

**Discutons en ligne ! Les organismes de la
communauté franco-colombienne et la délibération
démocratique dans l'environnement numérique**

**de
Aliyah Dato**

B.A., Université Simon Fraser, 2022

Projet de recherche présenté dans le cadre du programme de
Maîtrise en science politiques pour l'obtention du grade de
Maître en arts

Dans le
Département de sciences politiques
Faculté des arts et des sciences sociales

© Aliyah Dato 2024
UNIVERSITÉ SIMON FRASER
Été 2024

Let's chat! Organizations representing French-speaking individuals in British Columbia and democratic deliberation in the digital environment

**by
Aliyah Dato**

B.A., Simon Fraser University, 2022

Project Submitted in Partial Fulfillment of the

Requirements for the Degree of

Master of Arts

in the

Department of Political Science

Faculty of Arts and Social Sciences

© Aliyah Dato 2024

SIMON FRASER UNIVERSITY

Summer 2024

Copyright in this work is held by the author. Please ensure that any reproduction or re-use is done in accordance with the relevant national copyright legislation.

Declaration of Committee

Name: Aliyah Dato

Degree: Master of Arts (Political Science)

Title: **Discutons en ligne ! Les organismes de la communauté franco-colombienne et la délibération démocratique dans l'environnement numérique**

Committee:

Jérémie Cornut
Supervisor
Professor, Political Science

Rémi Léger
Committee Member
Professor, Political Science

Ethics Statement

The author, whose name appears on the title page of this work, has obtained, for the research described in this work, either:

- a. human research ethics approval from the Simon Fraser University Office of Research Ethics

or

- b. advance approval of the animal care protocol from the University Animal Care Committee of Simon Fraser University

or has conducted the research

- c. as a co-investigator, collaborator, or research assistant in a research project approved in advance.

A copy of the approval letter has been filed with the Theses Office of the University Library at the time of submission of this thesis or project.

The original application for approval and letter of approval are filed with the relevant offices. Inquiries may be directed to those authorities.

Simon Fraser University Library
Burnaby, British Columbia, Canada

Update Spring 2016

Résumé

Ce projet interprétatif explore le rôle des organismes communautaires dans la structuration des discussions en ligne au sein de la communauté franco-colombienne. La communauté fait face à des contraintes structurelles, telles que la domination de l'anglais et la dispersion territoriale. Les réseaux sociaux reflètent ces mêmes réalités tout en présentant à la fois d'autres contraintes qui leur sont propres, et certaines manières d'y échapper. Ils offrent aux utilisateurs non seulement la possibilité d'entrer en dialogue entre eux, mais aussi de définir collectivement une communauté d'appartenance et la nature des discussions au sein de cette communauté. La théorie de la délibération démocratique et des sphères publiques d'Habermas sert de cadre d'analyse pour comprendre la nature plus ou moins démocratique des discours en ligne. À travers des entretiens avec des employé.es d'organismes à but non-lucratifs au sein de la communauté franco-colombienne qui, eux et elles, peuvent observer et influencer le dialogue sur les réseaux sociaux, je vise à comprendre la façon dont les communications sur les réseaux sociaux (re)produisent la communauté en ligne. La recherche explorera dans quelle mesure les réseaux sociaux offrent un espace pour les utilisateurs dans cette communauté pour se parler entre eux, et le rôle que les organisations communautaires ont dans ces discussions. Une analyse approfondie montre les différents efforts faits par les organismes communautaires dans les sphères numérique et physique ainsi que les contraintes liées à la participation communautaire, présentant avant tout un cas nuancé.

Mots clés : francophonie; Colombie-Britannique; organismes communautaires; réseaux sociaux; sphères publiques; délibération démocratique

Abstract

This interpretive research project explores the role of community organisations in the formation of online discourses within British Columbia's Francophone community. In the physical world, there are limits that the community face such as the power that the English language holds and territorial dispersion. Social media reflects these same realities while having its own limits as well as ways to rise above them. They offer its users the possibility of entering into dialogue with others, but also ways to collectively define their community of belonging and the nature of the discussions taking place. Deliberative democratic theory, particularly Habermas's public sphere is used as a theoretical framework to understand the degree of democracy present within online discourses. Through interviews with employees working for non-profit organisations within B.C.'s Francophone community who can observe and influence dialogue on social media platforms, I aim to understand the ways that communication (re)produces community in online environments. This research will explore to what extent social media offers spaces for users in this community to engage in dialogue amongst themselves as well as the role that community organizations play in these discussions. Further analysis of interviews conducted display different made taken by community organizations in the digital and physical spheres as well as limits on community participation, presenting a nuanced case-study.

Keywords: francophonie; British Columbia; community organizations; social media; public spheres; deliberative democracy

Remerciements

Un grand merci aux membres de mon comité de maîtrise. À mon superviseur, Jérémie Cornut, j'aimerais vous remercier pour tout votre soutien pendant ces dernières quelques années. Votre appui et votre encouragement tout au long du processus de recherche a rendu cette expérience encore plus spéciale. Merci aussi à Rémi Léger pour son implication dans mon projet ainsi que ses commentaires précieux.

À la communauté franco-colombienne, il y a tellement que j'aimerais vous dire, mais je vais rester concise. Merci de m'avoir accueillie en tant que membre et pour tellement de souvenirs inoubliables. Votre implication dans et enthousiasme envers ce projet sont inspirants. J'espère que ce projet vous aide à atteindre vos buts et à réaliser des nouveaux.

Table de matières

Declaration of Committee	ii
Ethics Statement	iii
Résumé	iv
Abstract	v
Remerciements	vi
Table de matières	vii
Résumé des recommandations.....	1
Introduction	2
La communauté franco-colombienne dans le cadre de cette recherche	5
Partie I. Revue de la littérature et cadre théorique.....	6
1. La francophonie britanno-colombienne et sa représentation sur plusieurs terrains	6
1.1 Le rôle des organismes francophones en Colombie-Britannique	6
1.2 Les organismes communautaires et leurs rapports avec les médias traditionnels et les réseaux sociaux.....	7
1.3 Les réseaux sociaux et l'action collective	9
1.4 Les réseaux sociaux et les dynamiques linguistiques	11
2. Sphères publiques et communautés dialogiques selon Habermas	12
2.1 La sphère publique comme idéal-type	12
2.2 L'évolution du concept de la sphère publique	12
3. La délibération démocratique, les communautés dialogiques et les minorités	14
Partie II. Stratégie de recherche et méthodologie.....	16
1. Positionnement envers le sujet choisi	16
2. Approches méthodologiques	16
3. Questions principales	18
4. Travail sur le terrain et stratégies d'analyse.....	18
Partie III. Discuter ou ne pas discuter ? Un débat en soi pour la communauté franco-colombienne	22
1. Des appels à la communauté lors d'un long sommeil	22
2. Les réalités des plateformes numériques et la délibération communautaire	23
3. Tout faire pour capter l'attention et répondre aux besoins communautaires	25
4. La présence des communautés sur les réseaux sociaux	28
5. Le rôle des médias traditionnels au sein de la communauté	29
6. <i>Le et /a</i> politique dans la communauté franco-colombienne.....	30
6.1 Le politique et la sensibilisation aux enjeux politiques	30
6.2 La politique et un désir de ne pas être controversé.....	31
6.3 Là où le et la politique se sont entretenus et les difficultés à les discuter	32
7. À qui la parole dans les discussions politiques ?	34

Partie IV. Analyse : la complexité des sphères publiques franco-colombiennes...	36
Partie V. Conclusion	38
Partie VI. Recommandations	41
Bibliographie	45
Annexe A. Questionnaire.....	50

Résumé des recommandations

1. Valoriser des efforts de sensibilisation et réfléchir à l'accessibilité en créant des programmes et des offres à destination de la communauté, par exemple pour des personnes qui ne savent pas comment utiliser des réseaux sociaux, ou des individus des minorités visibles qui ne sont pas bien représentés.
2. Réfléchir à des manières de dépasser les algorithmes en place et des communications stratégiques pour communiquer son message.
3. Avoir suffisamment de temps, de fonds et d'opportunités de développement pour les employés des organismes communautaires et surtout pour les communicants.
4. S'engager dans des efforts de *concertation communautaire*. Le plus que les organismes communautaires communiquent entre eux sur comment favoriser l'engagement, le mieux.
5. Trouver des manières d'engager la communauté et identifier de bonnes porte-paroles pour inciter la participation.

Introduction

La communauté franco-colombienne est la quatrième plus grande communauté francophone en contexte minoritaire au Canada et la cinquième plus grande communauté de langue officielle en situation minoritaire (CLOSM) au Canada (après les Franco-Ontariens, les Franco-Albertains, les Acadiens du Nouveau-Brunswick et les Anglo-Québécois). Selon les données du recensement canadien de 2021, environ 326 865 Britanno-Colombiens et Britanno-Colombiennes, soit 6,6% de la population, déclarent pouvoir soutenir une conversation dans les deux langues officielles du pays, y compris 65 568 personnes dont le français est la première langue officielle parlée (Patrimoine canadien, 2024).

La francophonie britanno-colombienne présente plusieurs particularités. En plus d'être nés ailleurs au Canada (59%) ou à l'international (26%), les francophones de la province sont dispersés sur le territoire, des Kootenays dans le sud-est jusqu'à Smithers et Terrace dans le nord-ouest de la province, en passant par l'Okanagan, la région du Grand Vancouver et Victoria (Léger & Brisson, 2022). Compte tenu cette dispersion territoriale, sans parler de la diversité et de la mobilité des francophones de la province, les espaces numériques deviennent essentiels pour permettre aux francophones / utilisateurs¹ de se rassembler, s'affirmer et s'identifier en tant que membres de la communauté. Ce mémoire étudie ces espaces numériques, allant de leur mise en place aux stratégies de ses acteurs. Comment la communauté utilise-t-elle les réseaux sociaux pour exister collectivement ? Quel est le niveau de démocratie, de délibération démocratique, sur ces plateformes numériques?

Il est clair que ces espaces numériques ne sont pas une panacée et comportent eux aussi certaines limites. Celles-ci comprennent la présence incontournable et superpuissante de l'anglais dans l'environnement numérique, des relations de pouvoir à la fois verticales (hiérarchiques) et horizontales (égalitaires) entre les utilisateurs, les organismes à but non-lucratif et le gouvernement, en fonction de l'enjeu (Forgues, 2015). De plus, ces plateformes ont des particularités spécifiques, dont les algorithmes et l'usage des images et d'autres représentations visuelles (Vijay & Gekker, 2021 ;

¹ Le genre masculin est utilisé pour alléger le texte ; il inclut tous les genres.

Wagener, 2020 ; Lalancette & Raynauld, 2019; Lüders et al., 2022). Tout cela donne un certain contrôle aux gouvernements et surtout aux entreprises gérant ces réseaux, ce qui peut créer des freins à la participation ainsi qu'à la visibilité de certains utilisateurs (Vijay & Gekker, 2021 ; Forgues, 2015).

Toutes ces contraintes rendent les activités des organismes communautaires d'autant plus importantes pour permettre à la communauté d'exister en ligne, spécialement puisque ces organismes peuvent grandement influencer le contenu et l'engagement en ligne. Avec des connaissances en marketing, en communication et en gestion de marque, les organismes communautaires peuvent potentiellement trouver des moyens de dépasser ces hiérarchies, atteindre leur public cible et assurer la visibilité de la communauté franco-colombienne sur les réseaux sociaux. Pour les organismes franco-colombiens, il existe des limites financières ainsi qu'un manque de connaissances qui peuvent freiner la participation en ligne (Landry & Bourque, 2020 Millette, 2014; Millette & Rocheleau, 2015 ; Lupien, 2020). On observe un phénomène similaire chez les membres de la communauté. Leurs manières d'utiliser les outils numériques sont encore débattues : certains affirment que les utilisateurs n'ont pas de stratégies ou assez de connaissances pour bien utiliser ces outils, tandis que d'autres considèrent que ce sont les utilisateurs qui vont ouvrir et nourrir des discussions (Landry & Bourque, 2020 ; Millette, 2014; Millette & Rocheleau, 2015; Rocheleau & Millette, 2015; Lupien, 2020; Ihm, 2022; Carboni & Maxwell, 2015; Campbell & Lambright 2020).

Cette recherche explore l'usage des réseaux sociaux par les organismes communautaires, ceux qui ont plus d'influence sur les réseaux sociaux, pour mieux comprendre leur usage des réseaux sociaux et leur manière de rassembler la communauté. Par ailleurs, elle permet à un questionnement du niveau de démocratie et de l'inclusivité au sein de ces plateformes ainsi que la capacité de ces organismes à reproduire un sentiment de communauté dans l'environnement numérique.

Comprendre la nature des discussions sur les réseaux sociaux pour la communauté franco-colombienne est important pour trois raisons complémentaires. Premièrement, la communauté elle-même pourrait mieux concevoir comment ces réseaux fonctionnent et adapter ses stratégies de communication pour les rendre plus fluides et améliorer ses relations avec ses membres. Deuxièmement, en utilisant la théorie de Habermas, je contribue aux débats concernant cette théorie en analysant

comment elle s'applique aux espaces publics numériques. Finalement, j'ajoute mes connaissances à la recherche en français en contexte minoritaire, ce qui constitue une autre façon de soutenir ma communauté.

