

Francophonies d'Amérique



Usage d'Internet et exposition aux autres médias : représentation de la communauté de résidence chez les élèves du nord-est de l'Ontario

Simon Laflamme

Numéro 23-24, printemps-automne 2007

L'espace rural francophone : perspectives multi/interdisciplinaires

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1005394ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1005394ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Les Presses de l'Université d'Ottawa
Centre de recherche en civilisation canadienne-française

ISSN

1183-2487 (imprimé)

1710-1158 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Laflamme, S. (2007). Usage d'Internet et exposition aux autres médias : représentation de la communauté de résidence chez les élèves du nord-est de l'Ontario. *Francophonies d'Amérique*, (23-24), 111–137.
<https://doi.org/10.7202/1005394ar>

Tous droits réservés © Les Presses de l'Université d'Ottawa et Centre de recherche en civilisation canadienne-française, 2008

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne.

<https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/>

Cet article est diffusé et préservé par Érudit.

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche.

<https://www.erudit.org/fr/>

USAGE D'INTERNET ET EXPOSITION AUX AUTRES MÉDIAS : REPRÉSENTATION DE LA COMMUNAUTÉ DE RÉSIDENCE CHEZ LES ÉLÈVES DU NORD-EST DE L'ONTARIO

Simon Laflamme¹
Université Laurentienne

Dans un travail récent, nous avons observé qu'on ne pouvait pas parler de réelle discrimination envers la population francophone, minoritaire sur le plan provincial, par comparaison avec la population anglophone en ce qui concerne les médias qu'on trouve dans les foyers et l'usage qu'on en fait (Laflamme, 2004); nous avons même établi que les contenus auxquels s'exposent les jeunes Franco-Ontariens, quand ils recourent à Internet, sont souvent les mêmes que ceux qui occupent les jeunes Anglo-Ontariens (Laflamme, 2007). Nous avons en partie interprété ces similitudes en évoquant les processus d'homogénéisation des sociétés postindustrielles et en rappelant que, sur le plan économique, la population franco-ontarienne n'était pas marginalisée – bien qu'elle le soit sensiblement sur le plan professionnel. Nous avons aussi découvert que, malgré ces similarités, les individus composant ces deux populations étaient relativement faciles à différencier et que la population franco-ontarienne visitait parfois des sites qui n'interpellaient pas la population anglo-ontarienne, tels des sites définis linguistiquement. Nous avons expliqué ce phénomène par la tendance opposée qui fait que les sociétés postindustrielles sont simultanément capables d'assurer la différenciation.

Toutefois, nous n'avons pas été en mesure de comparer les francophones à d'autres groupes minoritaires, comme les Amérindiens. En outre, nous n'avons pas pu vérifier si les similitudes ou les dissemblances subissaient l'influence des communautés. On peut en effet imaginer que si les francophones et les anglophones possèdent bon nombre de traits caractéristiques communs du fait de leur inscription analogue dans la postindustrialité, il n'en est pas de même de la population amérindienne. Celle-ci est davantage marquée par les traditions ancestrales et connaît une discrimination relativement prononcée. On peut pareillement concevoir que les plus petites municipalités favorisent davantage que les autres les interactions communautaires et que, partant, le rapport que leurs citoyens

entretiennent avec les médias soit différent de celui qu'on trouve ailleurs, notamment pour les groupes minoritaires où les interactions communautaires seraient encore plus serrées. Dans les travaux précédents, notre analyse portait sur des échantillons de la région de Sudbury; il est donc souhaitable de vérifier si les ressemblances qui ont été notées entre francophones et anglophones se manifestent aussi ailleurs, indépendamment des communautés, c'est-à-dire de leur taille ou de leur distance par rapport à un centre urbain.

Dans cet esprit, nous entendons nous interroger sur la fréquence d'usage d'Internet chez la population minoritaire francophone de l'Ontario. Nous souhaitons la comparer à celle des individus qui considèrent appartenir aux Premières Nations. Nous entendons également examiner ces usages en fonction de l'exposition aux autres médias et du type de communauté, puis mettre en relation tout ce rapport aux médias avec la manière dont les individus se représentent leur communauté.

Les spécialistes des sciences humaines sont souvent à l'affût des conditions responsables de l'inégalité entre les populations ou des effets de cette inégalité. L'apparition d'un facteur de changement social accentue cette inclination pour le guet, parce que la transformation des sociétés a souvent pour corollaires quelques formes de discrimination : soit que se perpétuent des injustices, soit qu'il en apparaisse de nouvelles. Le fulgurant développement d'Internet depuis 25 ans n'a pas manqué d'alerter ces spécialistes et, surtout, d'éveiller leur suspicion (Barber, 1999; Breton, 2000; Jauréguiberry, 2000; Jonas, [1979] 1990; Joy, 2000; Ramonet, 1999; Wolton, 2000). Cette suspicion est d'autant plus justifiable, par ailleurs, que les discours optimistes, voire utopiques étaient bruyants (Durand et Scardigli, 1997; Gates, Myhrvold et Rinearson, 1995; Kollock et Smith, 1999; Lévy, 1998; Negroponte, 1995; Sfez, 1999).

Les analyses de l'écart entre les plus démunis et les autres, en ce qui a trait à l'accès à l'informatique puis à Internet, ont conduit à la création de concepts comme « clivage technologique » ou « fossé numérique » (*digital ditch* ou *divide*). Elles ont ainsi rappelé ce qui sépare les pays riches des pays pauvres, ce qui distingue diverses populations entre elles : les hommes par rapport aux femmes, les classes privilégiées par rapport aux classes défavorisées, les personnes qui appartiennent à la majorité par comparaison avec celles qui appartiennent aux minorités (Chen et Wellman, 2003; Crow et Longford, 2000; États-Unis, 2002; Fong *et al.*, 2001; Kim, 2003; Reddick, Boucher et Groseilliers, 2000; Sciadas, 2003).

Les spéculations méfiantes ont certainement mis en garde contre les visions idéalistes de l'évolution d'Internet. Les constats d'inégalité ont sans doute obligé à nouveau à prendre en considération le fait structurel de diverses marginalisations sociales. Mais on sait désormais qu'Internet est moins une cause d'injustice sociale que le prolongement des déséquilibres déjà institués, qu'il est erroné de le dépeindre comme un outil antidémocratique en soi, comme un facteur d'isolement social, et qu'il est dangereux d'examiner son usage par les acteurs sociaux comme s'il représentait un moyen de communication sans rapport avec les autres médias (Bernier et Laflamme, 2005; DiMaggio *et al.*, 2001; Lafortune et Laflamme, 2006). En outre, des travaux récents montrent bien qu'Internet rend possible, même sous un régime comme celui de la Chine, l'émergence de nouveaux discours politiques (Yu, 2006), qu'il autorise des variantes dans l'interprétation de la pensée islamique (Kort, 2005), qu'il peut contribuer à assurer une certaine équité aux personnes qui se situent à la marge des sociétés (Mehra, Merkel et Peterson Bishop, 2004) et qu'il peut favoriser l'établissement de liens entre les populations locales et leur communauté plus étendue (Micallef, 2004). Bien sûr, Internet ne peut constituer une source suffisante de changement social, positivement ou négativement; mais, en décentralisant l'émission de discours idéologiques, il en favorise très certainement la pluralité; en médiatisant des informations de tous ordres, il favorise aussi une certaine équité. Les sciences humaines, la sociologie de l'éducation et les sciences de la communication, notamment, l'ont bien montré : la place qu'un individu ou qu'un collectif occupe dans un ensemble social a pour corollaire un rapport à l'information, soit aux contenus véhiculés ou aux médias qui les transmettent, soit que l'accès aux médias expose au savoir ou à sa diffusion. Ainsi, dans une société donnée, un collectif qui est désavantagé dans son rapport aux médias l'est aussi dans la position sociale qu'il y occupe; s'il est plus difficile pour lui que pour un autre de s'exposer aux contenus médiatiques et s'il lui est moins possible de produire des messages qui transitent par les médias, alors il est socialement défavorisé. À certains égards, même une nation qui offre un filet social élaboré – comme dans bon nombre de sociétés postindustrielles, lesquelles sont fortement médiatisées – ne peut empêcher que soit d'autant plus précaire la position d'un citoyen qu'il est coupé de l'information. Dans la mesure où Internet constitue un instrument significatif de décentralisation du savoir et de démocratisation, dans la mesure aussi où il favorise la communication au sein des groupes minoritaires et qu'il peut servir à créer des liens entre ces groupes et le monde, il importe grandement que les communautés, quelle que soit leur spécificité, puissent y recourir.

Notes méthodologiques

Au printemps 2005, sous les auspices de la Commission de formation du nord-est (CFNE), nous entreprenions une collecte de données aux fins d'une étude longitudinale. Cette étude devait permettre de suivre deux cohortes de jeunes. L'une était composée d'élèves de 9^e année; l'autre, d'élèves de 12^e année. Il s'agissait, entre autres, d'observer l'évolution des jeunes dans leurs études et sur le marché du travail, d'examiner leurs migrations, d'analyser leur rapport à la communauté et de se pencher sur leurs activités, leurs goûts et leurs représentations. Cette enquête s'intéressait aussi à l'usage des médias². Les données qui ont alors été recueillies serviront à apporter quelques réponses aux questions que nous avons posées.

