« Mon dépanneur est vietnamien » ou les stéréotypes à la rescousse de la communication interculturelle dans le contexte du Québec

“My Seller is Vietnamese” or Stereotypes to the Rescue of Intercultural Communication in Quebec

Christian Agbobli

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/12295>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.12295

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 septembre 2018

Pagination : 169-186

ISBN : 978-2-8143-0519-9

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Christian Agbobli, « « Mon dépanneur est vietnamien » ou les stéréotypes à la rescousse de la communication interculturelle dans le contexte du Québec », *Questions de communication* [En ligne], 33 | 2018, mis en ligne le 01 septembre 2020, consulté le 05 janvier 2021. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/12295> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.12295>

> NOTES DE RECHERCHE

CHRISTIAN AGBOBLI

Groupe d'études et de recherches axées sur la communication internationale et
interculturelle

Université du Québec à Montréal

CA-H3C 3P8

agbobli.christian@uqam.ca

« MON DÉPANNEUR EST VIETNAMIEN » OU LES STÉRÉOTYPES À LA RESCOUSSE DE LA COMMUNICATION INTERCULTURELLE DANS LE CONTEXTE DU QUÉBEC

Résumé. — Le 25 janvier 2006, une série télévisée intitulée *Pure laine* faisait son apparition sur la chaîne publique québécoise Télé-Québec. Lors de sa sortie, *Pure laine* reçut un accueil plutôt favorable du milieu médiatique. Cette série de vingt-six épisodes, qui a duré deux saisons, présente de manière humoristique la diversité ethnoculturelle au Québec. La présente contribution vise à enrichir les pistes théoriques explorées dans la recherche en communication interculturelle en s'appuyant sur la série *Pure laine*. À travers le cas de cette série, on cherche à comprendre le traitement de la diversité par les médias et on interroge le rôle de ces derniers dans le processus de communication interculturelle.

Mots clés. — médias, minorités, série, *Pure laine*, communication interculturelle, idéologie, Québec

Le 25 janvier 2006, une série télévisée intitulée *Pure laine* faisait son apparition sur la chaîne publique québécoise Télé-Québec. Lors de sa sortie, *Pure laine* reçut un accueil plutôt favorable du milieu médiatique. Cette série de vingt-six épisodes, qui a duré deux saisons, présente de manière humoristique la diversité ethnoculturelle au Québec. Dans la société, lorsque la question de l'interculturalité est abordée, des interrogations quant à la nature de la rencontre entre les cultures en présence apparaissent immanquablement. On s'interroge sur l'« autre » et ses caractéristiques et la rencontre avec l'Autre peut engendrer du pire comme du meilleur. Comme le souligne Tzvetan Todorov (1989 : 8) :

« L'histoire du discours sur l'autre est accablante. De tout temps les hommes ont cru qu'ils étaient mieux que leurs voisins. [...] On peint donc le portrait de l'autre en projetant sur lui nos propres faiblesses ; il nous est à la fois semblable et inférieur. Ce qu'on lui a refusé avant tout, c'est d'être différent : ni inférieur ni (même) supérieur, mais autre, justement ».

La présente contribution vise à enrichir les pistes théoriques explorées dans la recherche en communication interculturelle en s'appuyant sur le cas de la série *Pure laine*. La question qui nous préoccupe est la suivante : comment les théories en communication interculturelle permettent-elles d'analyser la série *Pure laine* qui met en vedette des acteurs issus des communautés culturelles ? À travers le cas de cette série, nous cherchons à comprendre le traitement de la diversité par les médias et nous interrogeons le rôle de ces derniers dans le processus de communication interculturelle.

Les recherches sur les médias et la communication interculturelle se sont développées dans plusieurs régions du monde, particulièrement au Royaume-Uni, au Canada, en Australie, en Israël, en France, en Allemagne ou en Finlande (Larrazet, Rigoni, 2014) et les *cultural studies* ont contribué à la réflexion autour de cette problématique (Albertini, Péliissier, 2009 ; Maigret, 2013 ; 2014). Ce domaine de recherche soulève une série de défis parmi lesquels l'affinage des concepts d'analyse et des méthodes d'investigation (Guyot, 2006), la reconnaissance (Malonga, 2008), la représentation et la représentativité (Macé, 2007 ; Rigoni, 2007 ; Ghosn, 2015). On peut néanmoins avancer que les recherches sur les médias et la communication interculturelle gravitent autour de trois axes principaux. Les travaux du premier axe se concentrent sur l'analyse sémiologique des images et cherchent à interpréter le langage ainsi que les signes en fonction d'un contexte précis (Hartmann, Husband, 1974 ; Croteau, Hoynes, 1997) ; dans ce cas-ci, la signification des images traitant de la différence ethnoculturelle permet de saisir les significations et représentations associées à cette différence. Le deuxième axe de recherche se concentre sur l'économie politique des médias et y inclut tant l'idéologie des médias que les rapports de force entre immigrants et société d'accueil (Cottle, 1997 ; Gandy, 1991). Cet axe analyse la communication interculturelle et médiatique sous l'angle des structures économico-politiques. Le troisième axe part du point de vue du récepteur (parfois issu des communautés ethnoculturelles) pour comprendre le décodage ainsi que la manière dont il s'approprie les médias dans son processus de communication interculturelle (Thompson, 1995 ; Hallam, Sreet, 2000).

Tout en tenant compte des travaux s'inscrivant dans la lignée de ces axes, notre réflexion vise davantage, de manière non instrumentale, à analyser théoriquement cette série en s'inspirant des images véhiculées par *Pure laine* et du contexte plus global dans lequel elle s'insère. S'appuyant sur une méthodologie qualitative reposant sur l'étude de cas, ce travail vise à comprendre le contenu de cette série sans suivre une logique séquentielle d'analyse de contenu. Cette interrogation critique fondée sur l'analyse d'une série de fiction a recours à la méthode constructiviste par le biais d'une analyse construite à partir de certains épisodes et certaines séquences significatives. Pour ce faire, en premier lieu, sont présentés la série, ses caractéristiques et son contexte d'émergence. Ensuite, l'idéologie et la rhétorique discursive de *Pure laine* sont abordées. La communication interculturelle, ses obstacles et les nouvelles frontières médiatiques clôturent la réflexion.