La communauté franco-colombienne dans le cadre de cette recherche

Des débats existent concernant la définition de la francophonie en Colombie-Britannique et partout ailleurs dans la francophonie canadienne. Cette terminologie en soi est politisée et on observe avec le temps des changements dans les termes utilisés pour décrire les francophones en Colombie-Britannique. Le terme franco-colombien fait généralement référence aux francophones en situation minoritaire dans la province de la Colombie-Britannique. Quand quelqu'un se dit franco-colombien, cela signifie généralement que cette personne parle français, que peut-être elle est née / a grandi en Colombie-Britannique et qu'elle a eu des expériences avec la culture « franco » de la province ². Le plus grand changement est le remplacement du mot « francophone » par « expression française », un terme qui se veut plus inclusif. Alors que francophone a une connotation qui met l'accent sur le fait d'être né dans un milieu francophone et d'avoir parlé la langue en grandissant, dire que quelqu'un est d'expression française indique que cette personne parle français et n'ajoute pas d'autres critères. Ce changement de terminologie implique aussi un changement dans la composition de la communauté franco-colombienne. Pour cette recherche, la communauté franco-colombienne désigne l'ensemble des individus d'expression française dans la province, peu importe les différences géographiques, personnelles et culturelles qui peuvent exister entre eux et elles.

² À noter que la terminologie utilisée varie selon chaque individu qui parle français en Colombie-Britannique avec certains qui préfèrent s'identifier comme étant francophone et non pas franco-colombien pour une variété de raisons incluant son éducation ou son lieu d'origine.

Partie I. Revue de la littérature et cadre théorique

1. La francophonie britanno-colombienne et sa représentation sur plusieurs terrains

1.1 Le rôle des organismes francophones en Colombie-Britannique

La francophonie au Canada a été le sujet de plusieurs études dans le temps et demeure importante à analyser ; la Colombie-Britannique, comparée aux autres provinces, par contre, est moins étudiée. Le français en Colombie-Britannique doit sa survie aux luttes menées par la communauté, et à l'apport constant d'immigrants francophones (Léger & Brisson, 2022 ; Léger & Poullos, 2018). L'éducation en français soutient aussi des efforts pour préserver la langue au sein de la province (Kenny, 2020; Léger & Brisson, 2022; Léger & Poullos, 2018).

Les organismes communautaires jouent un rôle particulièrement important, notamment dans trois domaines. Elles luttent en faveur des droits de leurs membres, représentant leurs intérêts et portant la voix de leur communauté au niveau gouvernemental; elles leur offrent des services (ex. le service d'aide à emploi, la représentation juridique, de l'aide pour trouver des services médicaux, etc.) ; et elles les rassemblent lors d'événements ou d'activités communautaires. Les organismes communautaires, par exemple la Fédération des francophones de la Colombie-Britannique ou le Centre Culturel Francophone de Vancouver, se composent généralement d'un conseil d'administration qui représente la voix de la communauté et détermine les enjeux sur lesquels travailler dans le futur et d'une équipe d'employés qui livrent la programmation et les services aux membres. De plus, certaines organismes soutiennent leurs membres dans la création et la mise en œuvre de projets conçus pour la communauté à l'échelle municipale ou bien provinciale (McMullin, 2022).

Pour la communauté franco-colombienne en particulier, différentes organisations à but non-lucratif répondent à différents besoins, par exemple la représentation de la voix des jeunes (le Conseil jeunesse francophone de la Colombie-Britannique), l'immigration (le Relais Francophone, le Réseau en immigration francophone de la C.-B.) ou l'entrepreneuriat (la Société de développement économique de la Colombie-

Britannique). Ces organismes se spécialisent dans des domaines respectifs, ce qui signifie que la communauté a plusieurs services à sa disposition. Cela implique aussi qu'il existe de nombreuses manières de s'engager au sein de la communauté.

Le fait d'utiliser différents espaces publics pour s'exprimer, pour faire entendre sa voix, et donc contribuer aux constructions et interactions communautaires, constituent de l'action politique (Lupien, 2020; Habermas, 2022; Seeliger & Sevignani, 2022). Lorsqu'on conçoit les réseaux sociaux sous cet angle, cela nous amène à se poser une série de questions : qui parle ? Au nom de qui ? Qui définit le sujet de ces discussions politiques? Qui ne peut pas participer ? De nombreuses recherches montrent que le « quoi » (les enjeux qui sont discutés, c'est-à-dire le contenu des échanges publics) et le « comment » (les canaux utilisés pour avoir ces communications) sont interreliés de multiples façons. Si la notion que le médium et le message vont de pair n'est pas nouvelle (McLuhan, 1964), c'est sous un angle politique que cette recherche revisite cette question, en posant la question de la participation aux échanges publics en ligne dans un contexte minoritaire.

Les organismes communautaires reçoivent souvent des fonds gouvernementaux, signifiant que leur pouvoir et leur capacité à soutenir leur communauté demeurent dépendants des bonnes relations avec les gouvernements. Certains chercheurs observent aussi qu'à cause de ces relations, les enjeux politiques et les prises de position des organismes ressemblent à ceux des gouvernements. Distinguer ces priorités est alors extrêmement difficile. Les organismes communautaires ont une certaine influence mais doivent aussi faire attention à leurs manières de communiquer en raison de leurs partenariats (Cardinal, Lang, & Sauvé, 2008; Charbonneau, 2020; Forgues, 2015; Landry & Bourque, 2020). En ce qui concerne les relations publiques, il faut que les organismes communautaires pensent non seulement à comment bien représenter leurs membres, mais aussi au maintien de leur image et de leurs bonnes relations avec le gouvernement.

1.2 Les organismes communautaires et leurs rapports avec les médias traditionnels et les réseaux sociaux

Les interventions des organismes communautaires dans les médias se présentent sous deux formes : dans les médias traditionnels et sur les réseaux sociaux.

Les médias jouent un rôle marquant. Pour le grand public, les « médias francophones » sont souvent associés au Québec et non pas aux médias francophones minoritaires, par exemple la station régionale de Radio-Canada en Colombie-Britannique ou le journal bilingue *The/La Source* dans la région du Grand Vancouver. Cela signifie que le contexte historique et politique qui aide à comprendre pourquoi certains enjeux locaux sont importants pour la communauté en Colombie-Britannique demeure absent des débats publics (Bernier, 2015).

Le développement des réseaux sociaux est lié à la création de nouveaux mécanismes de participation publique. Comparés aux canaux médiatiques traditionnels centrés sur les institutions et à travers lesquelles seulement certaines personnes peuvent s'exprimer, il est plus facile d'atteindre un plus grand public en lien avec les messages diffusés sur les réseaux sociaux (Bernier, 2015). Ces derniers permettent un renforcement de la démocratie en favorisant la participation aux débats publics sur leurs plateformes (Loader & Mercea, 2011; Bruns & Highfield, 2015).

En ce qui concerne des individus vivant en situation minoritaire, les réseaux sociaux peuvent servir à s'affranchir des normes de la majorité. Ces normes peuvent inclure l'usage de l'anglais et l'expression des valeurs de la majorité entre autres (Bodrunova, et al., 2018; Clark, 2015). En ligne, les individus (souvent des jeunes) peuvent créer, accéder à et maintenir des groupes pour lutter en faveur de leurs droits. Ces groupes peuvent aller encore plus loin, créant des communautés virtuelles. Comparé aux groupes virtuels, les communautés sont considérées comme étant plus larges, formées parfois de plusieurs groupes et liés par des causes, des intérêts ou des facteurs identitaires que leurs membres ont en commun (Boulianne & Theocharis, 2020; Clark, 2015; Faraj et al., 2016).

L'usage des réseaux sociaux peut faciliter la création des communautés car des individus peuvent trouver non seulement d'autres personnes avec les mêmes intérêts mais aussi définir leur identité en tant qu'entité collective (Clark, 2015; Ihm, 2022; Lüders et al., 2022). En outre, ces communautés peuvent être complètement constituées dans l'environnement numérique, ou bien, être un prolongement d'une communauté physique au sein des réseaux sociaux. Les liens et les discussions entre les membres des groupes peuvent contribuer à la (re)production culturelle, autrement dit, au maintien d'une culture ou d'une identité sur le plan numérique et peuvent refléter

des valeurs du monde physique (Clark, 2015; Cordelier, 2015; Faraj et al., 2016; Ihm, 2022; Lüders et al., 2022).

Clark (2015) montre que les minorités peuvent trouver des manières de se représenter et de s'affirmer tout en définissant des paramètres d'appartenance au groupe. À travers la création d'un imaginaire culturel sur les réseaux, les membres du groupe peuvent créer un espace qui permet leur épanouissement et qui favorise une communication approfondie. Les organismes communautaires ne sont pas forcément celles qui vont communiquer les messages des groupes qu'elles sont supposées représenter à travers les réseaux sociaux ; ils vont plutôt créer des espaces de dialogue. Ce sont les individus qui vont s'approprier les espaces alimentés par ces organismes. En ce qui concerne alors la mobilisation politique, les organismes peuvent jouer un rôle plutôt passif en ligne, créant des espaces que les membres de la communauté peuvent approprier et communiquer, voir cadrant dans certains cas, des messages à leur communauté (Clark, 2015; Cordelier, 2015; Faraj et al., 2016; Ihm, 2022; Lüders et al., 2022). Ces dynamiques soulignent alors l'importance des organismes dans le lancement de dialogues, permettant des échanges et un élargissement du public participant aux discussions, mais non des luttes en faveur de ses membres.

1.3 Les réseaux sociaux et l'action collective

Les réseaux sociaux, comme le présente Pascal Lupien (2020), peuvent aussi servir de ce que Charles Tilly appelle un outil dans son répertoire d'action collective (2015). L'action collective, selon Tilly, implique de la collaboration entre acteurs qui aimeraient atteindre un but commun et qui se coordonnent pour réussir à atteindre un tel but. Ce répertoire d'action collective fait référence à la variété d'actes possibles pour pouvoir atteindre un objectif, par exemple la manifestation, un *sit-in* ou un coup d'État. Traditionnellement associé aux efforts politiques, au moins une partie du processus a un lien avec la politique, par exemple le gouvernement comme acteur, ou le but étant de lutter contre un projet de loi. Ces actions se caractérisent par leur nature publique (Tilly & Tarrow, 2015, p. 11).

Tilly et Tarrow mentionnent aussi quatre principes clés pour la réussite des causes, les : « worthiness, unity, numbers and commitment » (Tilly & Tarrow, 2015, p. 11). Les auteurs signalent aussi l'importance d'avoir des plateformes, des ressources et

de bonnes alliances pour pouvoir contribuer à la réussite des causes (Tilly & Tarrow, 2015, p. 11).

Au sein des plateformes numériques, ces actions diffèrent de celles que l'on peut voir sur le plan physique. Les actions, comme le repartage d'informations et l'organisation des discours en utilisant des hashtags entre autres, peuvent soutenir des groupes à mobiliser et à transmettre des messages aux membres concernés, autrement dit, ceux qui soutiennent une telle cause. Ces mouvements sont souvent organisés et nourris par leurs membres, les utilisateurs de tous les jours, dans un effort de faire entendre leur voix sur un enjeu qui les touche. Alors que ces actions ne ressemblent pas à la contestation politique sur le plan physique et qu'elles ont été adaptées aux espaces numériques, elles démontrent comment s'engager dans des discours et utiliser des techniques langagières peuvent contribuer aux débats et au partage des connaissances (Millette, 2014).

Les particularités de ces espaces numériques contribuent aussi à la nature unique de la participation et de l'action au sein de ces plateformes. Un aspect particulièrement intéressant est la fongibilité et la nature ouverte de ces espaces ; les communautés peuvent s'agrandir très rapidement et ont une portée beaucoup plus grande. Par ailleurs, les approches sont décentralisées, autrement dit, les membres ont parfois des buts et vont alors participer de manières variées. Les actions au sein de ces plateformes s'effectuent avant tout à travers des contributions médiatiques, soit à l'écrit, soit à l'oral, pour pouvoir nourrir des discussions et contribuer à la construction communautaire (Caren et al., 2012). Les membres de ces groupes peuvent participer différemment, mais tous contribuent à une cause à travers le partage.

La théorie de Tilly sert de base solide pour pouvoir comprendre le fonctionnement de la contestation politique et de l'action des membres de la société civile. Pascal Lupien, par contre, présente comment dans le cas des CLOSM, les réseaux sociaux servent d'outil pour promouvoir un sentiment d'identité collective. Ceci aide à mettre en avant leurs causes et parfois des enjeux politiques, tout en respectant des obligations envers leurs partenaires. Pour les organismes communautaires, il montre que leurs capacités d'agir sont restreintes, d'une part par des limites sur les différentes plateformes médiatiques, mais aussi en fonction de leur statut et de comment leur(s) communauté(s) les perçoivent (Lupien, 2020). Alors que la recherche de Lupien

s'est penchée sur d'autres communautés francophones en situation minoritaire, cette recherche met l'accent sur la Colombie-Britannique. Elle vise à remplir un manque, dans ce cas la représentation de la communauté franco-colombienne, un cas intéressant en raison de ses particularités décrites ci-dessus.

1.4 Les réseaux sociaux et les dynamiques linguistiques

La question de la langue sur les réseaux numériques est à la fois cruciale et complexe. Comme le présente Bodrunova et al., la présence anglophone sur les réseaux sociaux au niveau mondial renforce la puissance de cette langue (2018). Les locuteurs d'autres langues se trouvent dans une situation plus difficile et selon le contexte, la langue qu'ils utilisent influence l'impact de leur engagement. Cependant, les auteurs soulignent que le mélange des langues, particulièrement une langue avec moins de visibilité sur les réseaux sociaux au niveau mondial (par exemple l'ukrainien ou le turc) avec l'anglais contribue à un engagement élevé des utilisateurs au sein et hors de ces communautés sur les réseaux sociaux. Le mélange des langues aide à dépasser les frontières algorithmiques et langagières. L'anglais étant la langue dominante, il faudrait adapter ses stratégies pour pouvoir atteindre un plus grand public (par exemple des individus bilingues ou polyglottes, ou des individus unilingues curieux) et faire entendre sa voix. Ne pas adapter ces stratégies pourrait avoir des conséquences – les utilisateurs peuvent se trouver mis en sourdine ou moins nombreux dans une communauté numérique en raison de leur choix de ne pas se conformer aux « règles » du jeu numérique.