Les élèves ont répondu à un questionnaire – en anglais ou en français – dans leur école. On en dénombre 1 724 appartenant à 17 établissements qui se situent dans la région nord-ontarienne qui va de Hearst et Chapleau en direction de Temiskaming Shores.

Le questionnaire comporte une question qui se formule ainsi : « Parmi ces groupes, auquel t'identifies-tu le plus? » L'élève peut choisir parmi quatre réponses : « Premières nations », « francophones », « anglophones » et « autres ». Nous nous référerons à cette variable pour examiner l'incidence de l'ethnie, une variable qui a trait davantage à l'identité qu'à la langue de communication ou à la langue maternelle. Cependant, nous retiendrons aussi la langue maternelle, à des fins de vérification. Nous avons donné à cette variable quatre valeurs : 1) français, 2) anglais, 3) français et anglais, 4) autre. Nous prendrons en plus en considération la langue dans laquelle l'élève s'instruit ou la langue de l'école, selon qu'il s'agit du français, de l'anglais, des deux ou d'une autre langue. La variable sur l'identité, ou sur l'ethnie, ne permet pas de prendre en considération les jeunes qui se définissent comme bilingues, à moins qu'ils aient choisi la catégorie « autres ». Or, seul 17 des 65 individus qui ont préféré cette catégorie estiment que leurs langues maternelles sont le français et l'anglais. Nous avons déjà observé, par ailleurs, que les jeunes qui se disent bilingues plutôt que francophones ou anglophones, présentent normalement des comportements qui se situent quelque part entre ceux des francophones et ceux des anglophones (Laflamme, 2007).

À la question « Dans quelle municipalité résides-tu? », on trouve 91 réponses. Dans le premier rapport soumis à la CFNE, nous avons procédé à deux regroupements, l'un en fonction de la taille et l'autre, de l'éloignement par rapport à un centre urbain. Le premier distingue 1) Timmins (qui compte plus de 40 000 habitants), 2) des villes qui comptent plus de 5 000 citoyens mais qui sont moins peuplées que

Timmins, toutes comptant moins de 10 999 individus, 3) de celles qui ont moins de 5 000 individus, mais plus de 999, 4) et de celles dont la population est inférieure à 1 000. Le deuxième regroupement présente 5 types de milieu : 1) Timmins, un centre urbain, 2) les petites villes qui comptent plus de 5 000 personnes mais qui ne sont pas Timmins et qui constituent des lieux urbanisés, 3) les municipalités qui se situent à moins de 20 km de Timmins ou d'une plus petite ville, 4) celles qui sont à une distance de 20 à 49 km des lieux urbanisés, 5) celles enfin qui sont à plus de 50 km des centres urbains (Laflamme et Bouchard, 2005 : 13-17). L'hypothèse veut que l'éloignement et la densité de population aient une incidence sur les comportements et sur les représentations.

Pour mesurer l'exposition aux médias, le questionnaire comporte plusieurs énoncés comme « je lis des journaux imprimés » et « j'écoute la radio » où l'élève choisit une valeur dans l'échelle de Likert entre « 1 », « jamais », et « 6 », « très souvent ». Le questionnaire propose aussi des énoncés à connotation linguistique, tels les suivants : « je regarde la télévision en français », « je regarde la télévision en anglais » et « je regarde la télévision dans une langue autre que le français et l'anglais »; à côté de ces propositions, on trouve une échelle à six niveaux, dont les extrémités sont « jamais » et « toujours ». Le questionnaire présente aussi une série d'énoncés qui concernent non pas l'exposition aux médias, mais leur appréciation : au lieu de « je lis des journaux imprimés », par exemple, l'élève trouvera « j'aime lire des journaux imprimés »; l'échelle associée à ces affirmations comprend six niveaux et elle oscille entre « pas du tout » et « beaucoup ». Le questionnaire accorde une attention particulière à l'usage d'Internet. Vingt-neuf propositions s'y rapportent, comme : « j'envoie des messages électroniques dans le cadre de mes études », « j'utilise Internet pour acheter des produits » ou « j'utilise Internet pour accéder à des sites érotiques »; l'échelle, à six niveaux toujours, s'étend entre « jamais » et « très souvent ».

Pour observer la manière dont les jeunes se représentent leur communauté, le questionnaire contient des énoncés comme « ma communauté offre suffisamment d'occasions de sorties » ou « j'aime ma communauté ». L'échelle de Likert va de « pas du tout d'accord » à « tout à fait d'accord » et comporte six niveaux.

L'échantillon est composé de jeunes. Il ne permet donc pas d'observer les comportements et les attitudes des personnes de tous âges. Il permet cependant les comparaisons selon la langue ou l'ethnie chez les individus qui fréquentent encore l'école. On sait cependant que les jeunes utilisent davantage Internet que leurs aînés et qu'étudier les actions et les positions des jeunes, c'est souvent se donner une fenêtre sur l'avenir.

La prépondérance des tests négatifs

Les échelles de Likert peuvent être traitées comme cardinales. On peut alors effectuer des analyses de variance selon les cinq facteurs que sont le groupe ethnique, la langue maternelle, la langue d'enseignement, la taille de la communauté et l'éloignement ou la position relativement à la notion de centre urbanisé. C'est ce que nous avons fait. Nous avons aussi combiné la variable ethnique et les deux variables linguistiques avec chacune des deux variables relatives à la communauté afin de vérifier s'il se dégageait des effets d'interaction entre les facteurs pris deux à deux.

L'usage d'Internet

Si l'on prend les 29 usages d'Internet et qu'on procède à des analyses de variance pour les cinq facteurs de même que pour les six interactions entre l'ethnie, la langue maternelle ou la langue d'enseignement, d'une part, et la taille de la communauté ou son éloignement, d'autre part, on effectue chaque fois 11 tests d'hypothèse. Au total, cela fait 319 tests. Les différences de moyenne inférables ne sont pas la norme : on n'en trouve que 18, dont 16 découlent d'un seul facteur. Le groupe auquel le jeune s'identifie rencontre des inégalités de moyennes pour l'envoi de messages électroniques dans le cadre des études³ aussi bien qu'en dehors de ce cadre⁴, pour la réception de courriels en dehors du cadre des études⁵, pour l'usage du courriel dans le but de communiquer avec des amis⁶ et pour le surf⁷. Les jeunes autochtones recourent un peu moins au courrier électronique que les autres, mais ils suivent les tendances des autres groupes. Tous utilisent moins le courriel dans le contexte scolaire qu'à l'extérieur de ce contexte. Pour l'envoi de messages électroniques dans le cadre des études, les moyennes respectives des francophones et des anglophones sont de 2,68 et de 2,50 et celle des jeunes des Premières Nations se situe à 2,04, ce qui témoigne de façon générale d'un usage modéré, plus près de la valeur « 1 », « jamais », que de la valeur « 6 », « très souvent ». Pour l'envoi de ces messages hors du contexte scolaire, les moyennes sont de 4,31 et 4,36 pour les francophones et les anglophones et de 3,77 pour les Amérindiens – les élèves qui ont choisi la catégorie « autres » pour l'identification ethnique ont une moyenne de 2,10 pour le courriel dans le cadre des études et une moyenne de 4,29 en dehors de ce cadre. Le surf a plus la faveur des anglophones (4,07) et des francophones (3,86) que des Amérindiens (3,55) ou des jeunes qui optent pour la catégorie « autres » (3,33). La langue maternelle distingue les groupes dans l'usage d'Internet pour les réponses aux annonces de rencontre ou le recours aux services de rencontre⁸, pour les informations culturelles⁹, pour

les informations sportives¹⁰, pour les informations sur la santé¹¹ et pour le travail dans le cadre de cours¹². Mais les différences de moyennes ne suivent pas une logique bien définie et ne révèlent pas des écarts importants entre les groupes linguistiques. Dans trois cas, la moyenne la plus élevée appartient aux jeunes qui n'ont pas l'anglais ou le français comme langue maternelle et la moyenne la plus faible est celle des anglophones. Les jeunes qui ne sont pas de langue maternelle française ou anglaise sont ceux qui utilisent le plus Internet pour y trouver des informations culturelles (3,01); les jeunes anglophones sont ceux qui le font le moins, mais leur moyenne reste proche de la précédente (2,02). Les jeunes dont la langue maternelle est autre que le français et l'anglais vont le plus souvent sur les sites de santé (2,40); les anglophones y vont le moins, mais leur moyenne est à proximité de celle des précédents (2,00). Ne pas avoir le français ou l'anglais comme langue maternelle, c'est davantage utiliser Internet dans le cadre de cours (3,23); être anglophone, c'est le faire le moins, sans que l'écart soit marqué (2,80). Dans les deux autres cas, toutefois, les moyennes plus basses et plus élevées appartiennent à d'autres groupes. Les sites de rencontre interpellent plus les jeunes de langue française (1,73), mais les anglophones, les moins attirés par ces sites, sont très proches des premiers (1,44). Les jeunes bilingues – qui disent donc avoir pour langue maternelle et le français et l'anglais –, pour les informations sportives, ont une moyenne de 3,10; les anglophones, les plus éloignés de ce résultat, ont néanmoins une moyenne de 2,68. La langue d'enseignement fait apparaître quatre inégalités de moyennes dans les usages d'Internet : une première pour la lecture de journaux¹³, une deuxième pour les informations sur la bourse et les finances¹⁴, une troisième pour le travail dans le cadre de cours¹⁵ et une quatrième pour la préparation de voyages¹⁶. Les différences entre les moyennes plus fortes et plus faibles ne sont jamais accentuées : pour la lecture des journaux, elle est de 0,10; pour la bourse et les finances, de 0,71; quant au travail dans le cadre de cours, de 0,48; finalement, pour l'organisation de voyages, de 0,48. Dans trois cas, elles avantagent les jeunes qui disent ne pas étudier seulement en français ou en anglais ou même en anglais et en français; l'ascendant revient aux jeunes des écoles françaises pour les informations sur la bourse et les finances. Les moyennes les plus faibles s'observent dans deux cas chez les élèves des écoles françaises; dans les deux autres, chez ceux des écoles anglaises. La taille de la communauté a une influence minime sur le fait qu'on réponde à des petites annonces de rencontre ou qu'on recoure à des services de rencontre dans Internet¹⁷ : les moyennes ne dépassent pas 1,70, ce qui indique un usage peu fréquent dans l'ensemble; cette statistique est celle des communautés qui comptent entre 1 000 et 4 999 habitants; la