La série *Pure laine*, ses caractéristiques et son contexte d'émergence

Dominique Michel est le personnage central de l'émission. D'origine haïtienne, ayant immigré au Québec, il est professeur de Collège d'enseignement général et professionnel (Cégep). Il partage sa vie avec Chantal Arsenault, une Québécoise « pure laine »¹ qui vient des Îles de la Madeleine et qu'il a rencontrée dans une boîte de nuit. Elle est avocate de profession. Leur rencontre et l'amour qui en résulta leur firent adopter la petite Ming. Ming Michel, âgée de dix ans, est d'origine chinoise. Comme tous les enfants de son âge, elle pose des questions auxquelles il n'est pas toujours aisé de répondre. À ces trois personnages principaux s'ajoute Nykol, la meilleure amie de Chantal. Celle-ci est une célibataire toujours en quête d'amour. Elle le rencontre avec un immigrant dont l'origine change avec les épisodes ; celui-ci est tour à tour allemand, cubain, africain, etc. Autour de ces quatre personnages gravitent d'autres personnages secondaires, mais tout aussi importants : la directrice d'école de Dominique, Suzanne, une Québécoise « pure laine », soucieuse d'accueillir les nouveaux arrivants non sans avoir des sentiments contradictoires ou des préjugés à leur égard ; Maurice Richard, chauffeur de taxi d'origine haïtienne et ami de Dominique.

De manière générale, comme trame narrative, Dominique prend à témoin un personnage inconnu pour lui expliquer ce qu'est le Québec. L'écoute du personnage et ses relances permettent à Dominique d'approfondir le thème de prédilection assigné à chaque épisode.

Voici sous forme de tableau les titres de chacun des épisodes des deux saisons de *Pure laine*.

¹ Au Québec, l'expression « Québécois pure laine » désigne les Québécois (Canadiens-français) dont les ancêtres sont arrivés au moment de la colonie. Cette expression est utilisée pour les distinguer des autres Québécois dont l'immigration est plus récente. L'explicitation de cette expression permet de saisir l'ironie du titre de la série.

Tableau I. Épisodes de *Pure laine*

Première saison (2006)	Deuxième saison (2007)
« Toutes couleurs unies »	« La chasse »
« Le téléroman »	« Le déménagement »
« Le surnom »	« L'Halloween »
« Le secret de Fatima »	« La revanche des berceaux »
« Le kirpan et le crucifix »	« Je me souviens »
« L'hiver »	« La douane »
« Un ethnique nommé Claude Ouellette »	« L'enterrement de vie de garçon »
« Visite libre »	« Moi et l'autre »
« N'oublie pas mon petit soulier »	« Bureau des passeports »
« Vision globale »	« Devine qui vient dîner ? »
« Canada de fantaisie »	
« Le tour de taxi »	
« Variétés Thibodeau »	
« La cabane à sucre »	
« Un tout petit mondial de rien »	
« Races de monde »	

Certains des titres renvoient à des symboles culturels ou à des caractéristiques du Québec. Par exemple, « Vision globale » fait référence à une organisation qui lutte contre la pauvreté et l'injustice dans le monde et qui présente des publicités de longue durée qui sont diffusées à la télévision généraliste québécoise et financées par l'organisation « Vision mondiale » ; il s'agit de la plus grosse organisation non gouvernementale (ONG) canadienne (Rodriguez, 2006). On y voit des enfants africains dénudés et entourés de mouches ou des enfants latino-américains pauvres. Le but de la publicité est de convaincre le public de parrainer ou de financer ces enfants pauvres. La « cabane à sucre » est l'endroit où on fabrique les produits de l'érable. Elle représente aussi un restaurant où sont servis les plats traditionnels québécois faits de gras, de porc, de fèves au lard enrobés d'érable. La cabane à sucre est un rituel du Québec : à la fin de l'hiver, les Québécois vont dans une cabane à sucre en guise d'activité familiale ou amicale. Le déménagement est une institution au Québec puisque la grande majorité des Québécois a pour habitude de déménager le 1^{er} juillet (date de la fête du Canada) et cette date est considérée comme le jour du déménagement national au Québec. Quant au titre « Devine qui vient dîner ? », il fait référence au film éponyme sorti en 1967 (et intitulé en Anglais *Guess who's coming to dinner*) dans lequel jouait Sidney Poitier (un Noir) qui voulait se marier avec une Blanche dans un contexte de lutte contre la discrimination raciale.

Pure laine a occupé une place particulière dans le paysage médiatique québécois. D'une part, il a été scénarisé par Martin Forget et réalisé par Jean Bourbonnais qui sont deux cinéastes québécois qui cherchaient à présenter sur un mode humoristique

les paradoxes et les contradictions de la société québécoise face à l'accueil et l'intégration des immigrants. D'ailleurs, *Pure laine* a obtenu le prix du multiculturalisme du Gala des Gémeaux qui distingue l'excellence de la télévision francophone au Canada. D'autre part, la série *Pure laine* se distingue par le fait que le personnage principal est issu des communautés culturelles². La notion de « communautés culturelles » est une expression qui s'est généralisée depuis la création du ministère de l'Immigration en 1968. Selon le gouvernement du Québec et particulièrement le Comité d'implantation du Plan à l'intention des communautés culturelles (1982, cité par Labelle, Field, Icart, 2007 : 6), « les membres des communautés culturelles se reconnaissent par l'un ou l'autre des critères suivants : 1. Lieu de naissance à l'extérieur du Canada, ou lieu de naissance de l'un des parents à l'extérieur du Canada et connaissance de la langue de la communauté d'origine ou connaissance de la langue (autre que le français) de la communauté d'origine ; 2. Langue maternelle autre que le français ; 3. Appartenance à une communauté visible ; 4. Appartenance à un groupe ethnique ou culturel, le groupe étant défini comme un ensemble caractérisé par des traits ethniques ou culturels communs ». Cette expression a souvent été critiquée parce qu'elle insinue l'idée de différentes catégories de citoyens. Mais pour le gouvernement (repris par Labelle, Field, Icart, 2007), cette expression veut rendre compte de l'attachement de certaines communautés à leur culture d'origine ainsi que des problèmes qui leur sont spécifiques.