Dans le cas de la francophonie britanno-colombienne, ces questions se posent en des termes un peu différents. Avec une grande partie de la population qui s'identifie comme étant bilingue, un mélange des langues peut aider à accueillir une plus grande proportion d'individus d'expression française tout en reflétant mieux les réalités linguistiques qui se présentent sur le terrain. En particulier pour les organismes communautaires qui lancent des discussions, ce choix est très significatif puisqu'il va déterminer le contenu des discussions et les individus qui vont y contribuer (Bodrunova et al., 2018; Eleta & Golbeck, 2014; Hale, 2014). Ces éléments linguistiques, en combinaison et les réalités sur le terrain physique sont reflétés au sein des plateformes numériques. En particulier, avec la dispersion entre utilisateurs dans l'espace digital, la communauté aurait plus de difficultés à surmonter pour finalement arriver à dialoguer.

2. Sphères publiques et communautés dialogiques selon Habermas

2.1 La sphère publique comme idéal-type

Jürgen Habermas est un théoricien critique de l'école de Francfort dont les travaux s'interrogent sur les pratiques démocratiques dans la société contemporaine, à travers notamment le concept de sphères publiques. Des débats existent concernant l'idéal-type de la sphère publique. Au sein de la sphère publique idéale, on trouve une communication active entre les participants au dialogue, ce qui favorise la démocratie délibérative. Il s'agit en particulier d'une communication respectueuse favorisant un dialogue entre tous les participants. Ces discussions et débats ont lieu non seulement pour mettre en avant une cause et pour résoudre des désaccords, mais aussi dans certains cas, pour imaginer des solutions ensemble (Habermas, 2006; Bruns & Highfield, 2015 ; Danner, 2017). Bien que la taille de ces sphères publiques et la nature des discussions et la cohésion du groupe puissent varier, l'idée principale reste la même (Bruns & Highfield, 2015).

La nature normative de la théorie signifie que la sphère publique imaginée par Habermas sert d'idéal-type et que chaque exemple de délibération entre les différents agents qui communiquent peut être plus ou moins démocratique. La théorie originelle met un certain poids sur l'influence des médias traditionnels et des acteurs politiques sur la communication. Puisque les communicants (ou auteurs comme Habermas les présentent) à ce niveau avaient accès à beaucoup d'information, provenant de différentes sources, ils avaient aussi le pouvoir de choisir le message à mettre de l'avant. Autrement dit, ils possédaient le pouvoir d'influencer non seulement comment ces informations étaient communiquées, mais aussi comment elles étaient reçues par le public grâce à leur influence. Avec des auteurs actifs à travers leurs contributions et leur dialogue, on pourrait atteindre une société plus démocratique (Habermas, 2006; Habermas, 2022; Seeliger & Sevignani, 2022).

2.2 L'évolution du concept de la sphère publique

Avec le temps, ces idées ont changé et on a remarqué une prise de parole de la part des simples citoyens ; les individus sont devenus les auteurs du discours

coconstruit (Habermas, 2006 ; Habermas, 2022). Une société qui donnerait à tout citoyen le pouvoir de s'exprimer et où toutes les voix seraient valorisées s'appellent l'idéal d'Habermas. Comme le présente Habermas, des individus peuvent trouver différentes manières de participer aux processus de délibération démocratique, par exemple, en consommant des contenus médiatiques (ex. regarder les téléjournaux, laisser des commentaires comme réponses aux médias, etc.), malgré les limites imposées à leurs communications au sein des plateformes numériques comme celles mentionnées ci-dessus (Habermas, 2006; Habermas, 2022; Seeliger & Sevignani, 2022).

On remarque une évolution de la sphère publique avec les développements technologiques. Le développement des réseaux sociaux en particulier offre des occasions pour les utilisateurs d'accroître leur influence et d'interagir avec d'autres à propos de n'importe quel sujet. Ce sont aussi des occasions de changer les dynamiques de discussion entre les utilisateurs. Ceux-ci ont la possibilité de réagir à des messages, par exemple, avec un petit cœur pour signifier qu'ils aiment quelque chose, ou bien en utilisant des symboles ou du contenu multimédia tel que des GIF. Cela veut aussi dire que les messages transmis peuvent avoir plusieurs significations et être interprétés différemment en fonction de l'individu et de ses expériences (Lalancette & Raynauld, 2019; Wagener, 2020; Lüders et al., 2022). Comme l'expliquent Bruns et Highfield (2015), ces changements modifient la sphère publique et permettent aussi un élargissement de sa définition (Habermas, 2022).

Des débats à propos du niveau de participation des individus au sein des environnements numériques continuent d'avoir lieu. En particulier, ce sont les questions de qui parle (et qui ne parle pas) mais aussi de qui écoute, qui restent en suspens. Les réseaux sociaux présentent plusieurs défis, incluant des questions sur le rôle des algorithmes, l'impact des caisses de résonance (« echo chambers »), la place des intérêts privés qui contrôlent ces plateformes à but lucratif et la hiérarchisation des sujets (Vijay & Gekker, 2021; Lüders et al., 2022 ; Clark, 2015). Cela signifie que certaines voix sont valorisées aux dépens de d'autres, confirmant que de nouvelles élites émergent dans cet environnement moins « horizontal » que ce qui pourrait sembler. Ces individus influencent considérablement les discussions et peuvent alors les orienter.

3. La délibération démocratique, les communautés dialogiques et les minorités

Alors que certains individus peuvent choisir tout simplement de ne pas participer à ces dialogues au risque d'être marginalisés, pour les minorités, les réseaux sociaux peuvent servir à leur quête d'exister et d'être reconnu. La participation des minorités aux débats publics est souvent limitée – leur voix peut être ignorée tandis que les enjeux propres à ces communautés sont mis en sourdine. Discuter en ligne permet alors à ces minorités de faire entendre leur voix et de se représenter de façon quasi-autonome (Kruse, Norris & Flinchum, 2018; Loader & Mercea, 2011; Vijay & Gekker, 2021).

Mais qu'est-ce qui arrive aux individus, et donc aux communautés, si leurs membres ne participent pas dans ces efforts de délibération démocratique ? Selon Habermas, c'est cette communication démocratique, mais aussi collaborative, qui contribue à la durabilité des *communautés dialogiques* (1987). Pour lui, ces débats ou discussions au sein des sphères publiques contribuent à la démocratisation des dialogues et donc des espaces. Ces discussions sont des productions politiques et transforme chaque acteur en élément intégral du processus démocratique et de production du discours collectif (Habermas, 2006; Habermas 2022). Le moins de discussions il y a dans l'espace numérique, le moins de démocratie qui se présente.

Pourtant, la discussion demeure un aspect intégral à la mobilisation des communautés, et donc à sa survie. À travers la délibération, les individus créent leur réalité ou « lifeworld » et sa signification (Habermas, 1987, p. 130). Comme le présente Habermas, ces processus de débat constituent « the contribution of the individual reproduction processes to maintaining the structural components of the lifeworld », autrement dit, les interactions entre les humains et leur monde, ceux qui contribuent à la construction de leur réalité (1987, p. 141). Cette communication est aussi intégrale à ce que Habermas appelle l'action communicative ou « communicative action » (1987, p. 139). À travers cette communication, les membres du groupe se rassemblent pour contribuer au dialogue et à travers celui-ci, peuvent commencer à se définir comme entité collective. Les membres de la communauté, à travers leur communication, viennent de trouver leur place et définissent les réalités du groupe, par exemple, ses valeurs et son identité communautaire (Habermas, 1987). Les communications des membres, alors qu'elles peuvent varier, contribuent à la nature démocratique et aident les

membres non seulement à se rassembler sous forme de communautés, mais aussi à les créer.

Par ailleurs, avec ces différentes communications qui ont lieu à travers des sphères publiques, on trouve des éléments du politique et du lobbying, ainsi que dans certains cas, de la partisanerie. Comme l'explique Habermas, en fonction du « rôle » des participants ou auteurs qui se trouvent sur ces plateformes, les types de discours varient. Par exemple, les politiciens et partis politiques vont contribuer à la partisanerie, des éléments qui sont reflétés aussi dans leurs messages au sein des sphères publiques. Les organisations et groupes d'intérêt vont participer au lobbying, ce qui se trouve à travers leurs communications aussi. Les médias vont influencer l'opinion publique en cadrant les messages communiqués de manière politique. Avec la participation des individus de tous les jours, ces rôles peuvent se confondre et le politique se trouve partout dans ces discours (Habermas, 2006). Cet aspect est essentiel à retenir dans des contextes numériques.

Lorsqu'on regarde la participation de la francophonie britanno-colombienne aux débats en ligne dans une perspective habermassienne, plusieurs questions ressortent. On peut ainsi se demander : quel est le rôle des organismes communautaires dans la structuration des débats démocratiques ? À quel point les membres de la communauté participent-ils dans les discussions sur les réseaux sociaux ? La communauté franco-colombienne existe-t-elle au sein des environnements numériques ? Ces questions en lien avec les environnements numérique et physique ainsi que la délibération démocratique impliquent avant tout de s'interroger sur la modernisation des processus démocratiques dans un contexte où les réseaux sociaux virtuels sont de plus en plus importants (Bruns & Highfield, 2015; Carboni & Maxwell, 2015; Campbell & Lambright 2020; Ihm, 2022).

Partie II. Stratégie de recherche et méthodologie

1. Positionnement envers le sujet choisi

Ce travail de recherche porte sur la communauté francophone en Colombie-Britannique. Cette communauté francophone est la plus éloignée du Québec, le berceau de la francophonie nord-américaine. Certains résidents de la Colombie-Britannique n'ont pas connaissance de l'existence d'une communauté francophone et du contexte historique et politique (Kenny, 2020 ; Léger & Poullos, 2018 ; Léger & Brisson, 2022). Celle-ci possède une culture, un style de vie, un contexte politique et même un français différent de ce que l'on peut entendre dans d'autres provinces. Des études menées dans le passé avaient aussi tendance à parler de plusieurs minorités linguistiques en même temps et de les lier à l'État canadien, par exemple dans des rapports gouvernementaux ou des articles présentant la situation des minorités au pluriel (Landry, Forgues & Traisnel, 2010) Forgues, 2015 ; Léger, 2015 ; Normand, 2019, Charbonneau, 2020), ce qui veut dire que ces différences étaient moins claires. Cette lacune dans la littérature se traduit par un manque de représentation.

Ma recherche s'intéresse notamment à la représentation de cette communauté en ligne. Je tire certains avantages de ma résidence dans la province et le fait que je sois membre de cette communauté : j'ai déjà accès à la communauté et je possède une compréhension plus profonde que quelqu'un qui n'a pas vécu les mêmes expériences que moi. Je comprends aussi très bien le contexte sociétal et politique non seulement en raison de mes études en français dans la région, mais aussi de mon bénévolat et de mon travail avec plusieurs organismes communautaires.

2. Approches méthodologiques

Ce projet de recherche adopte une approche interprétative, c'est-à-dire qu'elle est à la fois contextuelle (elle étudie les phénomènes sociaux dans un contexte particulier) et inductive (l'objet d'étude n'est pas observé de l'extérieure car la personne qui mène la recherche est liée à l'objet d'étude d'une ou plusieurs façons). Ce type de recherche s'intéresse surtout aux individus, leurs liens et leurs interactions entre eux et avec leur environnement. Comme le présente Schwartz-Shea & Yanow, le but principal

de cette approche est d'obtenir une meilleure compréhension des phénomènes dans leur contexte, ainsi que du point de vue des individus qui y vivent. En situation communautaire, cela veut dire cibler des membres de la communauté et leur poser des questions sur la réalité telle qu'ils et elles la vivent pour tenter de la reconstruire. La recherche interprétative exige des chercheur.euses qu'ils et elles s'informent sur leur objet d'étude. De plus, elle met l'accent sur le contexte et les croyances du/la chercheur.euse en tant que facteurs qui peuvent influencer ses analyses. Dans le cadre de ma recherche sur la Colombie-Britannique, j'ai centré les voix de la communauté, spécialement en ce qui concerne les réseaux sociaux. Puisque j'ai visé à comprendre comment ces pratiques sont en lien avec l'idéal-type de Habermas, il fallait que je parle aux membres de la communauté pour comprendre la réalité et leurs usages des médias sociaux (Schwartz-Shea & Yanow, 2012).

Un élément particulier de la recherche interprétative est que la personne menant la recherche se situe dans un processus de coproduction de connaissances. Ses croyances vont jouer sur sa manière de mener cette recherche à toutes les étapes du processus et son expérience et sa familiarité avec le sujet vont influencer le résultat. Le/la chercheur.euse doit alors être conscient.e de son identité. Il faut qu'il ou elle réfléchisse à ses liens avec son sujet de recherche et à son impact à toutes les étapes de la recherche, par exemple sur les questions qu'il/elle choisit de poser ou bien son approche quant à son analyse de l'information obtenue (Schwartz-Shea & Yanow, 2012).