plus faible moyenne, celle de Timmins, se situe à 1,50. La distance ou la position par rapport à un centre ne fait surgir qu'une seule inégalité de moyennes¹⁸, faible toujours, où la valeur maximale est de 2,03 quand les localités sont à moins de 20 km d'un centre et où la valeur minimale est de 1,49, quand elles se situent à 50 km ou plus d'un centre. Outre ces 16 tests positifs où un seul facteur intervient, il y a deux effets d'interaction : l'un entre le groupe ethnique et la situation de la communauté par rapport à un centre¹⁹, le second entre la langue maternelle et, à nouveau, la situation²⁰. La décomposition de ces effets d'interaction ne révèle rien qui retienne l'attention.

Les habitudes à l'égard d'autres médias

On peut effectuer des analyses de variance similaires pour l'exposition à des médias plus traditionnels. Les élèves lisent dans le questionnaire sept propositions comme « je regarde des enregistrements vidéo (VHS, DVD...) » et encerclent une valeur de « 1 » à « 6 », soit de « jamais » à « très souvent ». En examinant les différences de moyennes en fonction des mêmes facteurs et des mêmes combinaisons de facteurs, nous procédons à 77 tests d'hypothèse. Seulement huit d'entre eux permettent d'affirmer que les inégalités ne sont pas attribuables au hasard. Les deux premiers révèlent un effet du groupe auquel on s'identifie pour les énoncés : « je lis des revues ou des magazines imprimés²¹ » et « je lis des ouvrages littéraires (roman, poésie, théâtre, biographie...) en dehors du cadre de mes études et de mon travail²² ». Les magazines imprimés ont un peu plus la faveur des anglophones (3,98), un peu moins celle des jeunes des Premières Nations (3,59); mais l'écart entre eux n'est que de 0,39 – sur une échelle à six niveaux. Les ouvrages littéraires ont la préférence des jeunes qui se définissent comme « autres » (3,83); ils sont moins fréquemment lus par les francophones (3,02). La différence reste limitée. Les deux tests qui suivent distinguent les langues maternelles. Ils le font en vertu des énoncés : « je regarde la télévision (à l'exclusion des enregistrements vidéo : VHS, DVD...) »²³ et « je regarde des enregistrements vidéo (VHS, DVD...) »²⁴. Comme dans les cas précédents, les différences sont faibles : 0,38 pour la télévision et 0,50 pour les enregistrements vidéo. Les élèves des Premières Nations sont un peu moins devant le petit écran que les autres jeunes. On notera au passage que la télévision constitue un média affectionné : les valeurs pour tous les groupes sont au-dessus de 4,50; pour les enregistrements vidéo, la moyenne est constamment supérieure à 4,30. Deux autres tests montrent une influence de la langue d'enseignement. Cette influence vaut pour les propositions : « je lis des journaux imprimés²⁵ » et « j'utilise un ordinateur pour jouer²⁶ ». Dans le cas de la

lecture des journaux, la moyenne des élèves qui étudient en anglais est la plus faible (3,14); la plus forte est celle des jeunes qui disent étudier aussi dans une langue autre que le français et l'anglais (3,74). Les plus grands adeptes des jeux électroniques sont les jeunes des écoles françaises (4,28) et les moins friands, ceux des écoles anglaises (3,85). Malgré leur infériorité, les différences ne sont jamais bien marquées. Les deux derniers tests renvoient à des effets d'interaction. La première de ces codéterminations implique l'ethnie et la taille de la communauté pour la lecture des revues et des magazines²⁷ : il n'y a pas de différence entre les groupes auxquels s'identifient les jeunes, sauf à Timmins, le milieu le plus urbanisé; il y a des différences entre les municipalités quand elles sont caractérisées par la taille de leur population, peu importe le groupe ethnique. Quel que soit le groupe auquel ils s'identifient, les jeunes lisent les revues ou les magazines selon des fréquences semblables dans les communautés de moins de 1 000 habitants, celles qui en comptent entre 1 000 et 4 999 et celles où on en dénombre entre 5 000 et 10 999; à Timmins, les jeunes des Premières Nations (2,30) lisent moins de ces imprimés que les autres (de 4,06 à 4,67). Les Amérindiens, toutefois, lisent moins souvent de revues ou de magazines quand ils habitent Timmins que lorsqu'ils vivent dans des localités moins peuplées. Il faut ajouter à ces observations que, à Timmins, à l'exception des individus des Premières Nations, les jeunes lisent davantage ces périodiques que s'ils habitent les communautés où l'on compte moins de citoyens; les moyennes timminois sont supérieures à 4; dans les municipalités dont la population est inférieure à 5 000, les moyennes varient entre 2,80 et 3,99. La seconde de ces interactions a lieu entre la langue d'enseignement et la taille de la communauté; elle vaut pour l'exposition à la télévision²⁸. Les moyennes ne varient pas en fonction de la taille de la municipalité chez les jeunes qui étudient en anglais ou qui étudient en français; elles le font chez les jeunes qui étudient dans un cadre bilingue et chez ceux qui disent étudier dans une autre langue. Les moyennes sont inégales selon la langue des études sauf quand les jeunes habitent les municipalités de 5 000 à 10 999 habitants. Les élèves qui étudient dans un contexte à la fois francophone et anglophone regardent plus la télévision (5,43) dans les localités de 1 000 à 4 999 citoyens que dans les milieux les moins peuplés (4,51); ceux qui disent étudier dans une langue autre que le français et l'anglais aiment davantage la télévision à Timmins qu'ailleurs (mais les échantillons sont trop petits pour être tout à fait crédibles). Entre les groupes auxquels les jeunes s'identifient, les variations de moyennes selon la taille des populations suivent une logique indéfinie et l'essentiel de ces mesures de tendance centrale oscille entre 4,47 et 5,01, ce qui témoigne, malgré tout, d'une certaine uniformité.

Les énoncés qui portent non pas sur la fréquence d'exposition aux médias, mais plutôt sur l'appréciation de ces médias ne donnent lieu qu'à quatre tests d'hypothèse qui soient positifs. Dans deux cas, les inégalités sont trop petites pour retenir l'attention, d'autant qu'elles ne s'inscrivent dans aucune tendance. Dans les deux autres, on observe à nouveau l'incidence du groupe ethnique sur la lecture des revues ou des magazines imprimés²⁹ et des ouvrages littéraires. Il est alors confirmé que les jeunes qui considèrent appartenir à un groupe d'« autres » lisent davantage que ceux qui disent appartenir aux Premières Nations ou qui se définissent comme des francophones.

Les médias et la langue

Quinze énoncés associent à la langue l'activité relative à un média. Chaque fois, un même média se rapporte à trois possibilités, comme dans les exemples suivants : « je regarde la télévision en français », « je regarde la télévision en anglais » et « je regarde la télévision dans une langue autre que le français et l'anglais ». Les analyses de variance qu'on peut mener avec les facteurs qui ont été exploités jusqu'ici produisent des résultats tautologiques : les francophones regardent plus la télévision en français que les anglophones, par exemple. Mais au-delà de ces évidences, ils rappellent que les francophones, quand ils vivent en milieu minoritaire, ont des moyennes qui ressemblent souvent à celles des anglophones. Pour une proposition comme « je regarde la télévision en anglais », il n'y pas d'inégalité de moyennes en fonction du groupe auquel on s'identifie³⁰, ce qui signifie, entre autres, que l'élève qui se dit francophone regarde aussi souvent la télévision en anglais que celui qui se dit anglophone; on notera, au passage, que la tendance centrale pour l'ensemble de l'échantillon est supérieure à 5. Pour un énoncé comme « je regarde la télévision en français », il y a bien une différence qui ne soit pas attribuable à une erreur d'échantillonnage³¹, mais le score des francophones est inférieur à 3 et celui des anglophones n'est que de 1,51.