La tension entre la prétention du Québec d'être une société d'accueil ouverte aux immigrants (Armony, 2007) et les obstacles communicationnels que vivent les membres des communautés culturelles (Bérubé, 2009) fait ressortir la pertinence de la présente réflexion sur *Pure laine*. En effet, sur le plan médiatique, des études antérieures avaient déjà révélé les difficultés d'insertion et de représentations des membres des communautés culturelles dans les médias québécois (Jacob, 1991 ; Dupont, Niemi, Campestre, 1994). Des études plus récentes démontrent toujours que les membres des communautés culturelles sont très peu représentés dans les médias (Bouchard, Taylor, 2008 ; Conseil des relations interculturelles, 2009) ou y sont stéréotypés (Proulx, Bélanger, 2001). Ces recherches démontraient l'inaccessibilité des médias pour les individus issus de communautés culturelles. En misant sur un personnage principal (ainsi que sur plusieurs personnages secondaires) provenant des communautés culturelles et en traitant des relations interculturelles, la série a fait le double pari d'attaquer frontalement l'épineuse question des relations entre personnes de cultures différentes et de réduire le déséquilibre de la représentation des communautés culturelles dans les médias québécois. Bien que les relations interculturelles y constituent la trame narrative, la série traite cependant d'autres sujets tels que l'homosexualité, la consommation, la citoyenneté, la politique, le sport, l'emploi, etc. Ces enjeux dépassent le seul cadre de l'émission et touchent directement au rôle des médias dans la société.

² Le seul exemple précédent fut la série *Jasmine*, diffusée en 1996 au Québec et qui traitait des relations entre la police et les communautés noires. Le personnage principal était une métisse (mulâtre en français du Québec).

En effet, la question de la représentation des minorités à la télévision dépasse le seul cadre médiatique, mais les médias sont souvent accusés de mettre en place un régime de monstration télévisuelle où l'Autre est caractérisé par sa non-intégration médiatique. Or, dans le cas de la série *Pure laine*, la monstration repose sur une surreprésentation et une intégration médiatique de l'Autre. Néanmoins, cette présence médiatique s'expose dans une certaine idéologie.

L'idéologie et les médias : de la rhétorique discursive à *Pure laine*

L'avènement des médias – et particulièrement de la télévision – est considéré comme un temps fort de construction de l'identité culturelle et l'évolution des médias tend à démontrer que ceux-ci reflètent davantage une société du spectacle (Debord, 1967), dans le sens où la société est mise en scène par le biais des médias. Cette dimension apparaît clairement dans l'analyse de Patrick J. Brunet (2004 : 11) sur la *spectacularisation* du monde à la télévision en lien avec la logique de consommation qui la caractérise : « La mise en image du réel aboutit pour les spectateurs que nous sommes, à une mise en spectacle du réel. [...] Si le réel montré par la lucarne télévisuelle devient spectacle, le phénomène de déréalisation qui s'ensuit se traduit alors par une modification de la perception des notions de temps, d'espace et d'existence ». Dans ce contexte, le contenu télévisuel laisse apparaître un mélange de genres auquel n'échappe pas la série *Pure laine*.

La série *Pure laine* est donc une fiction fondée sur le divertissement qui s'inspire du réel. Dans une précédente recherche comparant la série *Pure laine* à la série *Türkisch für Anfänger*, Christoph Vatter (2009) expliquait que la série québécoise abordait directement le thème du multiculturalisme³. Pour notre part, nous considérons que cette série traite d'enjeux spécifiques au Québec en s'inspirant du réel. On y aborde certaines questions habituellement traitées dans l'actualité telles que le profilage racial ou la non-reconnaissance des diplômes pour certains immigrants. Mais on traite aussi des enjeux liés au genre et aux défis de l'hiver, lesquels sujets relèvent du vécu de la majorité des Québécois. En effet, les préoccupations liées aux différences ethnoculturelles sont présentes dans les productions médiatiques québécoises, qu'il s'agisse d'émissions d'informations ou de divertissement. Dans ce sens, la série reflète une sorte de normativité présente dans les médias et leurs contenus (De la garde, 1992). Selon Véronique Nguyễn-Duy et Suzanne Cotte (1995 : 202), « il est en effet de plus en plus fréquent de retrouver dans des téléromans des intrigues reliées à divers problèmes sociaux ». *Pure laine* n'échappe pas à ce constat surtout lorsqu'il s'agit d'aborder les idéologies qui sont véhiculées par ce type de contenu.

³ Le multiculturalisme, modèle de gestion de la diversité, qui domine au Canada depuis 1971 a pour objectif de faire la promotion du patrimoine ethnoculturel tout en mettant l'accent sur la pleine participation de tous les citoyens à la société canadienne quelles que soient leurs origines.

Le fonctionnement de l'idéologie

L'idéologie est l'un des concepts les plus mobilisés en sciences sociales et loin d'être neutre, il contient une charge affective qui guide nombre de chercheurs – et dans leur sillage, nombre de sociétés. Ce concept recouvre plusieurs acceptions. Faisant une synthèse des recherches effectuées sur l'idéologie, Robert Fossaert (1983 : 18) souligne que la plupart des auteurs conçoivent l'idéologie « comme un système d'idées orientées vers la dissimulation, la justification ou la valorisation de quelque intérêt social ». Il définit l'idéologie comme « l'ensemble des pratiques sociales, en tant qu'elles participent de la représentation du monde, propre aux formes de la société considérée ; c'est donc aussi l'ensemble des structures sociales où ces pratiques s'inscrivent » (*ibid.* : 43).

Si on adopte une posture marxiste, les différentes visions de l'idéologie ont pour point commun d'affirmer la volonté d'une classe d'assurer son pouvoir sur les autres classes de la société. Pour Philippe Breton et Serge Proulx (1989 : 179), le média « est un appareil social de "manipulation idéologique", théoriquement facile à contrôler ». Robert Fossaert (1983 : 38) affine l'analyse en affirmant : « Les pratiques qui ont pour siège l'école, l'église, le laboratoire ou la rédaction d'un journal ont beau relever toutes de l'idéologie – puisqu'elles participent des activités sociales par lesquelles les hommes-en-société se représentent leur monde – ce n'en sont pas moins des pratiques bien distinctes dans l'idéologie ». Si les médias restent un moyen d'excellence visant la diffusion et le partage de l'idéologie et sont des pratiques de l'idéologie, la diversité culturelle reflétée (ou non) dans les médias reste le domaine dans lequel l'idéologie de la classe dominante tente de se perpétuer et de se renforcer.