En tant que jeune femme qui s'identifie comme membre de la communauté depuis au moins cinq ans et qui a fait du bénévolat et du travail au sein de cette communauté, j'ai mes propres connaissances et interprétations de cette communauté, ainsi que de son contexte social et politique. Ces conceptions seront certainement différentes de d'autres membres de la communauté. Lors de mon processus de recherche, j'avais besoin de penser à comment ces différentes idées peuvent influencer la représentation de la communauté et comment moi-même j'interprète ces nuances. Par ailleurs, selon comment la communauté me percevait en tant que chercheuse pouvait influencer leurs interactions avec moi. La recherche interprétative demeure la meilleure stratégie de recherche à utiliser dans ce cas puisqu'elle prend en compte le fait que mon identité et mes perceptions, tout comme celles des autres, influencent ma recherche.

De plus, la recherche interprétative ne vise pas à définir les liens de causalité – elle vise plutôt à analyser un espace social dans son contexte et à produire une analyse détaillée de celui-ci. Pour réussir à obtenir ces informations, les questions posées sont souvent générales, ce qui permet au/à la chercheur.euse d’approcher le sujet de sa recherche de plusieurs manières et de considérer différentes pistes pour répondre à sa problématique. Par ailleurs, et comparée aux théories positivistes qui, par exemple, mettent l’accent sur la conception des hypothèses à tester, la recherche interprétative s’intéresse au processus de raisonnement ; à travers la recherche, le ou la chercheur.euse essaie de capter la réalité qui se présente dans le contexte étudié pour pouvoir déterminer si elle soutient son raisonnement (Schwartz-Shea & Yanow, 2012).

3. Questions principales

Pour ce projet de recherche, les questions principales sont ouvertes et permettent un dialogue entre la théorie d’Habermas appliquée aux dialogues en ligne et les informations récoltées. Elles servent aussi de point de départ à mon analyse en fonction des réalités qui se présentent sur le terrain. Les questions principales sont les suivantes :

1. Quel est le rôle et la perception des organismes communautaires dans la structuration des débats en ligne et la création des espaces de dialogue ?
2. Dans quelle mesure les dialogues en ligne alimentés par les organismes communautaires franco-colombienne sont inclusifs et démocratiques et comment permettent-ils à la production d’une sphère publique et l’existence communautaire au sein de l’espace numérique en lien avec la théorie habermassienne ?
3. Qu’est-ce qui pourrait rendre le dialogue intra-communautaire en ligne plus animé et collaboratif ainsi que faire vivre une communauté dialogique franco-colombienne ?

4. Travail sur le terrain et stratégies d’analyse

De la mi-décembre 2023 à mi-janvier 2024, j’ai fait sept entretiens avec des employés d’organismes communautaires au sein de la francophonie britanno-

colombienne. Pour recruter des participants, j'ai envoyé des courriels à leur adresse courriel professionnel ou à l'organisme, des informations qui sont faciles à trouver naviguant sur les site-web des organismes communautaires. Les critères pour pouvoir participer ont été les suivants : que la personne habite actuellement en C.-B., que la personne travaille pour un organisme communautaire, que la personne parle français et que la personne ait comme tâche de gérer, d'une façon ou d'une autre, les réseaux sociaux de son organisme. J'ai laissé chaque participant déterminer par lui-même s'il respectait ces critères (autoidentification).

Parmi ceux qui ont participé, six sont des « communicants », autrement dit, des personnes qui travaillent spécifiquement dans le domaine des communications, et l'autre personne est directeur.ice général.e. En ce qui concerne la dispersion territoriale, six des sept participants travaillent pour des organismes basées dans le Grand Vancouver et un.e pour une organisation basée dans le Sud-Est de la Colombie-Britannique. Quatre des sept entretiens ont eu lieu en présentiel, soit au bureau du/de la participant.e, soit à l'université Simon Fraser, et les trois autres ont eu lieu sur Zoom. Les participants ont donné leur consentement pour l'enregistrement audio des entretiens ainsi que la prise de notes. Les entretiens d'une demi-heure à une heure ont été semi-structurés, ce qui a laissé la possibilité de clarifier des questions et de revoir l'ordre des questions posées (voir annexe A pour le questionnaire). J'ai gardé notamment la possibilité de poser des questions supplémentaires qui apparaissaient pertinentes au cours de l'entretien.

D'autres méthodes auraient pu être utilisées pour mener cette recherche. L'analyse de contenu et de réseau sur les différents réseaux sociaux permettrait une meilleure compréhension du langage utilisé par les membres de la communauté, mais cette méthode ne s'intéresse pas au contexte et aux limites des débats en ligne, et ne permettrait donc pas de comprendre précisément la structuration de ces débats, et leur plus ou moins grande inclusivité (Caliandro & Gandini, 2016, Content Analysis). En outre, une recherche ethnographique est difficilement réalisable pour comprendre une communauté virtuelle (Caliandro & Gandini, 2016, Social Network Analyses).

Les entretiens avec les gestionnaires des réseaux sociaux au sein des organismes de la communauté ont été retenus pour trois raisons. La première est le chevauchement entre l'interface médiatique et l'interface humaine. Ces employés ont

des connaissances techniques et l'expérience pour pouvoir parler des phénomènes qu'ils provoquent et perçoivent en publiant en ligne. La deuxième est la représentation de la voix de la communauté. Bien que j'aie pu analyser les différents phénomènes médiatiques en étudiant les réseaux sociaux, je préfère prioriser la voix de la communauté et m'assurer que ses réalités sont bien comprises en partant de ses propres représentations. Finalement, passer des entretiens m'a permis de bien faire la distinction entre les éléments normatifs et descriptifs au sein de l'environnement médiatique. En ayant posé des questions spécifiques sur la réalité des discours en ligne (le descriptif) et sur les espoirs de ce que les gestionnaires de ces comptes aimeraient voir au sein des discours médiatiques (le normatif) j'ai pu mieux comprendre le degré de démocratie délibérative qui se présente au sein de la communauté et dans l'environnement numérique (Schwartz-Shea & Yanow, 2012).

Finalement, les entretiens et la recherche interprétative se complètent très bien. Ces mêmes valeurs associées à la recherche interprétative se trouvent au cœur des entretiens. Comme le présente Lee Ann Fujii, la réflexion et la reconnaissance du positionnement sont cruciaux pour bien comprendre non seulement le contexte, mais aussi la relation entre le/la chercheur.euse et les participants dans sa recherche. Cette relation affecte la communication ainsi que la qualité de l'information reçue. Elle met aussi l'accent sur le contexte – le contexte pour comprendre les manières de communiquer, pour comprendre la communication non-verbale des participant.es et pour situer les informations reçues. Dans le cas de ma recherche, utiliser un langage familier à la communauté à laquelle j'appartiens et être réceptive à ce que les participants exprimaient m'ont aidé à mieux comprendre ce qui se passe sur le terrain. Encore plus important, pouvoir parler français est essentiel pour faire de la recherche sur un CLOSM francophone, car cela permet de bien capter les nuances des réalités vécues et de les situer dans leur contexte. Cela renforce l'authenticité de la recherche (Fujii, 2018).

Puisque je mène une recherche interprétative, j'ai utilisé différentes techniques d'interprétation. C'est là l'équivalent de ce qui est appelé le codage dans la tradition positiviste. Pour la recherche qualitative et en particulier pour la recherche interprétative, on peut adapter ce processus de codage pour pouvoir faciliter la construction de sens. Avec la recherche interprétative qui s'enracine dans son contexte et qui dépend des participants, ce processus ressemble moins à un codage traditionnel qu'à une analyse

organisée des retranscriptions des entrevues, basée sur l'expérience vécue par le/la chercheur.euse dans le contexte de la recherche. Ce système d'analyse m'a permis d'organiser les informations récoltées, d'identifier les thématiques principales et communes qui se sont présentées lors des différents entretiens, et de faire des liens avec les questions principales posées. J'ai aussi fait attention aux différentes manières dont mes participants ont exprimé la perception qu'ils et elles avaient de leur travail et de la communauté, ainsi que les normes au sein des domaines communicatifs. Ces aspects m'ont aidé à non seulement comprendre comment les communications au sein de ces plateformes fonctionnent (descriptif) mais aussi comment elles pourraient fonctionner mieux (normatif) (Saldaña, 2021). J'ai utilisé NVivo, une plateforme pour l'analyse des informations qualitatives comme les entretiens pour faciliter mon analyse³.

³ N-Vivo est simple à utiliser et facilite l'organisation de mon matériel de recherche. Je transforme mes documents en PDF intelligent et les télécharge dans le logiciel en tant que dossiers et cas. Cela me permet de trouver facilement mes documents, de pouvoir attribuer des libellés créés lors de mon processus d'analyse et de prendre des notes sur mon processus de recherche.

Partie III. Discuter ou ne pas discuter ? Un débat en soi pour la communauté franco-colombienne

1. Des appels à la communauté lors d'un long sommeil

En Colombie-Britannique, la communauté francophone est présentée de manière assez fragmentée en raison des spécificités évoquées ci-dessus. Ce qui ressort des entretiens est que cette fragmentation existe aussi sur les plateformes numériques.

Les communicants avaient des perspectives assez pessimistes à propos de l'engagement des membres de la communauté en ligne. Plusieurs communicants ont mentionné comment des utilisateurs sur les différentes plateformes numériques ne laissent pas de commentaires et ne réagissent pas aux publications. Avec un taux minime d'engagement sur les réseaux, il y a cette peur que leurs contenus n'auraient pas d'impact. Plusieurs ont communiqué leur frustration envers la situation et comment leurs membres manquent de sensibilisation aux enjeux communautaires. Quelques-uns des participants l'ont bien résumé, un de manière plutôt optimiste :

...il y a des personnes qui prennent du temps de créer du contenu, que ce soit des contenus très légers ou experts [...] pour créer des *reels*, pour faire pas mal de contenu. Je sais derrière le temps que ça prend [...] l'idée jusqu'à la création. Et malheureusement les personnes qui utilisent des réseaux sociaux oublient ça. En fait, on n'y pense peut-être pas et c'est pas de leur faute parce qu'ils sont pas [...] dedans donc ils peuvent pas savoir (Entretien 5).

Un.e autre de manière critique :

...on fait des publications comme tout le monde après ces rapides prises de parole et puis on était partenaires sur les réseaux sociaux, ça fait 6 *like*, un commentaire peut-être enfin [...] c'est pas grande chose hein ? Enfin je trouve la communauté francophone très endormie, donc très sur la réserve de manière générale (Entretien 4).

Un autre individu avec qui j'ai passé un entretien a fait un commentaire particulièrement pertinent. Cet individu a mentionné comment un manque de sensibilisation, dans ce cas, aux enjeux communautaires, pourrait se traduire en manque d'engagement « parce que on peut pas défendre quelque chose si on n'a pas conscience de ce qui se passe vraiment » (Entretien 1). Sans pouvoir avoir de nouvelles, ce qui pourrait être pour plusieurs raisons incluant un manque de présence

dans la sphère numérique, il est clair que les membres de la communauté ne vont pas savoir ni quand c'est le moment d'agir, ni comment offrir leur soutien.

2. Les réalités des plateformes numériques et la délibération communautaire

Cette idée que la communauté est « endormie » pourrait être attribuée en partie aux plateformes qui empêchent le passage des messages jusqu'aux membres. Les plateformes ont « les algorithmes [qui] changent toutes les semaines et alors [les communicants doivent] toujours réadapter », créant des enjeux qui rendent ces plateformes difficiles à comprendre et à maîtriser (Entretien 2). Par ailleurs, ces enjeux contribuent en partie à la noyade des messages avant d'arriver aux destinataires (la communauté) puisqu'ils se perdent parmi tous les autres contenus sur ces plateformes. Ces plateformes sont très « saturées » (Entretien 4) avec des publications variées, ce qui veut dire que « cette attention-là [des individus] est peut-être difficile à maintenir longtemps » (Entretien 7). Avec tellement de contenus variés, l'habitude de scroller sur son *feed*⁴ sur différents réseaux sociaux est devenue très normale. Un.e participant.e a expliqué les effets négatifs liés à cette pratique :

Je m'inquiète beaucoup de la saturation cognitive des personnes à cause des réseaux sociaux [...] [tu dois] connaître des personnes qui se mettent sur le téléphone et qui vont [...] scroller mécaniquement... le but du jeu, c'est juste de scroller. Donc, c'est des chutes de dopamine que les personnes reçoivent, mais à aucun moment, elles sont incitées à aller plus loin (Entretien 4).

D'autres communicants ont même questionné les réseaux sociaux et s'ils servaient de bon endroit pour débattre. Un.e participant.e a exprimé comment, à son avis, les réseaux sociaux constituent plutôt un endroit de divertissement qu'un endroit de revendication :

Pour le moment, je sens pas nécessairement que c'est l'endroit où devrait se dérouler les débats. Je sens pas que l'attention qui est portée à Instagram quand une personne scroll, [...] qu'elle recherche à prendre position ou à trouver de l'information sur des débats [...] elle recherche plus à mettre son cerveau à *off* puis regarder ce qui se passe autour d'elle (Entretien 7).

⁴ Se traduit par « fil » en français.

Alors que d'autres participant.es ont eu cette même perspective que peut-être les réseaux sociaux ne soient pas les meilleurs endroits pour débattre en soi, ça ne veut pas dire que les discussions n'ont pas lieu au sein de la communauté :

...mais j'ai l'impression en fait pis peut être correct, mais que les sujets sont peut-être débattus juste... en personne ? Des événements où justement la communauté a la parole. J'ai différents événements qui vient en tête [...] Réseau femmes organisent des tables rondes où des enjeux très spécifique à leur organisme sont débattus. Je pense à la Fédération des parents qui organisaient un sommet sur l'éducation auquel on était partenaire aussi, qui était une belle place pour débattre des idées. Ou même, le rendez-vous des présidents de la FFCB qui est un des événements où toute la communauté est sur place, puis on peut aussi partager [et] débattre nos idées. Donc j'ai l'impression que la communauté débat des idées en personne, mais [...] en tout cas, [...] j'ai l'impression que les réseaux sociaux, ou du moins en ligne, c'est peut-être pas là où ça se fait (Entretien 6).