Dans la plupart des analyses, on découvre que, chez les Premières Nations, les scores sont très semblables à ceux qu'on découvre chez les jeunes qui se définissent comme anglophones. Dans deux cas où les analyses de variance sont significatives, on le voit clairement : l'affirmation « j'écoute la radio en français » distingue les francophones dont la moyenne est de 3,16, alors que les moyennes des élèves des Premières Nations et des anglophones sont respectivement de 1,29 et de 1,32³²; l'énonciation « j'écoute la radio en anglais » découvre des moyennes de 5,62 et de 5,67 pour les Amérindiens et pour les anglophones et une moyenne de 4,45 pour les francophones³³.

Le rapport à la communauté

Dans le questionnaire, 10 énoncés permettent d'observer la manière dont les jeunes se représentent leur communauté. Ces énoncés, on l'a vu, sont accompagnés d'échelles de Likert qui vont de « pas du tout d'accord », soit « 1 », à « tout à fait d'accord », soit « 6 ». On peut alors les soumettre, eux aussi, à des analyses de variance et employer les facteurs ou les combinaisons de facteurs qui ont jusqu'à maintenant guidé notre démarche. Selon la logique des ensembles d'observations précédents, nous effectuons ici 110 tests d'hypothèse. Seulement six d'entre eux autorisent à affirmer que les différences de moyennes ne sont pas attribuables au hasard. Les quatre premiers s'expliquent par le groupe ethnique. Les anglophones (2,56) sont moins d'accord que les autres (de 2,87 à 3,02) avec une proposition comme « ma communauté offre suffisamment d'activités culturelles³⁴ ». Il en va de même pour les énonciations « ma communauté offre suffisamment d'activités récréatives³⁵ » ou « ma communauté offre suffisamment d'occasions de sorties³⁶ » : le désaccord le plus prononcé est celui des anglophones. Dans l'ensemble, les communautés ne suscitent pas d'élans d'affection : les moyennes sont toujours inférieures à 3,50; elles sont souvent en deçà de 3. La moins grande désaffection est celle des jeunes des Premières Nations. L'énonciation « ma communauté a suffisamment de magasins³⁷ » trouve son plus faible assentiment chez les francophones (2,51) et les anglophones (2,64); les plus favorables à cette idée sont les élèves des Premières Nations (3,04). La cinquième analyse qui soit inférable porte sur l'énoncé « dans ma communauté, je me sens différent des autres³⁸ ». La moyenne la plus forte revient aux jeunes qui disent parler une langue autre (3,49); à ceux, donc, qui n'ont pour langue maternelle ni l'anglais (2,91), ni le français et l'anglais (2,98), ni le français (3,16). La sixième inégalité des moyennes a pour critère l'éloignement. Elle se rapporte à la proposition « ma communauté offre suffisamment d'occasions de sorties³⁹ ». La moyenne la plus faible, donc celle du grand désaccord, appartient aux élèves qui habitent au moins à 50 km d'un centre urbain (2,74). La distribution des autres moyennes est plutôt aléatoire : 3,16 à Timmins; 2,93 dans les villes de plus de 5 000 citoyens plus petites que Timmins; 3,39 dans les communautés situées à moins de 20 km d'un centre urbain; 3,02 dans les municipalités qui se situent de 20 à 49 km d'une ville.

Une uniformité

Les tests négatifs ont une nette prépondérance, ce qui signifie que l'usage des médias, même d'Internet, est semblable d'une ethnie à l'autre comme d'un type de municipalité à l'autre. Les effets d'interaction entre les facteurs sont rares, ce qui confirme la similitude. Les quelques interactions inférables ne sont pas sans intérêt, mais elles ne signalent pas de vérités importantes qui auraient échappé aux analyses menées en fonction d'un seul facteur, pas plus d'ailleurs que ces analyses-ci permettent de découvrir des écarts marqués entre les modalités des divers facteurs. Ajoutons que les francophones témoignent d'une commune exposition aux médias anglophones. En deçà de cet important constat d'uniformité, il faut certes retenir que les jeunes des Premières Nations sont un peu moins tournés que les autres vers le courrier électronique ou vers la navigation sur la Toile, que ceux de langue maternelle autre que le français et l'anglais recourent plus à Internet pour les informations culturelles, que les magazines imprimés interpellent un peu plus les anglophones, que la littérature séduit un peu plus les jeunes qui se définissent comme « autres », et que la télévision est un peu moins attirante pour les élèves des Premières Nations. Ces phénomènes rappellent que l'uniformisation n'est pas absolue, observation d'autant plus juste que la non-inférabilité des analyses de variance est souvent causé par la supériorité des variations entre individus sur la différence entre les groupes.

Le rapport à la communauté varie peu selon l'ethnie, la langue ou le type de communauté. À nouveau, on remarque la domination des tests négatifs. Dans certains cas, on voit que les anglophones se font légèrement plus critiques de leur communauté que les autres; mais les différences ne sont pas notoires et n'invalident pas le constat plus général d'indifférenciation, en fonction des critères retenus; elles le nuancent.

Le rapport à la communauté et les médias

Les différences en fonction de ces critères sont rares, mais peut-on établir un lien entre la manière dont les jeunes perçoivent leur communauté et l'usage qu'ils font des médias?

Avant cela, il importe d'avoir à l'esprit que les fréquences d'usage tendent à être peu corrélées selon les médias⁴⁰ (voir le tableau 1). L'association la plus forte apparaît entre la lecture de journaux et la lecture de revues ou de magazines, mais elle n'est que de 0,49, si intuitivement prévisible soit-elle. On notera que ce n'est pas parce qu'on regarde la télévision qu'on ne lit pas : bien que toujours positives, les corrélations

sont toujours faibles ($r = 0,10$ pour les journaux, $0,19$ pour les revues et $0,16$ pour les ouvrages littéraires). Ces usages tendent donc à être relativement indépendants les uns des autres, ce qui fait qu'ils ne peuvent être traités de façon cumulative.

Tableau 1
Corrélations (r_{Pearson}) des usages des médias entre eux
(1 = jamais et 6 = très souvent)

	Je lis des revues ou des magazines imprimés	Je lis des ouvrages littéraires (roman, poésie, théâtre, biographie...) en dehors du cadre de mes études	J'écoute de la musique à domicile	J'écoute la radio	Je regarde la télévision (à l'exclusion des enregistrements vidéo : VHS, DVD...)	Je regarde des enregistrements vidéo (VHS, DVD...)	J'utilise un ordinateur pour jouer
Je lis des journaux imprimés	0,49 ²	0,28 ²	0,15 ²	0,35 ²	0,10 ²	0,12 ²	0,01
Je lis des revues ou des magazines imprimés		0,31 ²	0,18 ²	0,26 ²	0,19 ²	0,21 ²	0,08 ²
Je lis des ouvrages littéraires (roman, poésie, théâtre, biographie...) en dehors du cadre de mes études			0,22 ²	0,18 ²	0,06 ²	0,13 ²	< -0,01
J'écoute de la musique à domicile				0,02	-0,03	0,12 ²	0,03
J'écoute la radio					0,21 ²	0,22 ²	0,09 ²
Je regarde la télévision (à l'exclusion des enregistrements vidéo : VHS, DVD...)						0,57 ²	0,26 ²
Je regarde des enregistrements vidéo (VHS, DVD...)							0,31 ²
1 : $p < 0,05$ 2 : $p < 0,01$							

Il importe aussi de retenir que les perceptions à l'égard de la communauté ne sont pas fortement corrélées (annexe A). Entre les énoncés « ma communauté a suffisamment de magasins », « ma communauté offre suffisamment d'activités récréatives », « ma communauté offre suffisamment d'occasions de sorties », « ma communauté offre suffisamment d'occasions d'emplois » et « ma communauté offre suffisamment d'activités culturelles », les corrélations vont de 0,25 à 0,44. Certes, elles sont toutes positives : plus, par exemple, les jeunes considèrent que leur communauté offre suffisamment d'occasions de sorties, plus ils croient qu'elle offre aussi suffisamment d'activités récréatives; mais il est étonnant de découvrir que cette association n'est que de 0,44. Entre toutes ces perceptions et l'affection pour la communauté, la corrélation la plus élevée, de 0,39, ne correspond pas à l'état des magasins ou aux occasions de sorties, mais bien à l'harmonie avec les personnes qui habitent la même communauté que soi. Les possibilités d'emploi jouent encore un rôle important dans cette appréciation; la corrélation y est de 0,33. Mais, encore une fois, les valeurs ne sont pas bien fortes. Si on recherche comment l'amour de la communauté est influencé par tous les jugements sur la communauté, sur la relation avec les autres et sur l'intérêt pour les questions politiques communautaires, on découvre, grâce à une analyse de régression multiple qui ne sélectionne que les variables indépendantes à contribution significative, que la variance expliquée totale n'est que de 28,2 p. 100. Six variables sont retenues : d'abord l'harmonie des relations avec les personnes puis, dans l'ordre, les activités culturelles, les possibilités d'emploi, les activités récréatives, la cinquième où l'énoncé veut que la plupart des amis/es aient l'intention de vivre ailleurs et, enfin, les occasions de sorties.

