire des sujets traités dans les forums de discussion de sites Internet fréquemment consultés par notre groupe de recherche ; 2) l'analyse de dissertations écrites et entretiens en profondeur sur la construction et la perception de l'identité culturelle, ethnique, nationale et religieuse, mise en relation par notre groupe de recherche avec le rôle perçu des médias étudiés vis-à-vis de ces identités.

Les médias sont utilisés pour satisfaire certains besoins. Reed Larson (1995) indique que le média télévisuel fonctionne principalement comme un moyen de relaxation, tandis que la musique sert principalement à faire face à des problèmes d'identité. Inspirés par Larson (1995), nous croyons que les autres médias, notamment les TIC telles qu'Internet, remplissent des fonctions similaires. Par l'intermédiaire de processus tels que la représentation, l'identification et l'interaction, les médias offrent la possibilité de guider la quête d'une identité authentique ou de faire face à une crise d'identité (Labouvie-Vief, 1978). Notre recherche se focalise sur des jeunes qui grandissent dans un environnement socialisant fait d'au moins deux groupes ethniques. En résultat, leur quête d'identité ou une éventuelle crise d'identité peuvent varier en intensité par rapport à celles que peuvent vivre leurs semblables Néerlandais.

Dissertations écrites et entretiens en profondeur sur l'identité et rôle d'Internet dans la construction de l'identité

À l'aide de dissertations écrites et d'entretiens en profondeur, nous avons essayé de déterminer l'attitude des jeunes concernant les quatre identités collectives décrites plus haut et comment les médias peuvent y remplir un rôle. Nous avons suscité des dissertations écrites (d'un maximum de 100 mots) concernant l'identité nationale, ethnique et culturelle. Nous avons également essayé de découvrir au moyen d'une dissertation dans quelle mesure

le rédacteur se sent engagé vis-à-vis de sa foi, c'est-à-dire dans la lecture du Coran, la fréquentation d'une mosquée et la fréquence des prières. Nous avons posé des questions telles que : « Dans quelle mesure vous vous sentez Turc/Marocain ou Néerlandais ? » ; « Décrivez le lien que vous ressentez avec votre peuple aux Pays-Bas ainsi que dans votre pays d'origine ? » ; « Décrivez dans quelle mesure la langue, la musique, la culture ou la cuisine turque/marocaine ou néerlandaise vous conviennent ? » Nous avons alors essayé de déterminer, par média étudié, quel contenu est utilisé et quels motifs conduisent à l'utilisation des médias.

Cet article ne traite que d'Internet qui, conjointement aux médias télévisuels et musicaux, est un des principaux médias en termes de temps passé à son utilisation, et de son rôle dans la formation et la perception de l'identité. Concernant Internet, par exemple, nous avons utilisé un entretien en profondeur afin d'essayer d'établir un lien entre le contenu et les demandes de médias d'une part, et la formation et la perception des identités collectives d'autre part. Afin de déterminer le contenu, par exemple, nous avons demandé quel était le sujet des sites Web régulièrement visités et si les personnes interrogées utilisent également les sites Web de leur pays d'origine. Lorsqu'il s'est agi de déterminer la demande en terme d'utilisation, des questions ont été posées qui établissaient les raisons de l'utilisation d'Internet. La personne interrogée utilise-t-elle le contenu d'un forum de discussion sur Internet dans sa propre vie, par exemple ? Est-il possible que certains sites Web aient une influence sur le sentiment d'être Marocain, Turc ou Néerlandais ? La personne interrogée pense-t-elle à la religion lorsqu'elle visite des sites Web ? Ce n'est là qu'une sélection des questions qui ont fait surface dans la discussion ayant pour objet le lien avec les identités collectives.

Profils de médias et consommation de médias

En fonction du temps consacré aux médias et des préférences de genres et de contenu des médias, nous avons pu diviser notre groupe de recherche en « archétypes » d'utilisateurs des médias :

- les « enracinés » : personnes utilisant davantage de médias dans leur langue natale que de médias néerlandophones ;
- les « omnivores » : utilisateurs de médias dans leur « langue maternelle » et de médias néerlandophones (dans quasiment les mêmes proportions) ;
- les « adaptés » : personnes qui utilisent moins de médias dans leur « langue maternelle » que de médias néerlandophones.