Ce qui ressort ici est que ces débats ont lieu, mais plutôt dans le monde physique entre membres engagés. Cela étant dit, les réseaux sociaux ne sont pas à négliger et il faut que les responsables des communications apprennent comment outiller ceux-ci. Un.e autre participant.e a aussi souligné comment alimenter les réseaux sociaux pour encourager la participation en présentiel :

... je pense qu'en ligne, ça peut semer une graine, [...] [d]onc, semer la réflexion. Je pense que les plateformes en ligne peuvent jouer un rôle là-dedans. Mais après ça, je pense que les discussions plus poussées, les argumentations, la recherche de solutions [...] ça va pas se faire nécessairement en dessous d'une photo Instagram, ça va plus se faire dans des discussions ouvertes. Mais je pense que le côté en ligne [...] c'est vraiment de permettre à tout le monde de s'exprimer puis de semer la graine, de semer la réflexion chez les personnes qui gèrent ces médias sociaux-là. Puis de se dire OK, y a quelque chose qui se passe ici, qu'est-ce qu'on fait avec ça ? Comment on pourrait régler ça ? Oui, ce serait peut-être ça l'équilibre [...] avoir un peu en ligne, mais aussi en personne (Entretien 7).

On pourrait alors déterminer que ce manque d'engagement en ligne ne se traduit pas forcément par un manque d'engagement en présentiel. Par ailleurs, des communications limitées ont lieu en ligne.

Cela étant dit, il est aussi difficile de mobiliser des individus à se présenter aux activités et aux événements communautaires en présentiel. Ces différentes offres requièrent beaucoup de temps et de préparation en amont de la part des organismes communautaires, ce qui pose des problèmes pour ceux-ci, surtout ceux qui recherchent

du financement pour ce genre d'activités. Par exemple, un.e participant.e a expliqué comment pour une soirée cinéma « on n'a pas eu énormément de personnes, 40 personnes sur une salle où on aurait pu être 200 ou 300, mais on savait qu'on allait pas avoir 200-300 personnes parce que c'est juste pas possible » (Entretien 3) et un.e autre qui a expliqué ce qui se passait dans le cas d'un autre événement :

...nous, on a été beaucoup déçu, nous chez X organisme [et] je travaille [aussi] avec Y organisme. Ils lèvent des fonds, ils organisent des projets [ou] quelque chose, c'est gratuit, y a à boire, y a à manger et puis y a 3 personnes qui se présentent. Et ça, c'est... c'est presque contre-productif, c'est à dire ça encourage pas les personnes à en faire plus puisqu'en fait c'est beaucoup d'efforts pour... peu de résultats mesurables (Entretien 4).

L'autre facteur contribuant à ce manque d'engagement communautaire en ligne – les membres de la communauté ne « se sentent [pas] interpellés » à participer aux discours et donc à faire vivre la communauté sur les réseaux sociaux (Entretien 6). Dans les cas où « la communauté réagit quand même assez » ce sont dans les situations quand « les personnes sont [déjà] influentes et [...] intéressées » par celles-ci (Entretien 2).

Il est alors clair que plusieurs facteurs contribuent à la non-participation des membres de la communauté aux débats en ligne – les plateformes, selon certains des interviewés, ne favorisent pas la délibération et les membres de la communauté ne sont pas forcément informés des nouvelles communautaires. Mais les organismes jouent aussi un rôle – comme le présente Jennifer Ihm dans son travail, la création des espaces en ligne par des organismes communautaires peut contribuer à une augmentation de l'engagement des membres de la communauté. Alors, comment les organismes utilisent les réseaux sociaux et comment orienter les discussions sur les réseaux sociaux pour favoriser de l'engagement autour des sujets pertinents pour la communauté ?

3. Tout faire pour capter l'attention et répondre aux besoins communautaires

L'usage des réseaux sociaux par les organismes communautaires au sein de la francophonie britanno-colombienne constitue un aspect primordial du travail des communicants. Tous les participants dans la recherche ont mentionné que l'organisme

pour lequel ils travaillent ont des comptes sur au moins une plateforme numérique. Parmi les plateformes mentionnées par les employés – soient Facebook, Instagram, LinkedIn et X –, les deux premiers sont les plus populaires en raison d'un plus grand nombre d'utilisateurs de la communauté sur celles-ci. Cela correspond bien à la démographie de la francophonie en Colombie-Britannique avec la majorité de la population qui a entre 15 et 45 ans, mais aussi une proportion importante d'individus âgés (Gouvernement du Canada, 2023).

Parfois aussi, les plateformes reflètent la répartition de genre de leurs utilisateurs. Un.e communicant.e a expliqué comment « on a plus de femmes qui nous suivent sur les réseaux sociaux que d'hommes » (Entretien 2) pendant qu'un.e autre a mentionné comment « ...sur Instagram, c'est légèrement plus féminin et plus jeune alors que Facebook c'est un petit peu plus masculin et un peu plus vieux... » (Entretien 1). Un autre aspect intéressant qui est ressorti des entretiens concerne la répartition par région avec « [d]es personnes qui vivent en CB mais... aussi des personnes qui sont à travers le Canada et [dans certains cas] [...] des personnes qui sont à l'étranger... » (Entretien 2).

Certains des communicants ont mentionné aussi une « migration » vers des plateformes comme Instagram puisqu'ils se sont rendu compte des changements dans l'engagement de leurs membres (Entretien 7). Un.e participant.e a expliqué la situation de la manière suivante :

...on a déterminé que Instagram c'est comme notre plateforme jeunesse. Donc le ton est très familier, on vouvoie pas, on parle au « tu » généralement. Par exemple, « tu veux participer à tel évènement ? ». On essaie de les interpeller [et] on a peut-être un ton très jeune. On utilise des emojis parfois, on est très *friendly* alors que sur nos autres plateformes comme Facebook, Twitter, LinkedIn [...] on va utiliser un ton un peu plus formel, on va utiliser le « vous » parce que là, le public va être plus la communauté (Entretien 7).

Un élément intéressant qui ressort ici est la distinction entre les jeunes et le reste de la communauté. Spécialement au sein des environnements numériques, la présence des jeunes est particulièrement pertinente et peut contribuer à la « viralité » des contenus. Il y avait même des organismes qui sont « en réflexion pour peut-être commencer [à utiliser] TikTok pour essayer de rejoindre des jeunes ou Snapchat » pour atteindre ce public (Entretien 3). Cette distinction entre les différentes manières de communiquer sur les réseaux sociaux demeure des choix stratégiques pour pouvoir

nourrir le dialogue sur ces plateformes avec les différents groupes au sein de la communauté, mais qui nécessite aussi une bonne compréhension de ses membres.

Le fait d'avoir plus de présence d'une sous-communauté sur une plateforme particulière n'est pas limité à Instagram. Un.e autre participant.e a expliqué comment au sein de son organisme « ...au niveau de Twitter [...] [l']audience [est] plus politique et administrative... donc on sait que c'est à ce niveau-là où les administrations, les parlements [...] les ministres ont plus de réactions [...] ça va être là qu'on va se focaliser » (Entretien 2).

Un.e autre participant.e a aussi mentionné que leur organisme utilise « Facebook pour rejoindre notre clientèle plus communauté, donc public plus « adulte » » (Entretien 6). Ces stratégies aident les organismes non seulement à mieux cibler leur contenu mais aussi à joindre un public plus large.

En ce qui concerne le public cible de ces organismes et leur contenu, la plupart vont essayer de leur mieux pour répondre aux besoins de services de leurs membres. Cela veut dire qu'ils vont essayer de promouvoir sur leurs réseaux sociaux des événements, des activités et des offres qui pourraient intéresser leurs membres. Ils mettent en avant ces éléments en utilisant des belles images, une mise en page cohérente sur leurs plateformes et des textes qui captent l'attention. Certains mentionnent l'importance des « codes de couleurs » ou d'une mise en page « uniforme » pour pouvoir créer un *branding* spécifique (Entretien 4; Entretien 7).

D'autres ont souligné comment utiliser certains réseaux, particulièrement Instagram, ne leur convient pas quand ils veulent communiquer sur des événements. Un.e des communicants a mentionné comment au sein de son organisme, ils organisent beaucoup d'événements, et pour faire de la promotion « ...c'est pas forcément les contenus qui sont le plus attractifs sur les réseaux sociaux, notamment sur Instagram. Poster un événement sur Instagram, on se rend compte que c'est pas ça qui marche » (Entretien 5). Un.e participant.e a même mentionné que les réseaux sociaux servent plutôt de « portfolio » pour mettre en avant la mission de son organisme (Entretien 4). Ces plateformes peuvent alors aider de plusieurs manières, mais ne répondent pas à tous les besoins communicatifs de ces organismes.

4. La présence des communautés sur les réseaux sociaux

D'ailleurs, il est très clair que plusieurs problèmes existent chevauchant et contribuant au manque de communication de la part de la communauté en lien avec les organismes communautaires. Ce qui est ressorti, par contre, lors des entretiens est que les espaces de discussion plutôt animée existent en ligne, mais non pas de manière très publique. Plusieurs des participants ont parlé des communications dans les groupes privés, en particulier sur Facebook, comme espace de partage pour les membres de la communauté. Au sein de ces groupes, des individus peuvent poser des questions, chercher des informations, parler de leur vie personnelle et de leurs expériences ainsi que parler des difficultés auxquels ils font face, entre autres. Un.e des communicants a expliqué pourquoi ces groupes sont aussi importants pour son organisme :

L'idée c'était de faire un réseau ou un endroit où elles puissent se retrouver pour échanger, pour poser des questions, pour se connaître, pour faciliter la promotion de nos activités qui sont ciblées uniquement pour X groupe et ce qui parfois, je dirais, peut un peu frustrer si on poste une activité qui est disponible que pour X groupe sur nos canaux qui sont ouverts à tous. Les gens ont tendance à ne plus lire tout ce qu'on écrit et ils vont juste dire, ah ça m'intéresse, je me connais, enfin je m'inscris. Donc ça nous permet d'avoir ce groupe-là avec notre cible idéale (Entretien 5).

Lors de ce même entretien, ce communicant a utilisé le mot « communauté » pour parler de ces groupes sur Facebook (Entretien 5). Les idées de partage, de rassemblement et de réseau contribuent surtout à ce sentiment sur une échelle plus petite.

Les communicants avec qui j'ai passé des entretiens n'étaient pas certains si des groupes au sein desquels des individus discutent du politique existent, mais ont remarqué qu'il existe des espaces de partage au sein des réseaux sociaux. Selon leurs témoignages, ces groupes semblent ressembler le plus aux sphères publiques d'Habermas. Pendant ces discussions, il paraît que la plupart des personnes qui participent sont des adultes et des individus cherchant des informations qui leur seront pertinentes, par exemple des nouveaux arrivants ou des mamans. Les individus participant à ces discussions ne restent pas très longtemps. Cela veut dire que ces espaces de discussion changent toujours et en lien avec la recherche de Bruns & Highfield, les discussions qui ont lieu sont de courte durée (2015). Elles représentent

alors des petites traces de la démocratie délibérative au sein de la communauté, mais pas forcément des sphères publiques.

5. Le rôle des médias traditionnels au sein de la communauté

Plusieurs participants ont mentionné l'importance des relations entre leur organisme et les médias traditionnels, comme les journaux, les téléjournaux et la radio. Cette relation entre les organismes et les médias, comme mentionné précédemment, est très significative car les messages des médias ont une grande influence sur l'opinion publique en raison de leur pouvoir de cadrage de ceux-ci. Cette relation est marquée par des communications et des demandes de la part de ces deux partis. Par exemple, les organisations communautaires vont parfois envoyer leur avis directement aux médias. Un exemple donné par un.e des communicant.es a été le suivant :

...quand le gouvernement a sorti l'annonce, nous on a fait une réaction. Donc cette réaction, elle a été ensuite envoyée directement aux journalistes pour dire, voilà, nous en tant que X organisme, on aimerait que le gouvernement augmente ce panier d'immigration et voilà qu'est-ce qu'on a dit... on a pris parti. On voudrait que ça augmente, voilà les raisons et... généralement on a une citation de notre présidence qui prend parti (Entretien 2).

Cette présentation de son message aux médias traditionnels constitue alors une façon d'ajouter sa voix aux discours et en même temps, sert de réponse à une initiative gouvernementale. Il y a aussi des moments où les médias approchent les organismes, par exemple si un sujet abordé par un organisme « les intéresse, ils [l'] invitent pour venir donner la réplique à la radio » (Entretien 4). Cette pratique permet non seulement aux organismes de partager leur avis, mais aussi aux médias d'enrichir les messages qu'ils essaient de faire passer à travers leur narration.

Ce qui est aussi intéressant est que les organismes adoptent des pratiques et des techniques qui sont traditionnellement associés aux canaux médiatiques, mais trouvent des manières de les utiliser à leur avantage. Un.e participant.e a mentionné comment à son organisme « [nous] publi[ons] des communiqués juste propres à nous sur certaines thématiques, notamment les objectifs, les chiffres pour l'immigration francophone hors Québec, des choses comme ça, qui, quand même, nous on est directement concernés » (Entretien 1).