Dans l'ensemble, on a donc affaire à des liens réels bien que plutôt faibles, à des systèmes intercorrélés mais où chacun des éléments entretient une latitude importante par rapport aux autres. L'usage des médias ou la perception de la communauté constituent des tous où les éléments sont souvent liés, mais où l'indépendance n'est pas moins forte que l'association. Il ne suffit certainement pas de comprendre un élément pour expliquer les autres. Il est donc sage d'examiner ces totalités en n'omettant aucune des parties.

Si on examine le lien entre les indicateurs de la perception de la communauté et l'exposition à divers médias, sans tenir compte précisément d'Internet, ce qui saute d'abord aux yeux, c'est la faiblesse des corrélations (annexe B). La valeur moyenne de ces corrélations est de 0,037 ($s = 0,0679$); même celles qui sont inférables (33 sur 70) sont modestes. Ce qui retient ensuite l'attention, ce sont quelques concentrations. Trois corrélations dont la valeur est d'au moins 0,10

portent sur les activités récréatives, et elles sont positives : plus on s'adonne à la lecture de journaux, plus on écoute la radio et plus on regarde la télévision, alors plus on estime que la communauté où l'on habite offre suffisamment de ces activités. Trois autres se rapportent à l'intérêt pour les questions politiques, lequel est d'autant plus prononcé que le jeune lit des journaux, lit des ouvrages littéraires et écoute la radio. Trois autres concernent l'harmonie de la relation avec les autres (indicateur avec lequel il y a le plus de liens inférables) : elle est positivement associée à la lecture des revues et des magazines, à l'écoute de la musique à domicile et à l'exposition à la radio. Cinq, enfin, font observer qu'il est d'autant plus possible qu'on ait des amis qui veulent vivre ailleurs qu'on lit des journaux, des revues et des magazines, des ouvrages littéraires, qu'on écoute de la musique à domicile et qu'on regarde des enregistrements vidéo. Si, par conséquent, le lien est plutôt tenu entre l'affection pour la communauté et l'exposition aux médias, il n'en demeure pas moins que des activités de lecture et l'écoute de la radio sont susceptibles de favoriser l'appréciation du milieu dans lequel vit l'élève. Si ces activités accroissent la probabilité d'avoir des amis qui veulent vivre ailleurs, on peut penser que c'est en partie parce qu'elles créent une certaine distance entre la mentalité des personnes que fréquente le jeune et la vision de son milieu qu'il se donne.

Ces liens entre l'exposition aux médias et l'appréciation de la communauté sont quelque peu sensibles à la langue avec laquelle on entretient le rapport aux médias (annexe C). Comme dans les analyses précédentes, la faiblesse des corrélations s'impose au regard. Mais il se manifeste aussi avec netteté que les corrélations négatives apparaissent la plupart du temps dans l'usage anglais des médias : plus l'exposition a lieu en anglais, plus on semble insatisfait de son milieu de vie. Le mécontentement n'a donc pas forcément pour corollaire la « minoritude » du francophone. On peut confirmer cette opinion à la lumière d'autres observations. Si on compte le nombre de corrélations inférables d'après la langue dans laquelle a lieu la relation aux médias, on en trouve 13 seulement pour l'anglais, mais 26 pour une langue autre que le français et l'anglais et 32 pour le français. Toutes ces mesures d'association pour l'usage des médias en anglais sont négatives; si l'exposition a lieu en français, il n'y a qu'un seul lien négatif; si elle a lieu dans une langue autre que l'anglais et le français, il n'y en a aucun. Dans le même esprit, si l'on se penche sur l'énoncé « j'aime ma communauté », on note que les corrélations les plus fortes découlent d'un usage du média en français : 0,14 pour la télévision, 0,18 pour la musique enregistrée, 0,19 pour la radio, 0,23 pour les revues ou les magazines et 0,24 pour les ouvrages littéraires. Une seule corrélation est inférable quand le média est abordé

en anglais : elle implique la télévision et est négative (-0,09); il en va de même pour une exposition dans une langue autre que l'anglais et le français, sauf qu'elle concerne la musique enregistrée (-0,05). La fréquence d'usage des médias est faiblement déterminante de la perception que l'élève a de sa communauté de résidence, mais il semble que, dans le nord-est de l'Ontario, cette perception tende à être plus favorable quand l'usage des médias n'est pas strictement anglophone et surtout quand il est francophone.

L'appréciation de la communauté où l'on habite dépend-elle du recours à Internet? Il faut répondre par l'affirmative, mais avec beaucoup de circonspection (annexe D). À nouveau, les corrélations sont faibles. Il n'y a qu'un seul des 29 usages d'Internet qui ne soit associé à aucun des 10 indicateurs du rapport à la communauté : les jeux électroniques. En moyenne, ces usages sont corrélés de façon inférable à 6,00 ($s = 2,27$) indicateurs. Les indicateurs sont eux-mêmes corrélés à une moyenne de 17,4 ($s = 2,50$) usages. Les corrélations peuvent être faibles, mais on a affaire à un ensemble diversifié de probabilités, pas à un univers aléatoire. Certaines corrélations ne participent pas d'une logique immédiate, comme l'usage d'Internet pour la météorologie et l'opinion sur la variété des magasins dans la communauté ($r = 0,08$). Il reste que le recours à Internet pour y trouver les informations météorologiques accroît la probabilité d'apprécier sa communauté, sans doute parce que la possibilité d'obtenir cette information s'intègre déjà dans un rapport à l'information et dans un rapport au monde. D'autres sont moins contre-intuitives, comme celles qui mettent en jeu le recours au courriel et la qualité de la relation avec les personnes de la communauté. L'intérêt pour les questions politiques de la communauté est associé à pas moins de 23 des 29 usages d'Internet, et c'est dans cette colonne qu'on repère les corrélations les plus élevées, toutes étant positives. S'intéresser aux questions politiques de sa communauté, c'est pouvoir, c'est savoir faire plusieurs choses, c'est solliciter de nombreuses informations, c'est devoir et pouvoir communiquer; Internet vient en renfort, facilitant cette quête, accroissant la probabilité des échanges entre personnes et de l'accès à l'information. Vivre dans une communauté, c'est avoir des loisirs, se cultiver, se renseigner, préparer des voyages, communiquer, effectuer des opérations bancaires et s'instruire; tous les usages d'Internet désignés par ces activités sont corrélés avec des perceptions de la communauté et, le plus souvent, de façon positive. Internet ne serait pas la cause de la perception de sa communauté, mais il concourt à la façonner, parmi un vaste ensemble de déterminants, en rendant possibles des actions sur et dans le monde. Son rôle peut même être négatif : plus on recourt aux services de rencontre sur Internet, moins on aime sa communauté

($r = -0,06$). Mais c'est aussi la fréquentation de ces sites qui fait paradoxalement qu'on estime que sa communauté offre suffisamment d'activités culturelles ($r = 0,11$), de magasins ($r = 0,12$), d'activités récréatives ($r = 0,11$), d'occasions de sorties ($r = 0,14$) ou de possibilités d'emplois ($r = 0,15$).

Conclusion

Au début de cet article, nous avons suggéré que le rapport entretenu par les individus des Premières Nations avec les médias pouvait être différent de celui qui caractérise les francophones et les anglophones, à cause d'une plus grande influence des modes traditionnels de socialisation. Nos analyses ne permettent pas vraiment de confirmer cette hypothèse. Malgré les usages moins fréquents d'Internet chez les jeunes Amérindiens, dans la plupart des cas, les fréquences sont semblables pour tous les groupes. Même quand les différences ne sont pas attribuables au hasard, généralement elles ne traduisent pas d'écarts marqués. Les jeunes des Premières Nations, en outre, sont moins souvent devant le téléviseur, mais les différences sont loin d'être nettes.

Nous avons aussi avancé que dans les communautés les plus petites comme dans les plus éloignées, le rapport aux médias serait différent de celui qu'on observe dans les milieux plus peuplés et moins excentrés, que même l'ethnie pouvait intervenir en correspondant à une position démographique ou sociale particulière. Encore une fois, notre hypothèse n'a pas été vérifiée. Essentiellement, les fréquences d'usage des médias sont comparables entre les types de communauté et les ethnies ou les groupes linguistiques.

La manière de percevoir la communauté dans laquelle on réside ne dépend que très peu de la langue maternelle ou de l'ethnie; elle dépend même peu du type de communauté. Il faut néanmoins noter une attitude légèrement plus critique des élèves quand ils sont anglophones.