Pourtant, si l'ambition de la série *Pure laine* diffusée à Télé-Québec repose sur une volonté de s'éloigner de l'idéologie, l'analyse de certaines séquences donne un résultat plus contrasté. En effet, la société Télé-Québec a pour objet « d'exploiter une entreprise de télédiffusion éducative et culturelle afin d'assurer, par tout mode de diffusion, l'accessibilité de ses produits au public. [...] Ces activités ont particulièrement pour but de développer le goût du savoir, de favoriser l'acquisition de connaissances, de promouvoir la vie artistique et culturelle et de refléter les réalités régionales et la diversité de la société québécoise⁴ ». Télé-Québec est donc avant tout une chaîne publique visant à refléter la société québécoise dans sa diversité. Son caractère public l'oblige dès lors à privilégier une représentation de la société la plus adéquate possible tout en étant soumise aux mêmes impératifs que les médias privés, à savoir les taux d'audience et le profit. En s'éloignant de la perspective classique sur l'idéologie, on peut dès lors affirmer que Télé-Québec pratique une idéologie qui se veut le reflet d'une société pluraliste et diversifiée. Quant à la série, à première vue, elle ne semble pas non plus imposer un schéma idéologique de domination d'un groupe ethnoculturel sur un autre puisque le

⁴ Article 16 de la *Loi sur la Société de télédiffusion du Québec et modifiant la Loi sur la programmation éducative et d'autres dispositions législatives*). Accès : <http://www.telequebec.tv/corporatif/>. Consulté le 20/01/2011.

personnage principal bien qu'issu des communautés culturelles a un rôle positif. Cette absence d'idéologie de domination d'un groupe sur l'autre peut être constatée lorsque Dominique, parlant à sa fille Ming dans le premier épisode lui dit : « Ta mère est originaire des Îles de la Madeleine. En termes d'heures de trajet, elle vient de plus loin que moi. [...] Les îles, c'est loin de Montréal et presque plus près de Port-au-Prince, à certains égards, par le rythme, la chaleur humaine ». Dans cette séquence, une Québécoise « pure laine » est comparée à un Haïtien et cette comparaison entraîne une forme d'égalité sociale et même un rapprochement culturel par rapport à un milieu qui leur est différent : la vie montréalaise.

Pourtant, les statistiques semblent indiquer que le choix du personnage principal d'origine haïtienne n'est pas anodin. Comme la société canadienne est multiculturelle et la société québécoise est interculturelle⁵, les statistiques ethniques sont possibles. Selon Statistiques Canada (2003), les membres des minorités ethniques renvoient à ceux qui ont des origines autres que française et britannique ainsi que les peuples autochtones. On considère que les Canadiens dont les ancêtres sont des Français ou des Britanniques ne font pas partie des minorités ethniques. Ces dernières regroupent des personnes aux origines suivantes : arabe, est-asiatique et sud-est-asiatique, latino-américaine, africaine, italienne, allemande, est-européenne, espagnole, juive, etc. À côté de cette appartenance ethnique existe une autre catégorie qui est celle des minorités visibles. Celles-ci concernent les Asiatiques, les Arabes, les Latino-Américains et les Noirs. Au sein des minorités visibles noires, la communauté haïtienne est la plus importante. Si l'on dénombre 243 625 Noirs au Québec (Statistique Canada, 2013), la communauté haïtienne à elle seule s'élève à 119 185, soit près de la moitié de cette population au Québec. Dans ce sens, le personnage central, Dominique Michel (joué par un acteur d'origine haïtienne, Didier Lucien), fait partie du groupe majoritaire au sein des communautés culturelles, susceptible d'être reconnu par la majorité québécoise d'origine canadienne-française. Ainsi *Pure laine* reproduit-il l'idéologie en représentant la société québécoise comme un lieu où les Haïtiens sont effectivement majoritaires au sein des communautés culturelles et en s'assurant d'avoir une audience élevée sans déstabiliser le public avec la présence d'une minorité non représentative des minorités habituellement connues.

De plus, l'idéologie en tant que re-présentation du monde est bien reflétée dans la série puisque les thèmes abordés, les constats avancés constituent une interprétation de certains éléments tirés de faits de société. Ainsi, dans l'épisode 3 « Le surnom »,

⁵ Par son statut de seule province francophone, le Québec est une société distincte à l'intérieur du Canada. Dans ce sens, elle a construit un modèle spécifique de gestion de la diversité, l'interculturalisme, qui valorise à la fois la culture majoritaire et sur les cultures minoritaires tout en reconnaissant la primauté des Canadiens d'origine française (Bouchard, 2012). L'interculturalisme québécois est défini comme « l'interpénétration entre les cultures sans gommer l'identité spécifique de chacune d'elles, mettant le multiculturel en mouvement pour le transformer véritablement en interculturel, avec tout le dynamisme que cela implique » (Legault, Raché, 2000 : 25). Toutefois, même si la notion d'interculturalisme est elle-même contestée (Emongo, White, 2014), sa distinction avec le multiculturalisme repose entre autres sur la langue ainsi que sur la place des minorités dans la société. L'interculturalisme se situe quelque part entre le multiculturalisme et l'assimilationnisme.

Dominique arrive dans sa nouvelle classe. La directrice, Suzanne, lui présente Rajiv, le concierge d'origine indienne. Celui-ci se plaint de sa situation : médecin de son état, ses compétences ne lui sont pas reconnues et tout le monde s'efforce de lui parler anglais alors qu'il cherche à maîtriser le français. Dans le même épisode, Dominique demande aux étudiants de lui donner un surnom. Par le biais des surnoms (voleur de job, M. Cannibale, bronzé, noiraud, basané, bougalou, Uncle Ben's) qui lui sont accolés par les étudiants, il aborde la question des stéréotypes. Aussi, il part à la recherche de celui à qui il a « volé le job » (son prédécesseur) pour le lui restituer et constate que ce dernier a fait une vraie-fausse dépression (*burn-out*) pour profiter des avantages (pécuniaires) du congé maladie. On comprend alors qu'un stéréotype combattu en renforce un autre. Si la séquence permet de comprendre que les immigrants ne sont pas des « voleurs de job », elle renforce toutefois l'idée que la dépression n'est pas vraiment une maladie puisqu'on peut la simuler, renforçant le stéréotype que les personnes en *burn-out* ne sont pas vraiment malades et veulent profiter du bon temps au détriment des autres qui continuent à travailler. Mais c'est dans le discours que l'idéologie se révèle le plus.