Sur ce terrain, on peut alors remarquer une coopération entre les différents participant.es aux discussions qui se présentent. Mais est-ce toujours le cas quand des enjeux politiques en font partie ?

6. Le et /a politique dans la communauté franco-colombienne

Les terrains physique et numérique présentent des réalités assez intéressantes et qui, parfois, peuvent être très différentes. En ce qui concerne la présence politique dans ces deux environnements, selon la conception de Habermas, on considère plus souvent le lobbying comme étant la responsabilité des ONG. En ce qui concerne la partisanerie ou /a politique, ceci est le rôle des politiciens pendant que /e politique est plutôt tangible aux individus de tous les jours vivant ensemble et faisant société (Habermas, 2006).

6.1 Le politique et la sensibilisation aux enjeux politiques

Les organismes communautaires offrent une variété de service à destination de leurs membres et de la population francophone plus généralement. Ces activités, ces programmes et ces événements peuvent varier en termes de public cible, de sujet abordé et de financement. Ceci est devenu clair lors des entretiens avec des communicants qui ont mentionné différents types d'initiatives en développement qui touchent aux enjeux politiques. Plusieurs ont pu identifier des enjeux politiques qui méritent de l'attention et comment ils doivent être d'avantage discutés. En réponse à une question sur un enjeu pas trop discuté au sein de la communauté, un.e communicant.e a mentionné l'importance

...des discussions au niveau de l'inclusivité des peuples autochtones [...] c'est vraiment quelque chose qu'on essaie de mettre plus en avant et puis de s'ouvrir et d'aller à la portée des peuples autochtones, de faire plus de reconnaissance et de réconciliation. Je dirais que c'est quelque chose que j'ai pas trop vu au niveau des réseaux sociaux ou même dans les communications de la communauté, mais que c'est qui veut se faire et qui je pense va se faire [lors des] prochaines années. Nous à X organisme, j'sais qu'on a quelque chose de prévu pour l'année prochaine là-dessus... c'est quelque chose qui va être de plus en plus parlé. Mais c'est pas vraiment un débat en soi, ça va être vraiment une action d'inclusivité, on verra, envers cette communauté (Entretien 2).

Un.e autre participant.e a donné l'exemple suivant d'un programme implémenté sur le terrain physique :

...l'intégration des minorités visibles sur le marché de l'emploi en Colombie-Britannique. Donc c'est un projet en fait sur lequel on s'est placé il y a peu de temps et pour lequel on a eu un financement, donc là on essaye de récupérer des informations, des témoignages pour identif[ie]r quel est le souci ou les soucis et comment est-ce qu'on peut y répondre (Entretien 1).

Pour ce même projet, l'organisme en question a planifié « une campagne de communication qui sera aussi digitale sur cette thématique-là » (Entretien 1). Ceci aide non seulement à rendre le programme visible et alors existant dans la sphère numérique, mais aussi à contribuer aux efforts de « sensibiliser les nouveaux arrivants de minorités visibles francophones et les employeurs aux bienfaits d'une équipe mixte et diverse » dans les deux environnements (Entretien 1).

6.2 La politique et un désir de ne pas être controversé

Là où on commence à voir la politique apparaître au sein des réseaux sociaux des organismes communautaires est au sein de leurs choix linguistiques. Les organismes communautaires choisissent d'utiliser la plupart du temps le français sur les réseaux sociaux. Certains citent que c'est parce que leur organisme sert de « porte-parole » ou de représentant de la francophonie (Entretien 2 ; Entretien 4 ; Entretien 6). D'autres expliquent que ce choix a été fait car « on a pas beaucoup de temps ni de moyens » pour faire de la traduction (Entretien 3). Ces idées font échos aux recherches faites dans ces domaines et aux résultats trouvés.

En réponse à des questions sur leur engagement politique sur des réseaux sociaux, la plupart des participants mentionnent que leur organisme ne prend pas de position sur d'autres sujets politiques et ne vient pas déclencher des débats sur des sujets de /a politique avec leurs membres. Un.e communicant.e a pris l'exemple d'Instagram pour l'exprimer :

...l'organisme, c'est quand même assez neutre de façon générale, mais s'il y a une nouvelle qui sort qui touche les langues officielles du Canada, par exemple, on va repartager l'information sans dire qu'on est pour ou contre ou quoi que ce soit. De façon générale, on va toujours republier de façon neutre (Entretien 7).

Lors d'autres entretiens, des communicants ont exprimé comment les propriétaires de ces plateformes, Elon Musk et Mark Zuckerberg, avec leur monopole de pouvoir sur le fonctionnement de celles-ci, peuvent limiter les interactions et alors la cohésion communautaire. Par ailleurs, la restriction sur les nouvelles canadiennes par Meta contribue aussi à un manque de dialogue concernant ces nouvelles sur ces plateformes-là, peu importe le sujet (Entretien 2 ; Entretien 6).

Allant encore plus loin, il existe aussi un manque de désir de la part des organismes pour orienter le dialogue vers des sujets politiques, du moins pas sur des plateformes numériques. Un.e communicant.e a mentionné que cela ne fait pas partie « des missions de notre organisme » (Entretien 4) pendant qu'un.e autre a cadré la situation de la manière suivante :

Nous, on ne crée pas des *posts* qui sont politiques, c'est pas les contenus qu'on veut créer sur ce plateforme-là [Instagram]. Les fois où on va justement, partager de l'info politique, ça va venir d'autres sources qu'on repartage. Puis ces autres sources-là sont pas nécessairement présentes sur Instagram (Entretien 7).

Lors de ce même entretien, la personne interrogée à mentionnée comment elle voit les jeunes « publient dans leur *story*... et prendre position sur des conflits mondiaux » (Entretien 7). Cela veut dire qu'il y a des membres de la communauté qui se mobilisent, mais pas forcément en faveur des enjeux communautaires puisque ces sujets ne sont pas présents sur ces plateformes.

6.3 Là où le et la politique se sont entretenus et les difficultés à les discuter

Il existe des moments où *le* et *la* politique se recourent et on trouve des situations avec des sous-entendus de sphère publique. Lors d'un des entretiens, un.e communicant.e a mentionné la création et les discussions d'un nouveau programme développé au sein de son organisme.

... il y eu une annonce gouvernementale pour allouer des fonds à un projet pilote qui consiste à rassembler un petit nombre d'employeurs qui ont des bonnes pratiques vis-à-vis des nouveaux arrivants. Et l'idée derrière ce projet, c'est justement de participer à l'inclusion des nouveaux arrivants sur le marché de l'emploi, mais aussi à mettre en avant les employeurs qui se comportent correctement. On nous a demandé de parler de ce sujet-là parce que souvent il nous arrive, il y a des personnes qui arrivent et qui nous disent bah, moi j'ai tout quitté et j'ai un permis de travail fermé avec un employeur qui ne me répond plus

depuis que je suis arrivée sur le sol canadien et ça arrive vraiment souvent. Et donc on nous demandait notre avis sur ce projet-là et surtout un petit témoignage de ce qui se passe vraiment... des choses qui sont pas forcément toujours connues, visibles et... voilà. Donc nous, on a pris part à ce à cette interview, il été republié. Je pense que ça... c'est une un exemple de discussion (Entretien 1).

Cet extrait met en avant non seulement comment les différents acteurs jouent leurs rôles dans l'idéal-type imaginé ainsi que leurs manières d'agir / réagir aux actions d'autres, mais aussi le chevauchement du et de la politique dans un environnement.

Par ailleurs, les entretiens font ressortir deux aspects importants – la peur de la part des organismes de prendre position ou de parler de la politique puisqu'ils peuvent perdre leur financement ou leurs abonnés et le sentiment que discuter de la politique n'appartient pas à leur mandat. En réponse à une question posée sur la prise de position politique et en réfléchissant à des raisons pourquoi ils n'aimeraient pas orienter des discussions vers des sujets politiques, il existe un vrai sentiment de peur que quelque chose arriverait s'ils parlaient de la politique. Un.e communicant.e a très bien capté ces nuances dans sa réponse :

...[E]st-ce qu'on aurait peur [d'être] plus engagé, et de [...] promouvoir des débats politiques en ligne ? On aura peut-être peur de perdre nos fonds par exemple, vraiment très important. Donc, [on reste] assez neutre même si être neutre c'est faire le silence pour nous et c'est faire le silence pour les victimes aussi... ou les causes qui vraiment qui *matters*. Donc moi je pense que c'est ça, c'est juste que... on aimerait bien, mais on a donc peur des pertes des membres, peur de perdre des fonds. Et puis on a une [...] cause à notre cœur, tu vois, c'est la francophonie donc c'est déjà en soi aussi un aspect politique (Entretien 3).

Il est plus compliqué (et parfois indésirable) pour ces organismes de prendre position en lien avec *la* politique, puisqu'il existe aussi des obligations de la part des partenaires, des parties prenantes, des bailleurs de fonds et même du gouvernement pour communiquer certains messages (Entretien 3 ; Entretien 4 ; Entretien 5). Dans les exemples mentionnés ci-haut en lien avec l'implémentation des programmes, c'est à travers leurs rôles dans la sphère publique (le lobbying, le politique et la partisanerie) que les différents acteurs agissent et que les différents organismes approchent *le* politique.

7. À qui la parole dans les discussions politiques ?

Lors des entretiens, une question importante est ressortie – qui devrait prendre la parole dans des discussions sur la politique au sein de la communauté ? Selon presque tous les communicants, c'est la Fédération des francophones de la Colombie-Britannique qui en est responsable. Mais dans ces mêmes entretiens, certains de ces communicants, en se détachant de leur travail, ont mentionné comment ils ont trouvé que la FFCB n'avait pas fait assez et continue à ne pas faire assez pour parler / représenter l'avis politique de la communauté, ce qui est problématique en soi. C'est vrai qu'avec certaines restrictions sur leur capacité à s'exprimer librement, les organismes communautaires ne peuvent pas tout faire pour mettre en avant leur avis sur des questions politiques, mais avoir un organisme qui représente la voix de la communauté dans la plupart des discussions politiques ne veut pas dire qu'on atteint le résultat souhaité⁵. Un.e participant.e qui a été particulièrement ennuyé.e avec la situation a exprimé comment les plus grands organismes communautaires, comme la FFCB et le CSF, qui sont ceux qui ont beaucoup plus de pouvoir à influencer non seulement l'opinion publique, mais aussi à apporter des solutions, devraient faire plus :

...moi je vois deux organismes qui peuvent prendre un peu les choses en main [...] la Fédération des francophones... qui existe, mais voilà, moi je vois très peu de communication passer de leur part [et] je pense pouvoir en faire beaucoup plus. Et le CSF, parce que c'est là où tous les enfants francophones ou les enfants de francophones ont vocation à passer [...] [e]t donc je pense que le CSF pourrait facilement et devrait avoir un rôle moteur dans l'animation de la communauté, chose qui, à mon sens est pas du tout faite. Il s'intéresse simplement au scolaire, à la relation peut être avec les familles et c'est extrêmement limité. C'est dommage (Entretien 4).

Ces grands acteurs ont plus de visibilité sur la scène publique en général, un aspect dont plusieurs autres organismes manquent. Avec cette visibilité, utiliser sa voix pour parler des sujets politiques / controversés est très important pour le bien-être de la communauté entière. Cette « prise de position », ce qui sert avant tout à orienter les discussions, permet à la communauté de lancer des débats et de discuter des sujets importants pour elle. Avoir des organismes comme la FFCB et le CSF parlant des

⁵ À noter que certains communicants ont mentionné une prise de parole en lien avec des enjeux touchant à leur domaine de travail.

enjeux politiques de manière plus publique pourrait même contribuer à une ouverture d'esprit de la communauté et peut-être à un désir de s'engager.

Partie IV. Analyse : la complexité des sphères publiques franco-colombiennes

La communauté francophone en Colombie-Britannique présente un cas intéressant en lien avec l'idéal-type de sphères publiques imaginées par Habermas. La délibération démocratique est limitée sur les réseaux sociaux, mais se présente plus clairement en présentiel avec différents acteurs, incluant les représentants du gouvernement et les médias traditionnels qui jouent des rôles accordés par la théorie de Habermas. Ces deux sphères sont parfois liées et la présence au sein d'une peut contribuer à la présence au sein de l'autre. De plus, un autre cas intéressant de délibération démocratique se présente au sein des groupes Facebook. Ces groupes sont généralement semi-privés avec des modérateurs de groupe pouvant déterminer qui peut se joindre et poster sur ces plateformes. On trouve finalement que dans ces deux environnements au sein de la communauté, la sphère publique est imparfaite, mais qu'elle permet à ceux qui sont présents et souhaitant participer d'ajouter leur voix.

La littérature démontre la possibilité de transformer les réseaux sociaux en sphère publique. Encore plus, elle montre comment les organismes communautaires peuvent créer des espaces au sein desquels les membres de la communauté auront la possibilité de s'engager dans des discours enracinés dans les bases de délibération démocratique (des aller-retours, la possibilité de poser des questions, le respect). Les organismes communautaires et les membres de la communauté ont tous un rôle à jouer pour pouvoir nourrir un dialogue constructif. Ce que cette recherche nous montre est que la communauté est fragmentée au sein des réseaux sociaux, ce qui fait échos à la dispersion qu'on perçoit sur le terrain. Par contre, ce dialogue existe de manière limitée en présentiel entre des membres déjà engagés et où les bases de délibération démocratique sont un peu plus visibles.