L'usage des médias, toutefois, influence le rapport que les élèves entretiennent avec leur communauté. Toutes les corrélations sont faibles, même quand elles sont inféribles. Il n'en demeure pas moins que tous les ensembles corrélationnels rappellent l'importance du rapport à l'information et aux médias dans la vie sociale, et donc dans la vie au sein d'une communauté. Les médias ne peuvent assurer le bien-être du jeune, pas plus qu'ils pourraient déterminer de façon suffisante la cause de la perception de sa communauté. Mais, sans eux, sans s'y exposer ou sans en faire usage, le citoyen des sociétés postmodernes ne peut entretenir, de façon satisfaisante, un rapport au monde qui soit simultanément un rapport à la communauté. D'une façon générale, plus le jeune que nous

avons étudié s'expose aux médias, plus il apprécie son milieu. Il lui faut, certes, faire plein d'autres choses, mais il lui faut aussi vivre dans un univers médiatique. La faiblesse des corrélations rappelle l'importance des autres activités qui influent sur les représentations; le nombre de ces corrélations signale aussi bien la pluralité que l'étendue de l'influence des médias. Les analyses font aussi état d'un usage composite des médias quand elles montrent leur autonomie relative et la variabilité des influences sur les représentations. Ces données mettent en évidence que les usages des médias sont liés entre eux de façon complexe, certainement pas de façon strictement linéaire. C'est pourquoi ils ne sont pas cumulatifs, c'est pourquoi les corrélations sont faibles, même quand elles sont intuitivement logiques. C'est aussi pourquoi les usages d'Internet sont corrélés de façon étonnante avec certaines représentations, et de manière prévisible avec d'autres quoique, dans ce dernier cas, les associations soient faibles. Utiliser Internet, ce n'est pas simplement utiliser Internet; c'est communiquer avec d'autres, s'informer et recourir à des médias pré-Internet, comme le journal imprimé ou la radio. Utiliser Internet pour trouver telle information, c'est aussi l'employer pour y trouver telle autre, ou pour faire des usages variés. Tout cela contribue à définir un rapport particulier au monde dans un ensemble communautaire et dans un univers d'informations; dans un univers qui pluralise et uniformise les informations. C'est aussi pourquoi, enfin, les usages médiatiques selon la langue déterminent davantage le rapport à la communauté pour le minoritaire que pour le majoritaire. Grâce à eux, le francophone arrive à recréer une certaine spécificité qui rend plus probable l'affection pour la communauté. Il semble que l'indifférenciation, ici, accentue la critique du milieu où l'on vit.

NOTES

-
1. Cette recherche a été possible grâce à un financement de la Commission de formation du nord-est (CFNE). Nous tenons à remercier Julie Joncas de son appui et Pierre Bouchard de sa collaboration à l'enquête d'où sont tirés ces résultats.
 2. Pour de plus amples informations sur les considérations méthodologiques relatives à cette enquête, on pourra lire Laflamme et Bouchard (2005 : 7-17). Les instruments de collecte de données figurent à l'annexe 1 de ce rapport, aux p. 92-119.
 3. $F_{(3;1237)} = 2,68$; $p < 0,05$.

4. $F_{(3;1286)} = 4,38$; $p < 0,01$.
5. $F_{(3;1282)} = 7,10$; $p < 0,001$.
6. $F_{(3;1283)} = 2,82$; $p < 0,05$.
7. $F_{(3;1266)} = 3,16$; $p < 0,05$.
8. $F_{(3;1269)} = 2,63$; $p < 0,05$.
9. $F_{(3;1272)} = 4,14$; $p < 0,01$.
10. $F_{(3;1257)} = 3,10$; $p < 0,05$.
11. $F_{(3;1262)} = 2,85$; $p < 0,05$.
12. $F_{(3;1266)} = 4,53$; $p < 0,01$.
13. $F_{(3;1270)} = 3,14$; $p < 0,05$.
14. $F_{(3;1271)} = 3,85$; $p < 0,01$.
15. $F_{(3;1260)} = 3,70$; $p < 0,05$.
16. $F_{(3;1279)} = 3,57$; $p < 0,05$.
17. $F_{(3;1269)} = 4,16$; $p < 0,05$.
18. $F_{(4;1269)} = 3,46$; $p < 0,05$.
19. $F_{(7;1280)} = 2,15$; $p < 0,05$.
20. $F_{(7;1269)} = 2,58$; $p < 0,05$.
21. $F_{(3;1294)} = 3,03$; $p < 0,05$.
22. $F_{(3;1291)} = 3,43$; $p < 0,05$.
23. $F_{(3;1287)} = 2,85$; $p < 0,05$.
24. $F_{(3;1270)} = 3,46$; $p < 0,05$.
25. $F_{(3;1299)} = 3,82$; $p < 0,05$.
26. $F_{(3;1279)} = 3,33$; $p < 0,05$.
27. $F_{(9;1446)} = 2,55$; $p < 0,01$.
28. $F_{(9;1649)} = 2,69$; $p < 0,05$.
29. $F_{(3;1270)} = 4,43$; $p < 0,01$.
30. $F_{(3;1274)} = 1,35$; $p = 0,26$.
31. $F_{(3;1292)} = 9,41$; $p < 0,001$.
32. $F_{(3;1306)} = 15,00$; $p < 0,001$.
33. $F_{(3;1304)} = 4,00$; $p < 0,01$.
34. $F_{(3;1192)} = 2,71$; $p < 0,05$.
35. $F_{(3;1165)} = 3,21$; $p < 0,05$.
36. $F_{(3;1155)} = 3,39$; $p < 0,05$.
37. $F_{(3;1163)} = 3,31$; $p < 0,05$.
38. $F_{(3;1260)} = 3,70$; $p < 0,05$.

39. $F_{(4;1155)} = 3,90$; $p < 0,01$.

40. Cette observation a déjà été faite dans *Vivre dans l'alternance linguistique : médias, langue et littérature en Ontario français* (Laflamme et Bernier, 1998 : 94-96).

BIBLIOGRAPHIE

- BARBER, Benjamin R. (1999), « Culture McWorld contre démocratie », *Manière de voir*, n° 46 (juillet-août), p. 70-74.
- BERNIER, Christiane, et Simon LAFLAMME (2005), « Usages d'Internet selon le genre et l'âge : une double différenciation », *Revue canadienne de sociologie et d'anthropologie*, vol. 42, n° 3, p. 301-323.
- BRETON, Philippe (2000), *Le culte d'Internet : une menace pour le lien social?*, Paris, La Découverte.
- CHEN, Wenhong, et Barry WELLMAN (2003), « Charting Digital Divides: Comparing Socioeconomic, Gender, Life Stage, and Rural-Urban Internet Access and Use in Eight Countries », [En ligne], [<http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/index.html>] (avril 2007).
- CROW, Barbara, et Graham LONGFORD (2000), « Digital Restructuring: Gender, Class, and Citizenship in the Information Society in Canada », *Citizenship Studies*, vol. 4, n° 2, p. 207-223.
- DIMAGGIO, Paul *et al.* (2001), « Social Implications of the Internet », *Annual Review of Sociology*, n° 27, p. 307-336.
- DURAND, Jean-Pierre, et Victor SCARDIGLI (1997), « Sociologie de la communication et des technologies de l'information », dans Jean-Pierre Durand et Robert Weil (dir.), *Sociologie contemporaine*, Paris, Vigot, p. 658-677.
- ÉTATS-UNIS, GOUVERNEMENT (2002), *A Nation on Line: How Americans are Expanding Their Use of Internet*, Washington (DC), Telecommunications and Information Administration, Department of Commerce.
- FONG, Eric *et al.* (2001), « Correlates of the Digital Divide: Individual, Household and Spatial Variation », [En ligne], [<http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/index.html>] (2007).
- GATES, Bill, Nathan MYHRVOLD et Peter RINEARSON (1995), « La route du futur », trad. Yves Coleman, Guy Fargette, Michèle Garène et Léon Mercadet, Paris, Robert Laffont.
- JAURÉGUIBERRY, Francis (2000), « Le moi, le soi et Internet », *Sociologie et sociétés*, vol. 32, n° 2, p. 135-151.
- JONAS, Hans ([1979] 1990), *Le principe de responsabilité : une éthique pour la civilisation technologique*, trad. Jean Greisch, Paris, Éditions du Cerf.