La rhétorique discursive de l'idéologie

Dans son ouvrage *The Interpretation of Culture*, Clifford Geertz (1973) estime que les sociologues marxistes et non marxistes ont en commun une attention exclusive aux déterminations de l'idéologie, c'est-à-dire à ses causes et à ses origines. Mais ce qu'ils évitent d'interroger, c'est précisément comment l'idéologie opère. Il soutient donc qu'il est nécessaire de se référer à l'importance de la rhétorique dans l'idéologie. Pour lui, il s'agit de la possibilité de comparer une idéologie avec les procédés rhétoriques du discours. Clifford Geertz (*ibid.* : 209) affirme : « Sans idée de la manière dont la métaphore, l'analogie, l'ironie, l'ambiguïté, le jeu de mots, le paradoxe, l'hyperbole, le rythme, et tous les autres éléments de ce que nous appelons improprement le "style" fonctionnent [...] dans la projection des attitudes personnelles sous leur forme publique, nous ne pouvons analyser l'importance des assertions idéologiques⁶ ».

Le discours fait partie des axes de réflexion des *cultural studies* tout comme une série d'autres éléments. Si Stuart Hall (1992 : 18) estime que « les *cultural studies* sont une formation discursive », il reconnaît aussi qu'elles ont été influencées par les questions de pouvoir, de classe, de savoir critique et de production du savoir. Dans ce sens, l'un des principaux points de rupture au Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) tourne autour de la question de la race avec notamment des réflexions sur les nouvelles dimensions de la culture avec des enjeux d'idéologie, de pouvoir culturel et de domination. La rhétorique discursive présente dans *Pure*

⁶ « With no notion of how metaphor, analogy, irony, ambiguity, pun, paradox, hyperbole, rhythm, and all the other elements of what we lamely call "style" operate – even, in a majority of cases, with no recognition that these devices are of any importance in casting personal attitudes into public form [...] It is not therefore surprising that they evade the problem of construing the import of ideological assertions ».

laine ne peut donc faire fi des analyses de Stuart Hall (voir la vidéo *Representation & the media* [1997]) notamment lorsqu'il explique les procédés rhétoriques de représentation et souligne que les termes comme violents, suspects, criminels, en fuite, deviennent une seconde identité collée aux Noirs.

La série se caractérise aussi par des intertitres dactylographiés en blanc sur un fond noir. Quelques-uns de ces intertitres sont les suivants : « Sommes-nous tous pareils ? », « Est-ce que "Diaspora" est un nom de maladie ? », « Qu'est-ce qu'un choc culturel ? », « Qu'est-ce que l'exotisme ? », « Qu'est-ce que la souveraineté-association ? », « Les immigrants sont-ils des voleurs de jobs ? », « Les Québécois seront-ils assimilés un jour ? », « Que signifie être politiquement correct ? », « Quel est le secret de Fatima ? », « Qu'est-ce que l'âme slave ? », « Comment dit-on "Ma cabane au Canada" en Créole ? », « Le cosmopolitisme est-il une richesse ? », « La banlieue est-elle un exil ? », etc. On notera au passage que ces intertitres produisent une pause dans la trame narrative. De même, leur forme interrogative démontre une volonté d'apporter une réponse à ces questions. Plusieurs constats peuvent être avancés. D'une part, le recours à des intertitres entre les séquences permet d'indiquer au spectateur le contenu qui suit. À raison de deux à quatre par épisode, ces intertitres attirent le regard et activent l'intérêt du spectateur par des contenus qui le surprennent. D'autre part, le personnage principal fait également une narration de ses constats et expose ses analyses à travers les exemples qu'il avance. Le recours à des analogies et à des hyperboles est présent.

Le premier épisode intitulé « Toutes couleurs unies » introduit le contexte de la rencontre entre Dominique et Chantal, les interrogations de leur fille Ming sur son identité québécoise malgré son adoption. Un jour, Ming rentre de l'école et est dépitée. Sa professeure lui dit qu'elle pourrait se forcer : elle a des A et des B et devrait n'avoir que des A. Selon la professeure, en tant qu'Asiatique, elle devrait être la meilleure. Dominique lui explique alors qu'il danse mal alors que tout le monde dit que les Noirs dansent bien. Quelques images plus loin, on voit Dominique Michel se déhancher sur la piste de danse en vrai Dieu de la scène. Le procédé rhétorique d'échange entre les personnages montre que le discours combat les stéréotypes alors que l'image confirme le stéréotype du Noir dansant, appuyant ainsi Clifford Geertz dans sa définition de la manière dont opère l'idéologie. Un autre exemple en atteste. Dans le même épisode, Dominique raconte des anecdotes sur son patronyme. Ainsi, lorsqu'on lui demande son nom et qu'il répond Dominique Michel⁷, ses interlocuteurs sont surpris. Si Chantal reste interloquée, un policier lui rétorque « est-ce que tu me niaisais en plus le smart ? », et un chauffeur de taxi rigole. Quant à sa fille Ming, elle ne comprend pas ces différentes réactions et l'exprime par la question suivante : « Y a-t-il quelqu'un d'autre qui s'appelle de même ? ». Poser la question, c'est y répondre, la séquence montre que le symbole *Dominique Michel* ne peut souffrir d'ambiguïté : il n'y en a qu'une seule et l'identité du personnage central représente en elle-même une allusion humoristique.

⁷ Dominique Michel est une humoriste et comédienne populaire au Québec. Elle a joué, par exemple, dans *Le Déclin de l'empire américain* (1986) et dans *Les Invasions barbares* (2003) de Denys Arcand.

La série utilise donc les stéréotypes pour les critiquer. Or, une telle stratégie discursive ne modifie pas le stéréotype lui-même puisque le stéréotype cadre avec l'idéologie dominante selon laquelle les Asiatiques sont excellents à l'école et qu'un Noir ne peut s'appeler Dominique Michel.