Les organismes communautaires essaient de leur mieux pour offrir des services et de les promouvoir au sein de leurs réseaux. En raison d'un manque de ressources, de temps et d'expertise, ils se penchent généralement sur ce qui leur est possible et avant tout, l'offre des services destinés à la communauté et revendiquer en faveur de l'intervention et le soutien *du* politique pour la communauté. En lien avec *la* politique, plusieurs des représentants ont mentionné que ce n'était pas leur rôle et que plusieurs

obligations les empêchent de parler de la politique, mais personne n'exprimait que ce n'était pas important d'en parler.

Du côté des membres de la communauté, leur manque de sensibilisation est aussi problématique. Même si les organismes trouvaient des manières de parler des enjeux politiques, le manque d'engagement de la part de la communauté supposée les soutenir démontre que les discussions ne seront pas démocratiques. Autrement dit, des individus qui ne font pas partie des institutions impliquées n'auront pas d'occasions de donner leur avis. Cet enjeu en particulier se présente dans les deux environnements.

Partie V. Conclusion

Ce projet de recherche a exploré les dynamiques communicatives de la communauté franco-colombienne au sein des réseaux sociaux à travers la perspective des organismes communautaires. La recherche avait pour but d'analyser la nature démocratique des espaces numériques franco-colombiennes en lien avec la théorie de Habermas, de voir les perceptions des organismes communautaires de leur travail et leur pouvoir sur les différentes plateformes numériques ainsi qu'imaginer comment augmenter l'engagement sur ces plateformes et alors soutenir l'existence communautaire sur celles-ci.

Les recherches menées dans le passé montrent comment les espaces numériques peuvent être appropriées de plusieurs manières par les membres de la communauté et dans certains cas, faciliter la création des communautés numériques. Ces discussions, en fonction des dynamiques communicatives entre utilisateurs, peuvent se classer comme étant plus ou moins démocratiques en fonction de la proximité avec l'idéal-type de sphère publique imaginée par Habermas.

En ayant fait sept entretiens avec des responsables des communications et des directeurs généraux d'organismes communautaires, j'ai visé à mieux comprendre comment ils voyaient ces plateformes en tant qu'outils communicatifs et l'importance du et de la politique dans leur travail. Ces plateformes sont utilisées avant tout pour promouvoir des activités et des événements, les organismes et aussi communiquer leurs services à l'ensemble de la communauté. Ce contenu est parfois adapté en fonction de son public et apparaît sur des plateformes qui correspondent mieux aux communications des organismes et pour atteindre leur public cible.

Les représentants des organismes communautaires essaient de développer différentes initiatives pour répondre aux besoins en lien avec des enjeux *du* politique. En ce qui concerne *la* politique, les organismes ne discutent pas de ces sujets, mais en comprennent l'importance, choisissant alors la voie de la neutralité si jamais ils décident de partager des informations. Concernant la revendication, il y a cette idée sous-jacente que c'est le rôle des organismes, comme la Fédération des francophones de la Colombie-Britannique ou le Conseil scolaire francophone, de prendre la parole et de mettre en avant leur perspective (en tant qu'organisme, mais aussi de la part de la

communauté). Ce n'est pas que les représentants d'autres organismes trouvent que parler des politiques n'est pas important, mais il existe plusieurs freins à cette prise de parole comme mentionnées ci-dessus, particulièrement en raison des obligations envers des bailleurs de fonds.

En outre, un manque de participation de la part de la communauté signifie que la communication communautaire n'existe pas vraiment. La communauté reste détachée et ne répond pas aux appels faits par ces organismes. Bien que les organismes communautaires essaient de personnaliser leurs services à leur public cible, la communauté reste endormie, autrement dit, il n'y a pas d'engagement de sa part. Aussi, avec des limites mises en place par les plateformes numériques, notamment les algorithmes et les règlements d'utilisateur, c'est encore plus difficile d'attirer son public vers son contenu. Les groupes Facebook montrent par contre comment un engagement actif entre utilisateurs peut avoir lieu, mais ces groupes restent un exemple imparfait de délibération démocratique puisque le but principal c'est d'entrer en dialogue selon le besoin puis quitter le groupe. Les exemples de rassemblement en présentiel donnés par les participants de la recherche montrent aussi comment la communauté peut s'engager dans un dialogue plus profond s'ils sont impliqués.

Cette recherche souligne avant tout la complexité des dynamiques communicatives au sein de la communauté entre organismes et membres. La communauté en soi est fragmentée sur les plateformes numériques, ce qui n'est pas complètement sa faute, mais il faudrait travailler ensemble pour pouvoir s'échapper d'une situation d'impasse. En particulier, la collaboration entre les organismes communautaires comme premier pas pourrait inciter plus de communication sur ces plateformes ainsi qu'en présentiel.

Cette recherche avait pour but d'explorer pour la première fois la présence de délibération démocratique au sein des plateformes numériques de la communauté franco-colombienne. Elle visait à combler des lacunes dans notre connaissance de la théorie de la sphère publique de Habermas, mais encore plus important, de la communauté franco-colombienne dans ce contexte. Alors que l'idéal-type de sphère publique proposée par Habermas caractérise les discussions et débats comme étant plus ou moins démocratiques, la communauté franco-colombienne au sein des

plateformes numériques nous présente un cas qui nécessite des nuances pour bien comprendre pourquoi la délibération est limitée.

Alors que les études menées dans le passé sur des sujets similaires avaient traité la francophonie dans d'autres provinces et de la présence des discours au sein des plateformes numériques, cette recherche est unique dans le sens où elle utilise une approche interprétative et exploratoire, ce qui permet une autre manière d'apercevoir la situation des CLOSM. Elle aide à bien contextualiser la situation et invite à une réflexion en fonction des réalités qui se présentent sur le terrain. Dans ce cas, puisque je réside en Colombie-Britannique et que j'avais déjà une compréhension de base des communications au sein de la communauté, j'ai pu explorer ces thématiques avec les organismes pour mieux comprendre leurs enjeux. Ces bénéfices contribuent à une meilleure compréhension des différents acteurs ainsi que des dynamiques de pouvoir entre eux. Ce type de recherche a permis aussi de voir le côté normatif et de mettre en avant les besoins des organismes communautaires, dans un effort d'améliorer la communication entre celles-ci et les membres de la communauté.

Les recherches futures devraient analyser la vision des membres de la communauté, explorer comment ils perçoivent la situation des communications au sein de la communauté et alors pourquoi ou pas se sentir interpellés à participer. Une analyse comparative d'autres CLOSM et de leur engagement politique sur les réseaux sociaux pourrait aussi constituer un sujet pertinent à explorer, surtout pour observer les capacités d'autres organismes à nourrir des dialogues en ligne et savoir s'ils font face aux mêmes défis. Les résultats de ces futurs projets de recherche en combinaison avec ce projet peuvent être utilisés en tant que plaidoyer envers les parties prenantes pour qu'elles comprennent mieux les limites en place pour les organismes communautaires et alors travailler avec eux sur des solutions durables.

Partie VI. Recommandations

Selon un des participants à la recherche, avoir des discussions politiques nous permet de « colorer un peu la francophonie » (Entretien 4). À mon avis, ce qu'il voulait dire par ça est que cela nous offre des opportunités de faire vivre notre francophonie. La francophonie demeure un sujet très politisé, mais pour des raisons mentionnées dans cette recherche, il existe parfois des freins empêchant la discussion et la recherche des solutions aux enjeux politiques. Un des rôles des membres de la communauté est de soutenir la viabilité et la pérennité de la communauté. Alors, comment procéder ?

Lors des entretiens, j'ai posé quelques questions pour mieux comprendre à quoi un monde idéal rassemblerait pour les personnes interrogées. Parmi les suggestions, « avoir plus de temps pour créer du contenu » (Entretien 4), « des formations » pour les employés pour acquérir des nouvelles compétences ainsi que des formations en communications pour d'autres membres de leurs équipes pour mieux comprendre leur travail et leur « sensibiliser à ce qu'on fait » (Entretien 7), ont été mentionnées. Aussi, les barrières qui empêchent l'engagement, notamment en lien avec les plateformes numériques et leur usage, en particulier, tellement de nouveautés technologiques, incluant « les algorithmes qui changent chaque semaine », n'existeront plus (Entretien 2). Par ailleurs, pour les personnes âgées et les personnes avec un statut socioéconomique plus bas, trouver des manières de « leur former » ou adapter les contenus pour qu'ils restent toujours accessibles est un défi à relever (Entretien 1 ; Entretien 2).

Ce qui ressortait avant tout de toutes ces réponses est un désir de mieux s'engager auprès sa communauté. En contexte minoritaire, cela voudrait dire, dans certains cas, de mettre en place des pratiques d'inclusion pour des personnes avec différentes expériences et qui font face à différentes formes de discrimination. Un.e participant.e avait très bien résumé la situation :

Il faut reconnaître... le fait que oui, il peut y avoir du racisme au sein de la communauté francophone en situation minoritaire. Donc voilà, c'est vrai que le cas là et je pense que c'est une première chose. Après [il y a] peut-être aussi une méconnaissance de cette réalité-là, parce qu'enfin voilà, moi-même je fais pas partie de cette communauté-là de minorité visible, donc c'est des choses que seules des personnes de ces communautés peuvent nous dire... et ces

communautés sont pas forcément toujours représentées au sein des organismes (Entretien 1).

Plus tard dans cette discussion, cet.te participant.e a exprimé comment « [p]our essayer d'améliorer ce genre de situation, il faut être à l'écoute et « donner la parole » aux personnes vivant ces réalités. Cette pratique invite de la réflexion, surtout concernant les compétences ainsi que sur comment assurer que les réalités d'autres soient non seulement comprises, mais aussi prises en compte en créant différentes initiatives communautaires.

Quelques participant.es ont aussi mentionné comment « identifier les personnes qui sont plutôt engagées dans la communauté » et trouver des manières de les inclure dans des campagnes peut soutenir des « efforts de sensibilisation [...] via les médias ». L'idée sous-jacente dans ce cas ainsi que dans les exemples précédents, est de faire des pas vers l'inclusion communautaire pour que les membres de la communauté « se sentent interpellés » et représentés dans les différentes communications et programmes offerts par la communauté (Entretien 6).

Pour élargir son public, communiquer de manière bilingue pourrait aider la communauté à capter l'attention plus de personnes et à dépasser les algorithmes en place (Vijay & Gekker, 2021; Bodrunova et al., 2018). Alors que plusieurs individus interviewés ont expliqué que le choix d'utiliser le français était politique, le choix de ne pas utiliser l'anglais pourrait malheureusement contribuer à encore plus de fragmentation sur les réseaux sociaux.

En outre, il y a aussi une mention à propos de l'importance de communiquer entre les différentes organisations de la communauté à travers un « ...forum des partenaires *top down* » (Entretien 4). Ce genre de forum pourrait soutenir des efforts pour non seulement comprendre leurs buts communs et établir des partenariats, mais aussi pour participer à ce qu'on appelle la *concertation communautaire*. Cette pratique implique le rassemblement entre membres de la communauté pour discuter et déterminer les prochaines actions. Ces discussions entre organismes pourraient aider à déterminer comment envisager la communication sur des thèmes politiques ainsi que les initiatives communautaires qui manquent. Ces actions peuvent servir de premiers pas vers la mise en place des espaces pour la délibération démocratique.

Puisque c'est aussi la Fédération des Francophones de la C.-B. qui semble prendre la parole sur des sujets politiques au nom de la communauté, il serait important pour elle d'être présente pour pouvoir mieux comprendre les défis auxquels d'autres organismes font face ainsi que les réalités de ses membres. À travers ces discussions, les organismes peuvent déterminer les meilleures pratiques à utiliser de manière communautaire pour que les règles soient cohérentes et faciles à comprendre pour les utilisateurs. Elles peuvent aussi déterminer comment mettre en place des pratiques pour se soutenir sur ces plateformes-là, par exemple :

...quand il y a des articles d'organismes ou de personnes qu'on apprécie parfois on *like* ou on *repost* pour aider ceux qui font du bon travail de manière à ce que voilà, ça s'amplifie ... ce réflexe, il est pas commun au sein de notre francophonie britanno-colombienne puisque y'a des contenus de produit, y a beaucoup de contenus de produit, mais très peu d'interactions (Entretien 4).

Mettre en place des pratiques pour que les messages communautaires soient mieux diffusés contribueraient non seulement à l'agrandissement de la communauté, mais aussi à favoriser des pratiques démocratiques au sein de ces plateformes.

Du côté logistique, les communicants peuvent essayer de communiquer de manière plus concrète ce qu'ils recherchent parmi leurs membres pour voir si cela attire plus de personnes. Cette idée « d'interpeller » les membres de la communauté (Entretien 6), de « faire appel » à leur participation (Entretien 4) pourrait faire signe à eux que c'est un bon moment de participer.

Par ailleurs, sur des plateformes « ludiques », y utiliser des techniques visuelles adaptées, par exemple des couleurs vives ou des mises en page et textes créatifs pour rendre le passage des messages plutôt politique, pourrait non seulement attirer plus d'attention, mais aussi rendre les discussions politiques plus légères et accessibles (Entretien 4 ; Entretien 7). Spécialement pour les jeunes qui aiment prendre position sur leurs réseaux sociaux, par exemple « [en publiant] dans leur *story* sur des conflits mondiaux » sur Instagram, avoir ces espaces de dialogue peut les inciter à devenir des leaders et alors lutter en faveur de la communauté (Entretien 7). Designer des espaces virtuels, par exemple des groupes Facebook ou sur Instagram pour les jeunes pour parler des politiques pourrait soutenir les efforts pour avoir des membres de la communauté dialoguant sur des sujets qui les passionnent. Ceci permet aussi aux organismes d'avoir des plateformes dynamiques soutenant plusieurs causes et

mandants tout en rendant service aux membres de la communauté. Si les organismes ne peuvent pas être ceux qui prennent directement la parole, offrir ces espaces peut inviter des individus à utiliser de plus en plus souvent les réseaux sociaux pour parler des enjeux qu'ils trouvent pertinents et peut-être dans le futur créer une sphère publique au sein de la communauté. Il est sûr qu' « on a pas envie de se réveiller tous les matins et d'avoir une conversation à modérer » sur des sujets politiques » alors l'important dans ce cas-là sera de « trouver ce juste milieu de quelle conversation on veut créer » (Entretien 2), par exemple en utilisant des pratiques mentionnées ci-haut.