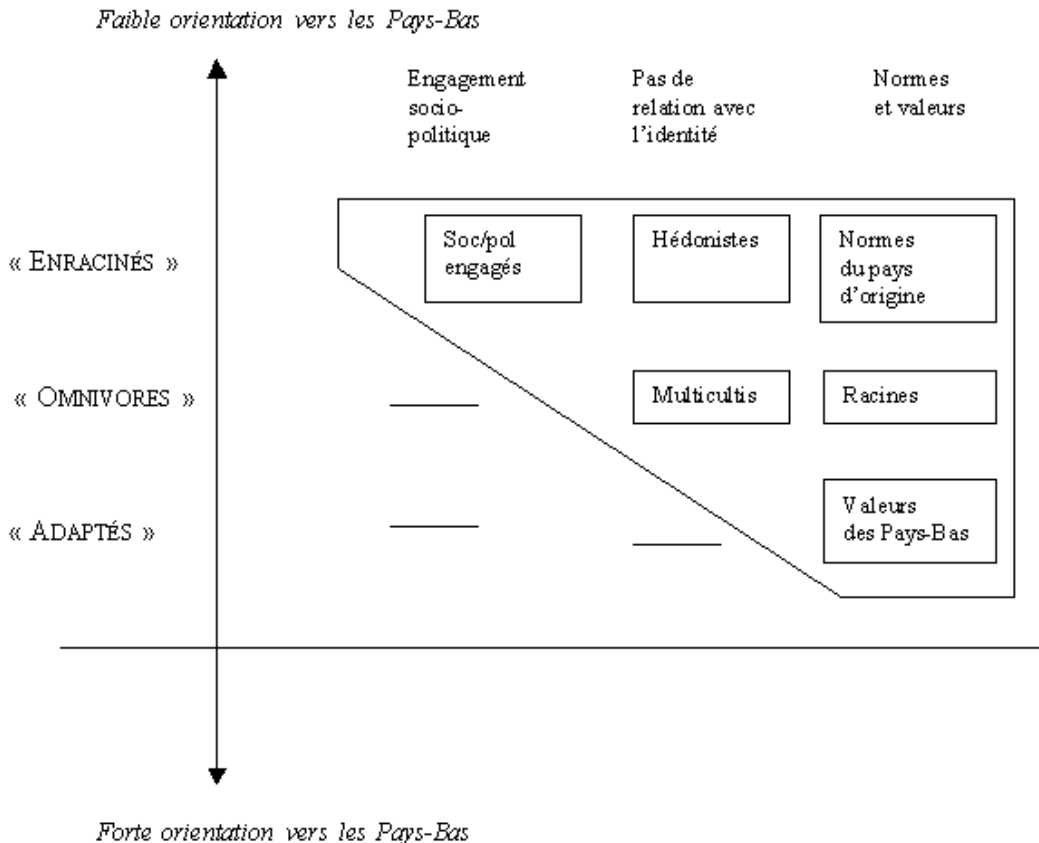
D'après le matériel de recherche disponible à ce jour, nous avons pu détecter trois sous-types d'enracinés. Le premier sous-groupe (*politiquement engagés*) utilise principalement les médias dans sa langue maternelle afin d'être au courant de l'évolution politique du pays d'origine. Écouter de la musique et regarder la télévision jouent un rôle dans la formation de l'identité religieuse. Le deuxième sous-groupe (*hédonistes*) se caractérise par l'utilisation de la musique, des chaînes de télévision et des sites Internet ciblant le pays d'origine, purement pour le divertissement. Ici, le lien entre la formation et la perception de l'identité d'une part et l'utilisation des médias et les préférences d'autre part n'a pas été établi par les personnes interrogées. Le troisième sous-groupe (*attachés à la norme, fortement orientés vers les normes et valeurs du pays d'origine*) se focalise davantage sur les « anciens » médias (c'est-à-dire la télévision, les journaux et les livres) que sur les TIC. L'utilisation de ces anciennes formes de médias a davantage d'influence sur la formation de l'identité nationale (nostalgie du pays d'origine) et ethnique (lien fort avec les amis et la famille au pays d'origine) que sur la construction de l'identité religieuse.