- JOY, Bill (2000), « Why the Future Doesn't Need Us », *Wired*, n° 8.04 (avril), [En ligne], [<http://www.wired.com/wired/archive/8.04/joy.html>] (avril 2007).
- KIM, Sangmoon (2003), « The Impact of Unequal Access to Internet Earnings: a Cross-Sectional Analysis », *Perspectives on Global Development and Technology*, vol. 2, n° 2, p. 215-236.
- KOLLOCK, Peter, et Marc A. Smith (1999), « The Economies of Online Cooperation: Gifts and Public Goods in Cyberspace », dans Marc A. Smith et Peter Kollock (dir.), *Communities in Cyberspace*, New York, Routledge, p. 220-239.
- KORT, Alexis (2005), « Dar al-Cyber Islam: Women, Domestic Violence, and Islamic Reformation on the World Wide Web », *Journal of Muslim Minority Affairs*, vol. 25, n° 3 (décembre), p. 363-383.
- LAFLAMME, Simon (2004), « Les médias en Ontario chez les francophones et les anglophones », *Cahiers Charlevoix*, n° 6, p. 249-282.
- LAFLAMME, Simon (2007), « Usage et représentation d'Internet chez les jeunes : comparaison entre les francophones et les anglophones du nord de l'Ontario », *Cahiers Charlevoix*, n° 7, p. 183-228.
- LAFLAMME, Simon, et Christiane BERNIER (1998), *Vivre dans l'alternance linguistique : médias, langue et littérature en Ontario français*, Sudbury, Centre franco-ontarien de ressources en alphabétisation (FORA), p. 94-96.
- LAFLAMME, Simon, et Pierre BOUCHARD (2005), *Les jeunes et le Nord : un parcours à découvrir*, Commission de formation du nord-est, p. 7-17, [En ligne], [<http://www.fnetb.com/French/Youth/LesjeunesetleNordabreg.pdf>] (avril 2007).
- LAFORTUNE, Sylvie, et Simon LAFLAMME (2006), « Utilisation d'Internet et relations sociales », *Communication*, vol. 24, n° 2 (hiver-printemps), p. 97-128.
- LÉVY, Pierre (1998), « L'universel sans totalité : essence de la cyberculture », *Sociétés*, n° 59, p. 11-19.
- MEHRA, Bharat, Cecilia MERKEL et Ann PETERSON BISHOP (2004), « The Internet for Empowerment of Minority and Marginalized Users », *New Media and Society*, vol. 6, n° 6 (décembre), p. 781-802, [En ligne], [<http://search3.scholarsportal.info/ids70/gateway.php?mode=pdf&doi=10.1177%2F1461144804047513&db=socioabs-set-c&cs1=2b09c29943b91f769d59430882205e5f&cs2=f4da1be1a312a4483264f140939b4ca2>] (5 septembre 2007).
- MICALLEF, Roberta (2004), « Turkish Americans: Performing Identities in a Transnational Setting », *Journal of Muslim Minority Affairs*, vol. 24, n° 2 (octobre), p. 233-241.
- NEGROPONTE, Nicholas (1995), *L'homme numérique*, trad. Michèle Garène, Paris, Robert Laffont.
- RAMONET, Ignacio (1999), « Internet ou mourir », *Manière de voir*, n° 46 (juillet-août), p. 6-7.
- REDDICK, Andrew, Christian BOUCHER et Manon GROSEILLIERS (2000), *Le double fossé numérique : l'autoroute de l'information au Canada*, Ottawa, Industries Canada, Centre pour la défense de l'intérêt public.

- SCIADAS, George (dir.) (2003), *L'observatoire de la fracture numérique... et au-delà*, Montréal, Conseil national de recherches du Canada et Orbicom.
- SFEZ, Lucien (1999), « L'idéologie des nouvelles technologies », *Manière de voir*, n° 46 (juillet-août), p. 20-22.
- WOLTON, Dominique (2000), *Internet et après? Une théorie critique des nouveaux médias*, Paris, Flammarion.
- YU, Haiqing (2006), « From Active Audience to Media Citizenship: The Case of Post-Mao China », *Social Semiotics*, vol. 16, n° 2 (juin), p. 303-326.

Annexe A

Corrélations (r_{Pearson}) entre elles des manières dont on se représente sa communauté

(1 = pas du tout d'accord et 6 = tout à fait d'accord)

	Ma communauté a suffisamment de magasins	Ma communauté offre suffisamment d'activités récréatives	Ma communauté offre suffisamment d'occasions de sorties	Ma communauté offre suffisamment de possibilités d'emplois	Ma relation avec les personnes de ma communauté est harmonieuse	La plupart de mes amis/es ont l'intention de vivre ailleurs	J'aime ma communauté	Dans ma communauté, je me sens différent/e des autres	Je m'intéresse aux questions politiques de ma communauté
Ma communauté offre suffisamment d'activités culturelles	0,25 ²	0,38 ¹	0,36 ²	0,29 ²	0,18 ²	-0,01	0,29 ²	0,10 ²	0,21 ²
Ma communauté a suffisamment de magasins		0,33 ²	0,39 ²	0,30 ²	0,18 ²	0,01	0,15 ²	0,14 ²	0,14 ²
Ma communauté offre suffisamment d'activités récréatives			0,44 ²	0,35 ²	0,20 ²	0,06 ¹	0,31 ²	0,04	0,24 ²
Ma communauté offre suffisamment d'occasions de sorties				0,40 ²	0,16 ²	0,08 ²	0,28 ²	0,09	0,19 ²
Ma communauté offre suffisamment de possibilités d'emplois					0,14 ²	-0,07 ²	0,33 ²	0,07 ²	0,18 ²
Ma relation avec les personnes de ma communauté est harmonieuse						0,14 ²	0,39 ²	-0,07 ²	0,14 ²
La plupart de mes amis/es ont l'intention de vivre ailleurs							-0,02	0,11 ²	0,06 ¹
J'aime ma communauté								0,02	0,18 ²
Dans ma communauté, je me sens différent/e des autres									0,14 ²
1 : p < 0,05 2 : p < 0,01									

Annexe B

Corrélations (r_{Pearson}) des manières dont on se représente sa communauté et de la fréquence d'usage de certains médias

(Pour les énoncés relatifs à la communauté : 1 = pas du tout d'accord et 6 = tout à fait d'accord)

(Pour les énoncés relatifs à l'usage des médias : 1 = jamais et 6 = très souvent)

	Ma communauté offre suffisamment d'activités culturelles	Ma communauté a suffisamment de magasins	Ma communauté offre suffisamment d'activités récréatives	Ma communauté offre suffisamment d'occasions de sorties	Ma communauté offre suffisamment de possibilités d'emplois	Ma relation avec les personnes de ma communauté est harmonieuse	La plupart de mes amis/es ont l'intention de vivre ailleurs	J'aime ma communauté	Dans ma communauté, je me sens différent/e des autres	Je m'intéresse aux questions politiques de ma communauté
Je lis des journaux imprimés	0,08 ²	0,02	0,14 ²	0,08 ²	< 0,01	0,08 ²	0,18 ²	0,13 ²	0,01	0,18 ²
Je lis des revues ou des magazines imprimés	0,02	-0,10 ²	0,06 ¹	-0,13 ²	-0,03	0,17 ²	0,15 ²	0,06 ¹	0,01	0,08 ²
Je lis des ouvrages littéraires (roman, poésie, théâtre, biographie...) en dehors du cadre de mes études	0,05	0,01	0,05	0,07	0,01	0,08 ²	0,15 ²	0,06 ¹	0,11 ²	0,11 ²
J'écoute de la musique à domicile	-0,03	-0,06 ¹	-0,02	0,02	-0,03	0,12 ²	0,15 ²	0,03	-0,01	< -0,01
J'écoute la radio	0,07 ²	< 0,01	0,10 ²	0,08 ²	0,03	0,15 ²	0,09 ²	0,15 ²	0,02	0,17 ²
Je regarde la télévision (à l'exclusion des enregistrements vidéo : VHS, DVD...)	-0,02	-0,08 ²	0,17 ²	0,03	-0,05 ¹	0,06 ¹	0,04	0,01	-0,06	0,02
Je regarde des enregistrements vidéo (VHS, DVD...)	-0,03	-0,03	0,03	0,04	-0,01	0,09 ²	0,17 ²	0,02	-0,01	0,03
J'utilise un ordinateur pour jouer	0,01	0,02	0,02	0,02	0,01	-0,01	-0,01	0,03	0,03	-0,01
1 : p < 0,05 2 : p < 0,01										

Annexe C

Corrélations (r_{Pearson}) des manières dont on se représente sa communauté et de la fréquence d'usage de certains médias en fonction de la langue

(Pour les énoncés relatifs à la communauté : 1 = pas du tout d'accord et 6 = tout à fait d'accord)

(Pour les énoncés relatifs à l'usage des médias : 1 = jamais et 6 = très souvent)

	Ma communauté offre suffisamment d'activités culturelles	Ma communauté a suffisamment de magasins	Ma communauté offre suffisamment d'activités récréatives	Ma communauté offre suffisamment d'occasions de sorties	Ma communauté offre suffisamment de possibilités d'emplois	Ma relation avec les personnes de ma communauté est harmonieuse	La plupart de mes ami/es ont l'intention de vivre ailleurs	J'aime ma communauté	Dans ma communauté, je me sens différent/e des autres	Je m'intéresse aux questions politiques de ma communauté
Je regarde la télévision en français	0,11 ²	0,01	0,09 ²	0,05 ¹	0,05	0,06 ¹	0,03	0,14 ²	0,07 ¹	0,05 ¹
Je regarde la télévision en anglais	-0,09 ²	-0,07 ²	-0,06 ¹	-0,05	-0,07 ²	-0,01	0,04	-0,09 ²	-0,05	-0,05
Je regarde la télévision dans une langue autre que le français et l'anglais	0,05	0,06 ¹	0,04	0,03	0,06 ¹	-0,05	0,04	0,03	0,15 ²	0,08 ²
J'écoute la radio en français	0,12 ²	-0,08 ²	0,05 ¹	0,01	0,05	0,08 ¹	0,03	0,19 ²	-0,01	0,07 ²
J'écoute la radio en anglais	-0,04	0,02	0,01	0,02	0,01	-0,04	0,02	-0,04	-0,05	-0,02
J'écoute la radio dans une langue autre que le français et l'anglais	0,05 ¹	0,05	0,05	0,06 ¹	0,06 ¹	0,05 ¹	-0,02	0,02	0,11 ²	0,10 ²
J'écoute de la musique enregistrée en français	0,12 ²	0,00	0,07 ¹	0,06 ¹	0,07 ²	0,12 ²	0,05	0,18 ²	0,06 ¹	0,10 ²
J'écoute de la musique enregistrée en anglais	-0,04	-0,04	-0,03	-0,02	-0,04	-0,04	0,03	-0,02	-0,09 ²	-0,07 ²
J'écoute de la musique enregistrée dans une langue autre que le français et l'anglais	0,02	0,02	< -0,01	0,01	0,03	0,02	0,03	0,05 ¹	0,14 ²	0,04
Je lis des journaux, des revues ou des magazines en français	0,15 ²	-0,02	0,10 ²	0,04	0,08 ²	0,15 ²	0,04	0,23 ²	0,02	0,11 ²
Je lis des journaux, des revues ou des magazines en anglais	0,09 ²	-0,03	0,02	0,02	-0,07 ¹	-0,09 ²	0,10 ²	-0,03	-0,04	-0,01
Je lis des journaux, des revues ou des magazines dans une langue autre que le français et l'anglais	0,08 ²	0,08 ²	0,06 ¹	0,06	0,13 ²	0,08 ²	-0,04	0,05	0,12	0,08 ²
Je lis des ouvrages littéraires (roman, poésie, théâtre, biographie...) en français	0,13 ²	-0,01	0,10 ²	0,06	0,10 ²	0,13 ²	0,05	0,24 ²	0,02	0,08 ²
Je lis des ouvrages littéraires (roman, poésie, théâtre, biographie...) en anglais	-0,05	-0,01	< 0,01	0,03	-0,07 ¹	-0,05	0,10 ²	-0,04	-0,01	-0,01
Je lis des ouvrages littéraires (roman, poésie, théâtre, biographie...) dans une langue autre que le français et l'anglais	0,09 ²	0,08 ¹	0,06 ¹	0,11 ²	0,10 ²	0,09 ²	-0,05	0,04	0,10 ²	0,09 ²
1 : $p < 0,05$ 2 : $p < 0,01$										