Aussi, un pan de la littérature sur les médias et l'identité met de l'avant le rôle des discours et les stratégies médiatiques dans la construction ou le renforcement d'un certain regard idéologique par le biais de stéréotypes et de préjugés. Ainsi Éric Macé (2007) propose-t-il plusieurs régimes de monstration articulés autour des non-stéréotypes, des stéréotypes positifs ou négatifs, des contre-stéréotypes et des anti-stéréotypes qu'on retrouve dans la série *Pure laine*. On y retrouve les caractéristiques de l'anti-stéréotype à travers le personnage central *Dominique Michel*, un enseignant de collège, qui déstabilise le récepteur davantage habitué à la représentation d'un Haïtien comme un criminel, un trafiquant de drogue ou comme un chauffeur de taxi. Dans le même temps, la série adopte la stratégie du contre-stéréotype puisque Dominique Michel fait partie de la classe moyenne. Dominique Michel a un métier valorisant de professeur dans une école secondaire, possède une belle maison et une belle voiture, loin de l'image de l'immigrant ayant des difficultés financières. Par le recours aux stéréotypes et à ses diverses variantes, la série utilise des procédés rhétoriques pour expliquer l'identité québécoise. Ce mélange de vrai et de faux, qui introduit dans le jeu des stéréotypes et des préjugés, entretient le doute dans l'esprit du téléspectateur. Néanmoins *Pure laine* fournit une réponse aux questions qu'elle pose tout en laissant au téléspectateur le soin d'y répondre en s'appuyant sur ses propres catégories d'analyse même si les inégalités ou les stéréotypes et préjugés constatés au sein de la société québécoise ne s'estompent pas.

La communication interculturelle et les nouvelles frontières médiatiques

La série *Pure laine* repose sur une volonté de jouer des stéréotypes pour contrer les stéréotypes, dans le but non déclaré de parvenir à une communication interculturelle réussie entre les membres des communautés culturelles et les Québécois de souche (autrement appelés « pures laines »). Certes, la communication interculturelle est par définition « une communication entre des êtres humains de différentes cultures (Maletzke, 1970 : 477) qui est un processus qu'on retrouve à différents niveaux : la communication interpersonnelle, l'efficacité de la communication interculturelle à travers les compétences ou l'adaptation interculturelle et les médias.

L'une des chefs de file de la communication interculturelle anglo-saxonne, Young Yun Kim (1977, 1982, 1988), définit l'acculturation communicationnelle comme un processus où l'on apprend à communiquer avec une autre culture. En ce sens, Young Yun Kim propose quatre systèmes communicationnels interconnectés liés à l'intégration : la communication intrapersonnelle, la communication interpersonnelle,

le comportement des médias de masse et l'environnement de communication. La dimension médiatique constitue un aspect important de la communication interculturelle. Les médias sont ici présentés comme incontournables dans l'intégration des immigrants. Même si le modèle critiqué de l'influence des médias sur les individus est à l'œuvre avec différentes théories comme celles de l'*agenda setting* ou la *piqûre hypodermique*, Farrah Bérubé (2009 : 179) soutient qu'« en contexte d'insertion des immigrants, les médias sont des agents d'information, d'immersion linguistique et de socialisation ». Ce faisant, les médias jouent donc un rôle important dans le processus de communication interculturelle. Pourtant, plusieurs obstacles existent dans cette logique visant à avoir recours aux médias pour favoriser la communication interculturelle.

Les obstacles au recours médiatique de la communication interculturelle

Malgré ses prétentions visant à permettre aux individus de communiquer réellement entre eux, la communication interculturelle est un processus délicat à réaliser en raison de son caractère idéalisé et de sa dimension instrumentale. Une séquence de *Pure laine* illustre ce constat.

Dans l'épisode 14 où Dominique Michel joue le rôle d'un serveur dans une cabane à sucre, avec la chemise à carreaux et la ceinture fléchée, la série souhaite déconstruire le modèle type du Québécois. Ainsi, le spectateur est censé comprendre qu'être Québécois ne signifie pas nécessairement être d'origine française, avec des ancêtres arrivés en Nouvelle France au XVII^e siècle. On y décèle une définition de l'identité québécoise en lien avec le modèle de l'interculturalisme choisi par le Québec : il contribue à créer la société québécoise diversifiée et cohérente grâce à la langue française. Dominique est donc un Québécois, malgré ses origines autres que canadienne-française. Il en a les caractéristiques culturelles et en porte les symboles. Ce faisant, la séquence souhaite déboulonner la représentation classique des Québécois. Or, il n'est pas aisé de traduire cette volonté médiatique dans la vie quotidienne, car la représentation typique du Québécois ne se retrouve pas dans celle présentée dans la série. Comment, dans ce cas, envisager une communication interculturelle lorsque le contenu médiatique ne reflète pas nécessairement le vécu des citoyens ?

Dans un autre épisode, Dominique rencontre son ami Maurice Richard. Les deux parlent assez fort. Suit une question posée par Ming : « Pourquoi parlez-vous fort ? ». Les réactions de Nykol et Chantal introduisent spontanément une distinction entre Eux (les Haïtiens) et Nous (les Québécois) puisqu'elles acquiescent en expliquant qu'au Québec les gens sont plus discrets contrairement aux Haïtiens. Un autre épisode relate la volonté de Suzanne, la directrice d'école, de célébrer la fête de tous les élèves étrangers de l'école. Encore là, son injonction « ils doivent se sentir comme chez eux » reflète une rhétorique visant à distinguer un Québécois d'un étranger.