Dans le deuxième type, les omnivores, on peut distinguer deux sous-groupes. Dans le premier, par contraste avec le deuxième sous-groupe d'omnivores, aucune relation n'apparaît entre l'utilisation des médias d'une part et la construction et perception de l'identité d'autre part. Pour les jeunes des minorités au sein de ce groupe, les médias sont utilisés afin de mettre en place diverses cultures (pas seulement la culture néerlandaise et/ou turque/marocaine). On peut alors décrire ces jeunes comme des *multicultis* : leur élément commun avec les hédonistes est le lien non reconnu entre l'utilisation des médias d'une part et la perception de l'identité d'autre part. Le deuxième sous-groupe est composé de jeunes des minorités qui se sentent plus Néerlandais que Turcs/Marocains dès leur plus jeune âge et qui, lorsqu'ils grandissent, ont le sentiment contraire (être *en quête de racines*). Au sein de ce groupe figurent les jeunes qui font fortement sentir leur présence sur Internet, ce qui se manifeste par une participation active aux forums de discussion visant spécialement les minorités ethniques aux Pays-Bas. La religion joue un rôle important dans la vie de ces jeunes. Dans la formation de l'identité religieuse, les diverses formes de médias jouent également un rôle central.

Le troisième type d'utilisateurs de médias, les adaptés, se distingue des deux autres types en ce qu'il fait un usage considérablement plus important des médias néerlandophones que des médias de la langue maternelle. Les jeunes des minorités qui appartiennent à ce groupe utilisent principalement les médias néerlandophones afin d'obtenir une image des *valeurs et normes de la société néerlandaise*.

Figure 1

Modèles de consommation des médias orientés vers le pays d'origine ou promouvant l'intégration en fonction des préférences de types et de contenus des médias



LE GOUVERNEMENT NÉERLANDAIS : ASSURER UN CONTEXTE POUR UNE POLITIQUE DES MÉDIAS SAINTE ET MULTIFORME ?

Ce qui frappe immédiatement à propos de la politique des médias et de la politique culturelle du gouvernement, c'est qu'il se focalise encore, et ce n'est pas surprenant, principalement sur les « anciens » médias (radio, TV et médias imprimés). L'accent est mis distinctement sur la diffusion publique et la télévision qui, encore plus que d'autres sources de médias, devrait pouvoir juger des divers besoins et préférences de son public, sans exclusion structurelle d'aucun groupe. Un puissant élan a été donné à la diversité culturelle à la radio et à la télévision (ministère néerlandais de l'éducation, 2002). Les sociétés de diffusion sont encouragées à engager davantage d'employés issus des minorités ethniques : en mettant en application la loi sur les médias, le département *Plus de diversité* travaille à l'amélioration de la visibilité des employés des minorités ethniques au sein de la diffusion publique, à l'écran et derrière l'écran. Concernant la participation au travail par les minorités ethniques, en 1995 les sociétés nationales et régionales de diffusion ainsi que le service international de diffusion ont signé une déclaration d'intention visant à s'efforcer à une participation proportionnelle des minorités ethniques à toutes les fonctions et à tous les niveaux. Ceci a donné naissance au projet « Plus de couleur dans les médias », mené à bien par Mira Media, un organisme de lobbying et de projets dans le domaine des médias et des minorités, qui reçoit des subventions gouvernementales pour ses activités complétées par des fonds européens.

Pour la fourniture de médias, l'idée de base est la suivante : les spectateurs des minorités ethniques ne devraient pas se croire limités aux chaînes par satellite diffusées depuis leurs pays d'origine pour accéder à un choix de médias qui les attirent, mais devraient également pouvoir trouver des programmes à leur goût sur les chaînes publiques néerlandaises. Concernant le contenu, le résultat est que les sociétés publiques de diffusion développent un éventail plus large à l'attention des minorités ethnoculturelles. Dans la loi sur les concessions (2000) est inscrit, pour la première fois sous forme de loi, quel rôle culturel et social la télédiffusion publique doit remplir. Cette loi porte sur les réglementations qui encourageront les sociétés publiques de diffusion à réaliser plus de programmes à l'attention des minorités. Ainsi, en remplissant son rôle d'exemple, la NPS (responsable pour des programmes d'information) a entrepris la tâche de consacrer un minimum de 20 % de temps de télévision et de 25 % de temps de radio à des thèmes multiculturels.