Annexe D

Corrélations (r_{Pearson}) des manières dont on se représente sa communauté et des usages d'Internet

(Pour les énoncés relatifs à la communauté : 1 = pas du tout d'accord et 6 = tout à fait d'accord)
(Pour les énoncés relatifs aux usages d'Internet : 1 = jamais et 6 = très souvent)

	Ma communauté offre suffisamment d'activités culturelles	Ma communauté a suffisamment de magasins	Ma communauté offre suffisamment d'activités récréatives	Ma communauté offre suffisamment d'occasions de sorties	Ma communauté offre suffisamment de possibilités d'emplois	Ma relation avec les personnes de ma communauté est harmonieuse	La plupart de mes amis/es ont l'intention de vivre ailleurs	J'aime ma communauté	Dans ma communauté, je me sens différent/e des autres	Je m'intéresse aux questions politiques de ma communauté
J'envoie des messages électroniques dans le cadre de mes études	0,07 ²	0,01	0,05	0,03	0,04	0,13 ²	0,14 ²	0,07 ¹	0,06 ¹	0,21 ²
Je reçois des messages électroniques dans le cadre de mes études	0,09 ²	0,04	0,08 ¹	0,02	-0,06 ¹	0,15 ²	0,12 ²	-0,09 ²	0,05	0,19 ²
J'envoie des messages électroniques en dehors du cadre de mes études	0,03	-0,04	0,02	0,01	0,03 ¹	0,15 ²	0,18 ²	0,07 ¹	-0,02	0,00
Je reçois des messages électroniques en dehors du cadre de mes études	-0,01 ²	-0,05	0,01	-0,00	-0,05 ¹	0,14 ²	0,17 ²	0,07 ²	-0,02	-0,01
J'utilise Internet pour le clavardage (« chat »)	-0,05	-0,06 ¹	-0,01	-0,02	-0,01	0,07 ²	0,07 ¹	-0,00	-0,05	0,02
J'utilise Internet pour intervenir dans des forums de discussion	0,03	0,07 ¹	0,03	0,07 ¹	0,08 ²	0,03	0,07 ²	-0,00	0,13 ²	0,15 ²
J'utilise Internet pour découvrir de nouvelles personnes	0,03	0,05	0,01	0,04	0,06 ¹	0,02	0,05	-0,02	0,10 ²	0,11 ²
Je réponds à des petites annonces de rencontre ou je recours à des services de rencontre sur Internet	0,11 ²	0,12 ²	0,11 ²	0,14 ²	0,15 ²	-0,04	-0,06 ¹	-0,06 ¹	-0,08 ²	0,17 ²
J'utilise le courriel (<i>e-mail</i>) pour communiquer avec mes ami/es	-0,01	-0,07 ¹	0,05	0,02	-0,03	0,11 ²	0,09 ²	0,06 ¹	0,01	0,04
J'utilise le courriel (<i>e-mail</i>) pour communiquer avec des membres de ma famille	-0,01	-0,01	0,02	0,05	-0,05	0,13 ²	0,09 ²	0,02 ²	0,08 ²	0,08 ²
J'utilise Internet pour les jeux électroniques	0,00	0,04	0,00	0,06	0,03	-0,04	-0,01	-0,03	0,05	0,03
J'utilise Internet pour acheter des produits	0,07 ²	0,03	0,00	0,02	0,05 ¹	0,00	-0,03	-0,03	0,07 ²	0,15 ²
J'utilise Internet pour effectuer des opérations bancaires	0,09 ²	0,09 ²	0,06 ¹	0,06 ¹	0,12 ²	0,05	0,00	-0,03	0,07 ²	0,16 ²
J'utilise Internet pour trouver, télécharger ou écouter de la musique	-0,04	-0,15 ¹	-0,02	0,02	-0,04	0,09 ²	0,12 ²	-0,02	-0,02	0,01

Usage d'Internet et exposition aux autres médias

	Ma communauté offre suffisamment d'activités culturelles	Ma communauté a suffisamment de magasins	Ma communauté offre suffisamment d'activités récréatives	Ma communauté offre suffisamment d'occasions de sorties	Ma communauté offre suffisamment de possibilités d'emplois	Ma relation avec les personnes de ma communauté est harmonieuse	La plupart de mes ami/es ont l'intention de vivre ailleurs	J'aime ma communauté	Dans ma communauté, je me sens différent/e des autres	Je m'intéresse aux questions politiques de ma communauté
J'utilise Internet à des fins de téléphonie	0,06 ¹	0,02	0,04	0,06 ¹	0,12 ²	0,04	0,02	0,04	0,04	0,16 ²
J'utilise Internet pour préparer des voyages	0,13 ²	0,04	0,07 ²	0,06 ¹	0,11 ²	0,07 ²	0,05	0,05	0,08 ¹	0,22 ²
J'utilise Internet pour écouter la radio	0,12 ²	0,07 ²	0,04	0,08 ²	0,09 ²	-0,02	-0,02	0,04	0,08 ²	0,20 ²
Je lis des journaux sur Internet	0,12 ²	0,11 ²	0,12 ²	0,11 ²	0,12 ²	0,03	0,02	0,06 ¹	0,11 ²	0,30 ²
Je visionne des vidéoclips sur Internet	0,03	0,03	0,03	0,08 ²	0,07 ¹	0,03	0,07 ²	-0,02	0,09 ²	0,10 ²
J'utilise Internet pour surfer	-0,00	0,01	0,07 ²	0,06 ¹	0,05 ¹	0,13 ²	0,10 ²	0,07 ²	0,03	0,07 ²
J'utilise Internet pour les nouvelles ou des informations d'actualité	0,13 ²	0,08 ²	0,12 ²	0,10 ²	0,05	0,13 ²	0,09 ²	0,11 ²	0,11 ²	0,31 ²
J'utilise Internet pour y trouver des informations culturelles	0,15 ²	0,13 ²	0,13 ²	0,12 ²	0,08 ²	0,12 ²	0,06 ¹	0,14 ²	0,14 ²	0,30 ²
J'utilise Internet pour les informations sportives	0,13 ²	0,09 ²	0,18 ²	0,11 ²	0,14 ²	0,19 ²	0,06	0,10 ²	-0,02	0,23 ²
J'utilise Internet pour accéder à des sites érotiques	0,01	0,11 ²	-0,01	0,05 ¹	0,06 ¹	-0,08 ²	-0,04	-0,07 ²	0,08 ²	0,12 ²
J'utilise Internet pour trouver des informations sur la santé	0,10	0,07 ²	0,07 ²	0,05	0,03	0,11 ²	0,10 ²	0,07 ²	0,09 ²	0,22 ²
J'utilise Internet pour y trouver les informations sur la bourse et les finances	0,13 ²	0,10 ²	0,09 ²	0,08 ²	0,10 ²	0,05	0,02	0,07 ²	0,09 ²	0,22 ²
J'utilise Internet pour la météorologie	0,12 ²	0,08 ²	0,12 ²	0,11 ²	0,08 ²	0,10 ²	0,07 ¹	0,13 ²	0,02	0,22 ²
J'utilise Internet dans le cadre de cours	0,09 ²	0,05	0,06 ¹	0,07 ²	0,04	0,16 ²	0,13 ²	0,13 ²	0,03	0,17 ²
J'utilise Internet pour effectuer des recherches, un peu comme j'utiliserais une encyclopédie	0,07 ¹	0,02	0,07 ²	0,02	0,00	0,20 ²	0,19 ²	0,16 ²	0,04	0,12 ²
1 : p < 0,15 2 : p < 0,01										