Dans ces deux exemples, malgré une volonté de rapprochement propre à l'idéal de la communication interculturelle, la série retombe dans la dichotomie classique entre « Nous » et « Eux ». La stratégie discursive employée par *Pure laine* visant à mieux rendre compte de la société québécoise semble ainsi s'autoannuler. En effet, l'idée d'utiliser les stéréotypes pour lutter contre les stéréotypes est audacieuse. Pourtant, rien ne justifie que cette stratégie soit la meilleure, ni sur le plan médiatique ni sur le plan psychosocial. Sur le plan médiatique, les théories sont partagées entre 1) une influence des médias sur les récepteurs comme l'École de Francfort le soutenait et 2) une activité du récepteur comme l'avancent les *cultural studies*. Or, le recours aux médias dans la prétention de la communication interculturelle fait l'impasse sur certains éléments théoriques fondamentaux de la recherche en communication, notamment l'absence d'influence directe des médias sur le téléspectateur. Sur le plan psychosocial, les chercheurs évitent de survaloriser le rôle des médias. Ainsi, pour atténuer les stéréotypes, d'aucuns, comme Richard Y. Bourhis et André Gagnon (1994 : 759) privilégient l'hypothèse du contact intergroupe. Hypothèse partiellement partagée par les communicologues pour qui le rôle des médias dans la société est fondamental dans la construction des stéréotypes (Stoiciu, 2006 ; Stoiciu, Brosseau, 1989). Néanmoins une interrogation demeure sur la manière dont il faut s'y prendre pour déconstruire les stéréotypes : faudrait-il sortir des théories habituellement mobilisées dans la recherche sur les médias et la communication interculturelle ?

Les nouvelles frontières médiatiques de la communication interculturelle

Une première piste pour saisir les nouvelles frontières médiatiques de la communication interculturelle consiste à cerner le rôle important joué par les médias dans l'insertion des immigrants et dont la série *Pure laine* a ici été prise en exemple. Ce rôle porte sur une nécessaire *décentration* entre Soi et l'Autre et entre Soi et le dispositif médiatique. En nous inspirant du concept de Jean Piaget (concernant les enfants), nous sommes d'avis que, pour qu'elle puisse aboutir, la communication interculturelle doit pouvoir se réaliser dans la décentration en reconnaissant l'Autre comme différent et égal.

Une deuxième piste conduit à avancer que l'expérience humaine laisse apparaître le fait que la décentration ne peut se réaliser qu'à travers la prise de conscience du caractère endo-centrique de la communication interculturelle. L'*endo-centricité* provient de la contraction entre « endogène » et « centricité ». Selon le *Petit Larousse* (2010 : 367) *endogène*, signifie « qui prend naissance à l'intérieur d'une structure, d'un organisme, d'une société, sous l'influence de causes strictement internes ». La *centricité* est inspirée de Molefi Kete Asante (1980) qui a inventé la notion d'afro-centricité. L'idée de *centricité* provient d'une attention portée sur les centres d'intérêts des individus et de leurs groupes d'appartenance. L'*endo-centricité*

est donc le processus par lequel les individus ou les groupes d'appartenance mettent en pratique la communication interculturelle. Ainsi, celle-ci part avant tout d'un intérêt pour les choses/objets sur lesquels nous centrons notre attention ; de cet intérêt découlent des interactions, des relations avec l'Autre en fonction d'une quête humaine qui nous anime selon nos besoins. La communication interculturelle apparaît dès lors comme un phénomène qui existe en dépit de l'autre : celui-ci est moins primordial que notre quête. L'endo-centricité est donc un obstacle particulièrement important à la communication interculturelle puisque les participants à cette communication restent dans une logique centrée à la fois sur soi (en tant qu'individu) et sur eux (en tant que groupe). Paradoxalement, l'aboutissement du processus de communication interculturelle se situe dans l'*exo-centricité*, ce processus par lequel l'attention ou l'intérêt sont centrés sur l'alter : l'Autre. Les nouvelles pratiques médiatiques devraient donc tendre vers une forme d'*exo-centricité*, caractérisée par la décentration, favorisant l'ouverture à l'autre et à ses caractéristiques en sortant des contraintes de l'idéologie et des stéréotypes. Si une telle posture représente un défi théorique et pratique, ce défi peut être relevé en misant sur de nouvelles formes de représentation de l'Autre dans les médias.

Ces formes reposent sur des mises en scène de « nouvelles ethnicités », définies par Stuart Hall (1989) comme des expériences subjectives du monde, marquées par une socialisation souvent hybride où prennent place l'histoire, la langue et la culture tout en re-théorisant le concept de *différence* en prenant en compte les dimensions de classe, de genre, de sexualité et d'ethnicité. Ce faisant, le recours à l'hybridation devient central. Néstor García Canclini (1990 : 17) se penche à cet égard sur la « façon dont les études sur l'hybridation ont modifié la façon de parler de l'identité, de la culture, de la différence, de l'inégalité, de la multiculturalité et des couples organisateurs des conflits dans les sciences sociales : tradition-modernité, nord-sud, local-global ». Dans un contexte d'hybridation, « les médias électroniques font preuve d'une remarquable continuité avec les cultures populaires traditionnelles, et tous deux sont des théâtralisations imaginaires du social » (*ibid.* : 268). Il serait ainsi pertinent de réfléchir à la manière dont les séries télévisées rendent populaire le marginal, l'immigrant, l'hybride. Or le populaire réside « dans ce qui lui est accessible, ce qu'il aime, ce qui mérite son adhésion ou qu'il utilise fréquemment » (*ibid.* : 270). Pour ce faire, la communication interculturelle, tout en visant à interroger les enjeux de sous-représentations, de discrimination, de stéréotypes entourant les membres des minorités gagnerait à investir de nouveaux champs de réflexion portés par l'hybridation et la mondialisation en les rendant populaires.

Conclusion

Comme le souligne Stuart Hall (1997), le concept de représentation est pertinent pour expliquer le rôle des médias dans leur vision de la diversité culturelle. En effet, si les médias tendent à représenter la réalité, ils font croire qu'ils effectuent une

photocopie de la réalité. Ils se situent dans l'impossibilité apparente de développer une empathie reliée à la position de l'Autre. Comme l'individu n'a pas d'expérience directe de la réalité, les médias procèdent à une re-présentation, c'est-à-dire une reconstruction de la réalité fondée sur les enjeux d'intérêts de la classe dominante qui possède les médias ; cette expérience se réalise à travers des catégories symboliques. L'analyse de la série *Pure laine* révèle que les médias et leurs contenus, tout en étant en phase avec la société, éprouvent de la difficulté dans le processus de communication interculturelle. De plus, le fait que cette série ait été diffusée sur la chaîne Télé-Québec illustre les obstacles à l'influence de cette série. En effet, les taux d'audience de Télé-Québec étaient relativement faibles, autour de 1 % de part de marché, c'est-à-dire, près de 50 000 téléspectateurs regardaient cette série alors que d'autres chaînes concurrentes frôlaient ou dépassaient le million pour leur contenu.