Une des rares initiatives du gouvernement néerlandais visant à promouvoir les TIC et les minorités ethniques, et qui s'inscrit dans la loi sur la politique culturelle spécifique et la résolution financière sur l'expression culturelle, a trait au plan de subvention provisoire (durée trois ans, évaluation après deux ans), qui peut être étendu aux éditeurs et doit servir aux journaux visant les minorités culturelles, et à stimuler les produits d'information journalistique via Internet (subvention annuelle maximale 700 000 euros, maximum par projet 115 000 euros). Cette initiative vise à réaliser un produit d'information journalistique nouveau et interactif qui soit différent en contenu, en intention, en manière de développement et en style, de tout ce qui est actuellement disponible, de telle manière que la diversité d'informations et d'opinions publiques s'étende et donc apporte une contribution « modernisante » à l'apport journalistique d'informations sur Internet.

La loi sur les concessions a doté la diffusion publique de possibilités légales supplémentaires pour développer de nouveaux services en ligne. Dans ce but, le gouvernement national a mis à leur disposition des ressources. Divers fonds culturels, par exemple le Fonds de promotion des productions télévisuelles culturelles néerlandaises, ont élargi leur champ d'activités précisément de manière à pouvoir financer à l'avenir des applications de projets multimédias innovants et interdisciplinaires.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Brants, Kees, Liesbet Crone et Andra Leurdijk, *Media en migranten. Inventarisatie van onderzoek in Nederland* [Médias et Immigrants. Inventaire de recherche aux Pays-Bas], université d'Amsterdam, Amsterdam, 1998.
- Castells, Manuel, *The Power of Identity*, Blackwell Publishers, Oxford, 1997.
- Dijk, Liset van, Jos de Haan, Susanne Rijken, Antonia Verweij et Harry Ganzeboom, *Moderne informatie en communicatietechnologie en sociale ongelijkheid* [Les TIC et l'inégalité sociale], La Haye, SCP, 2000.
- Geense, Paul et Trees Pels, « Allochtone jongeren op het internet » [Jeunes d'origine ethnoculturelle sur Internet], *Migrantenstudies* 18 (1) : 2-18, 2002.
- Haan, Jos de, Frank Huysmans et Jan Steyaert, *Van huis uit digitaal* [Grandir avec des ordinateurs], SCP, La Haye, 2002.
- d'Haenens, Leen, Cindy van Summeren, Madelon Kokhuis et Johannes Beentjes, « Ownership and use of "old" and "new" media among ethnic minority youth in the Netherlands. The role of the ethno-cultural position », *Communications* 27 (3) : 365-93, 2002.
- Heelsum Anja van, « De etnisch-culturele positie van de tweede generatie Surinamers » [La position ethnoculturelle des Surinamais de la deuxième génération], Het Spinhuis, Amsterdam, 1997.
- Klatter-Folmer, Jetske, « Schoolsucces van Turkse kinderen in relatie tot hun sociaal-culturele oriëntatie » [Succès scolaire d'enfants turcs par rapport à leur orientation socioculturelle], *Migrantenstudies* 13 (1) : 25-41, 1997.
- Labouvie-Vief, Gisela, « Personality and socialisation in later life », in : M.E. Lamp (réd.), *Social and Personality Development*, Holt, Rinehart and Winston, New York, 1978.
- Larson, Reed, « Secrets in the bedroom: Adolescents' private use of media », *Journal of Youth and Adolescence* 24 (5) : 535-50, 1995.
- MCA Communication, « Computer en internetgebruik onder Marokkanen, Turken en Surinamers » [Utilisation des ordinateurs et de l'Internet parmi les Marocains, Turcs et Surinamais], 2002. <<http://www.mcacommunicatie.nl/>>
- Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen [Ministère néerlandais de l'Éducation] "Meer kleur in de media" [Plus de couleur dans les médias], Zoetermeer, 27 mai 2002.
- NUA Internet Surveys (2002). <http://www.nua.ie/surveys/how_many_online/>
- Strijp, Ruud, « De mensen hier maken je gek. Marokkaanse migranten en hun bindingen met Marokko » [Les gens ici te rendent fou. Immigrants marocains et leurs liens avec le Maroc], *Migrantenstudies* 13 (3) : 148-166, 1997.
- Verheggen, Paul et Frits Spangenberg, *Spangenberg Nieuwe Nederlanders. Ethnomarketing voor diversiteitsbeleid* [Nouveaux Néerlandais. Ethnomarketing en vue d'une politique de diversité], Samsom, Alphen aan den Rijn, 2001.