Bibliographie

- Bergie, B. & Hodson, J. (2015). The Twitter Citizen: Problematizing Traditional Media Dominance in an Online Political Discussion. Dans Rambukkana, N (dir.). *Hashtag Publics : The Power and Politics of Discursive Networks*. 1st, New ed.. Peter Lang Inc., International Academic Publishers. <https://www-peterlang-com.proxy.lib.sfu.ca/document/1118297>
- Bernier, M.-F. (2015). The professional 'Creed' of francophone journalists in linguistic majorities and minorities in Canada. *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, 4(1), 153–168. https://doi.org/10.1386/ajms.4.1.153_1
- Bodrunova, S., Smoliarova, A., Blekanov, I., Zhuravleva, N., & Danilova, Y. (2018). A global public sphere of compassion? #JeSuisCharlie and #JeNeSuisPasCharlie on Twitter and their language boundaries. *Monitoring Obsestvennogo Mneniia*, 1, 267–295. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.1.14>
- Boulianne, S., & Theocharis, Y. (2020). Young People, Digital Media, and Engagement: A Meta-Analysis of Research. *Social Science Computer Review*, 38(2), 111–127. <https://doi.org/10.1177/0894439318814190>
- Bruns, A., & Highfield, T. (2016). Is Habermas on Twitter? In *The Routledge Companion to Social Media and Politics* (1st ed., pp. 56–73). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315716299-5>
- Caliandro, A., & Gandini, A. (2016). Content analysis. Dans Caliandro, A., & Gandini, A. (dirs.). *Qualitative Research in Digital Environments*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315642161>
- Caliandro, A., & Gandini, A. (2016). Social network analysis. Dans Caliandro, A., & Gandini, A. (dirs.). *Qualitative Research in Digital Environments*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315642161>
- Campbell, DA, Lambright, KT. (2020). Terms of engagement: Facebook and Twitter use among nonprofit human service organizations. *Nonprofit Management and Leadership*. 30: 545– 568. <https://doi-org.proxy.lib.sfu.ca/10.1002/nml.21403>
- Caren, N., Jowers, K. & Gaby, S. (2012), "A Social Movement Online Community: Stormfront and the White Nationalist Movement", Earl, J. & Rohlinger, D.A. (Ed.) *Media, Movements, and Political Change (Research in Social Movements, Conflicts and Change, Vol. 33)*, Emerald Group Publishing Limited, Leeds, pp. 163-193. [https://doi.org/10.1108/S0163-786X\(2012\)0000033010](https://doi.org/10.1108/S0163-786X(2012)0000033010)
- Carboni, J.L. and S. P. Maxwell. (2015). Effective Social Media Engagement for Nonprofits: What Matters? *Journal of Public and Nonprofit Affairs*1(1):18-28. DOI: <https://doi.org/10.20899/jpna.1.1.18-28>

- Charbonneau, François (2020). Les effets de la dépendance des associations porte-paroles de la francophonie canadienne sur le gouvernement du Canada : <https://rifrancophonies.com/index.php?id=1033?id=1033>
- Clark, M. (2015). Black Twitter: Building Connection through Cultural Conversation. Dans Rambukkana, N (dir.). *Hashtag Publics : The Power and Politics of Discursive Networks*. 1st, New ed.. Peter Lang Inc., International Academic Publishers. <https://www-peterlang-com.proxy.lib.sfu.ca/document/1118297>
- Cordelier, B. (2015). Consommation et identité en ligne. In *Identité et multiplicité en ligne* (1st ed., p. 159). Presses de l'Université du Québec. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1f1171z.12>
- Danner, F. (2017). Jürgen Habermas : Délibération et démocratie [Jürgen Habermas: deliberation and democracy]. *Princípios: Revista de Filosofia (UFRN)*, 24(44), Article 44. <https://doi.org/10.21680/1983-2109.2017v24n44ID10034>
- Eleta, I., & Golbeck, J. (2014). Multilingual use of Twitter: Social networks at the language frontier. *Computers in Human Behavior*, 41(Dec), 424–432. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.05.005>
- Faraj, S., von Krogh, G., Monteiro, E., & Lakhani, K. R. (2016). Special Section Introduction—Online Community as Space for Knowledge Flows. *Information Systems Research*, 27(4), 668–684. <https://doi.org/10.1287/isre.2016.0682>
- Forgues, É. (2015). Ni verticale, ni horizontale : la gouvernance communautaire au sein de la francophonie en situation minoritaire au Canada. *Revue Gouvernance / Governance Review*, 12(1). <https://doi.org/10.7202/1038873ar>
- Fujii, L. A. (2018). *Interviewing in social science research: a relational approach / Lee Ann Fujii*. Routledge.
- Habermas, J. (2006). Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research. *Communication Theory*, 16(4), 411–426. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2006.00280.x>
- Habermas, J. (2022). Reflections and Hypotheses on a Further Structural Transformation of the Political Public Sphere. *Theory, Culture & Society*, 39(4), 145-171. <https://doi.org/10.1177/02632764221112341>
- Hale, S. (2014). Global connectivity and multilinguals in the Twitter network. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 833–842. <https://doi.org/10.1145/2556288.2557203>
- Ihm, J. (2022). How individuals use nonprofit organizations' social media pages: Understanding functions of and networks from individual posts for social change. *Public Relations Review*, 48(5), 102252. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2022.102252>

- Kenny, N. (2020). Constitutional Rights at the Kitchen Table: British Columbia Francophones and the Making of a Minority-Language Educational System. *Historical Studies in Education*, 32(2), 148. <https://doi.org/10.32316/hse-rhe.v32i2.4841>
- Kruse, L. M., Norris, D. R., & Flinchum, J. R. (2018). Social Media as a Public Sphere? Politics on Social Media. *Sociological Quarterly*, 59(1), 62–84. <https://doi.org/10.1080/00380253.2017.1383143>
- Lalancette, M., & Raynauld, V. (2019). The Power of Political Image: Justin Trudeau, Instagram, and Celebrity Politics. *American Behavioral Scientist*, 63(7), 888–924. <https://doi.org/10.1177/0002764217744838>
- Landry, M et Bourque, J. (2020). La dépendance financière des associations de la francophonie canadienne : rôle particulier dans une situation typique. <https://www.erudit.org/en/journals/minling/1900-v1-n1-minling07513/1094400ar/abstract/>
- Landry, R., Forgues, É. & Traisnel, C. (2010). Autonomie culturelle, gouvernance et communautés francophones en situation minoritaire au Canada. *Politique et Sociétés*, 29(1), 91–114. <https://doi.org/10.7202/039957ar>
- Léger, R. (2015). Qu'est-ce que la gouvernance communautaire francophone? Dans L. Cardinal et É. Forgues (dir.), *Gouvernance communautaire et innovations au sein de la francophonie néobrunswickoise et ontarienne* (p. 25-44). Presses de l'Université Laval. PDF.
- Léger, R., & Brisson, G. (2022) Introduction. Dans Léger, R. et Brisson, G. (dirs.). *La francophonie de la Colombie-Britannique : éducation, diversité et identités*. (pp. 1-18) Presses de l'Université Laval.
- Léger, R. & Normand, M. (2020). L'échelle de la prise en charge : un outil pour évaluer la relation entre les organismes de la francophonie canadienne et l'État. PDF
- Léger, R., & Poullos, N. (2018). Les hauts et les bas de l'action politique. *Minorités Linguistiques et Société*, 10, 196–216. <https://doi.org/10.7202/1054102ar>
- Loader, B. D., & Mercea, D. (2011). Networking Democracy? *Information, Communication & Society*, 14(6), 757–769. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2011.592648>
- Lüders, A., Dinkelberg, A., Quayle, M. (2022). Becoming “us” in digital spaces: How online users creatively and strategically exploit social media affordances to build up social identity. *Acta Psychologica*, 228. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2022.103643>.

- Lupien, P. (2020). Les médias socionumériques et la participation des minorités francophones canadiennes à la vie politique. *Terminal. Technologie de l'information, culture & société*, 127, Article 127. <https://doi.org/10.4000/terminal.6064>
- Patrimoine canadien. (2024, février 7). *Statistiques sur les langues officielles au Canada*. <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/langues-officielles-bilinguisme/publications/statistique.html>
- Gouvernement du Canada, S. C. (2023, juillet 19). *Faits saillants sur la langue française en Colombie-Britannique en 2021*. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/89-657-x/89-657-x2023014-fra.htm>
- McMullin, C. (2022). Co-production and the third sector. Dans *Non-profit Organizations and Co-production*. Routledge.
- Millette, Mélanie. 2014. « Contre-public et médias sociaux : le cas du collectif francophone taGueule! au Canada anglais », chapitre dans S. Proulx, J. L. Garcia et L. Heaton (éd.) *La contribution dans l'univers numérique. Pratiques participatives à l'ère du capitalisme informationnel*. Presses de l'Université du Québec. PDF
- Millette, Mélanie et Sylvain Rocheleau. 2015. « Des tactiques de mise en visibilité : regard sur l'usage de Twitter par des acteurs des minorités franco-canadiennes », dans F. Liénard et S. Zlitni (dir.) *La communication électronique : enjeux, stratégies, opportunités*. Éditions Lambert Lucas : Limoges (France), p. 47-58.
- Normand, M. (2019). Chapitre 9 Le pouvoir d'agir des communautés francophones minoritaires canadiennes. *Le Canada dans le monde : acteurs, idées, gouvernance / sous la direction de Aude-Claire Fourot, Rémi Léger, Jérémie Cornut et Nicolas Kenny*. Presses de l'Université de Montréal.
- Patrimoine canadien. (2024, février 7). *Statistiques sur les langues officielles au Canada*. <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/langues-officielles-bilinguisme/publications/statistique.html>
- Rocheleau, Sylvain, et Mélanie Millette. 2015. Meta-Hashtag and Tag Co-occurrence: From Organization to Politics in the French Canadian Twittersphere. In N. Rambukkana (éd.), *The Power and Politics of Discursive Networks* (p. 243-254). Toronto: Peter Lang Press. PDF
- Saldaña, J. (2021). *The coding manual for qualitative researchers / Johnny Saldaña*. (4E [Fourth edition]). SAGE.
- Schwartz-Shea, P., & Yanow, D. (2012). *Interpretive research design : concepts and processes / Peregrine Schwartz-Shea and Dvora Yanow*. (1st edition.). Routledge.

- Seeliger, M., & Sevignani, S. (2022). A New Structural Transformation of the Public Sphere? An Introduction. *Theory, Culture & Society*, 39(4), 3–16.
<https://doi.org/10.1177/02632764221109439>
- Tilly, C., & Tarrow, S. (2015). *Contentious Politics*. Oxford University Press, Incorporated. <http://ebookcentral.proquest.com/lib/sfu-ebooks/detail.action?docID=2121281>
- Vijay, D., & Gekker, A. (2021). Playing Politics: How Sabarimala Played Out on TikTok. *American Behavioral Scientist*, 65(5), 712–734.
<https://doi.org/10.1177/0002764221989769>
- Wagener, A. (2020). Mèmes, gifs et communication cognitivo-affective sur Internet. *Communication*. <https://doi.org/10.4000/communication.11061>

Annexe A.

Questionnaire

1. Pouvez-vous m'expliquer votre rôle au sein de l'organisme X ? Quelles sont vos tâches ?
2. Quels sont les réseaux sociaux que votre organisme utilise pour rester en contact avec vos membres? Lesquels priorisez-vous dans vos communications et pourquoi ?
3. Qui est votre public cible ?
4. Quel genre de contenu est-ce que vous publiez ? Comment présentez-vous votre message à travers ce contenu ?
5. Dans quelles langues communiquez-vous sur les médias sociaux ? Pourquoi ?
6. Quel est selon vous l'objectif de votre engagement sur les médias sociaux ? Par exemple, est-ce d'informer votre public cible, de le sensibiliser, de mettre de la pression sur le gouvernement fédéral et/ou provincial, etc.?
7. Est-ce que vous prenez position sur des sujets politiques et/ou est-ce que vous suscité la discussion sur des sujets politiques?
8. Pourriez-vous me donner un exemple d'une discussion en ligne au sein de la communauté centrée sur un enjeu politique? Décrivez cette discussion dans le détail (comment a-t-elle commencé, quel a été votre rôle, en quoi est-ce que cet enjeu est politique etc.).
9. Dans un monde idéal, qu'aimeriez-vous changer dans les communications sur vos réseaux sociaux ?
10. Y'a-t-il des enjeux qui touchent la communauté qui ne sont pas débattus en ligne, et qui devraient l'être d'après vous? Pourquoi ne sont-ils pas débattus en ligne?

11. Pourquoi ne pas discuter sur les réseaux sociaux d'enjeux politiques qui touchent la communauté ?
12. Comment pourriez-vous encourager un élargissement de la participation des membres de la communauté aux débats en ligne?