Au-delà du cas spécifique de la série *Pure laine*, les théories en communication interculturelle reflètent également tout un champ de recherches qui s'est constitué autour des travaux concernant les médias et les minorités ethnoculturelles à l'intérieur des sciences de l'information et de la communication, qu'il s'agisse du développement ou de la production des médias ethniques, de la consommation des médias (étrangers) par les immigrants ou les membres des communautés culturelles, du racisme dans les médias, des médias dans un contexte de diaspora ou des représentations des immigrants ou des membres des communautés culturelles dans les médias. Parallèlement à ces orientations théoriques, le contexte socio-politique a évolué et entraîne des changements dans les perceptions et les représentations. Les controverses entourant le vivre-ensemble se mondialisent : ainsi, les questions de voile, de burkini ou de radicalisation traversent les débats dans les espaces publics nationaux et internationaux et le Québec n'échappe pas à ces discussions. Ces sujets qui mettent en scène les communautés culturelles nécessitent de nouvelles problématisations scientifiques qui militent pour l'ouverture de nouveaux champs dans le domaine de la communication interculturelle et de la représentation de l'Autre dans les médias. Cette réflexion soulève l'urgence de se concentrer sur l'*endo-centricité* (et l'*exo-centricité*, son pendant) ainsi que sur les processus d'hybridation qui caractérisent la communication interculturelle. Le pari de la série *Pure laine* fut ambitieux, mais les enjeux qu'elle a ciblés font toujours l'objet de débats féconds en communication interculturelle.

Références

- Albertini F., Péliissier N., dirs, 2009, *Les Sciences de l'information et de la communication à la rencontre des Cultural Studies*, Paris, Éd. L'Harmattan.
- Armony V., 2007, *Le Québec expliqué aux immigrants*, Montréal, Vlb éditeur.
- Asante M. K., 1980, *Afrocentricity. The Theory of Social Change*, Chicago, African American Images, 2003.

- Bérubé F., 2009, « Repenser les contributions des médias à l'insertion des immigrants », pp. 177-192, in : Agbobli C., dir., *Quelle communication pour quel changement ? Les dessous du changement social*, Québec, Presses de l'université du Québec.
- Bouchard G., 2012, *L'Interculturalisme. Un point de vue québécois*, Montréal, Éd. du Boréal.
- Bouchard G., Taylor C., 2008, *Fonder l'avenir. Le temps de la conciliation : rapport*, Québec, Commission de consultation sur les pratiques d'accommodement reliées aux différences culturelles. Accès : <https://www.mce.gouv.qc.ca/publications/CCPARDC/rapport-final-abrege-fr.pdf>.
- Bourhis R., Gagnon A., 1994, « Les préjugés, la discrimination, les relations entre groupes », pp. 707-773, in : Vallerand R. J., dir., *Les Fondements de la psychologie sociale*, Boucherville, G. Morin.
- Breton Ph., Proulx S., 1989, *Explosion de la communication. La naissance d'une nouvelle idéologie*, Paris/Montréal, Éd. La Découverte/Boréal.
- Brunet P. J., 2004, « La spectacularisation du monde à la télévision ou l'enjeu du réel », pp. 3-23, in : Brunet P. J., David-Blais M., dirs, *Valeurs et éthique dans les médias. Approches internationales*, Sainte-Foy (Québec), Presses de l'Université Laval.
- Comité d'implantation du Plan à l'intention des communautés culturelles, 1982, *Rapport annuel 1981-1982*, Montréal, Le Comité.
- Conseil des relations interculturelles (CRI), 2009, *Une représentation et un traitement équitables de la diversité ethnoculturelle dans les médias et la publicité au Québec. Avis présenté à la ministre de l'Immigration et des Communautés culturelles*, Montréal, Conseil des relations interculturelles.
- Cottle S., 1997, *Television and Ethnic Minorities. Producers' Perspectives*, Aldershot, Avebury.
- Croteau D., Hoynes W., 1997, *Media Society. Industries, Images and Audiences*, Thousand Oaks, Pine Forge Press, 2003.
- De la Garde R., 1992, « The Flagship of Quebec's Television Industry: the Téléroman », *International Association for Mass Communication Research Conference*, Sao Paulo, 16-21 août.
- Debord G., 1967, *La Société du spectacle*, Paris, Gallimard, 1996.
- Dupont M., Niemi F., Campestre C., 1994, *Les Médias québécois et les communautés ethnoculturelles. La position des entreprises de médias : sondage et analyse des opinions des dirigeants des grandes entreprises de médias écrits et électroniques au Québec*, Montréal, ministère des Communications.
- Emongo L., White B. W., 2014, *L'Interculturel au Québec. Rencontres historiques et enjeux politiques*, Montréal, Presses de l'université de Montréal.
- Fossaert R., 1983, *Les Structures idéologiques*, Paris, Éd. Le Seuil.
- Gandy Jr. O. H., 1991, « Race, ethnicity and the segmentation of media markets », pp. 44-69, in : Curran J., Gurevitch M., eds, *Mass Media and Society*, Londres, Arnold, 2000.
- García Canclini N., 1990, *Cultures hybrides. Stratégies pour entrer et sortir de la modernité*, trad. de l'espagnol par F. B. Gonzalez, Québec, Presses de l'université Laval, 2010.
- Geertz C., 1973, *The Interpretation of Cultures. Selected Essays*, New York, Basic Books.
- Ghosn C., 2015, *Médiation télévisuelle et représentation de la diversité*, Paris, Éd. L'Harmattan.

- Guyot J., 2006, « Les médias pour les minorités comme objet de recherche : questions théoriques et méthodologiques », *Cahiers franco-canadiens de l'Ouest*, 18, 2, pp. 119-141. Accès : <https://www.erudit.org/fr/revues/cfco/2006-v18-n2-cfco2408/018946ar.pdf>.
- Hall S., 1989, « Nouvelles ethnicités », pp. 287-297, in : Hall S., *Identités et cultures. Politiques des cultural studies*, trad. de l'anglais par C. Jacquet, Paris, Amsterdam, 2008.
- Hall S., 1992, « Les *cultural studies* : et leurs fondements théoriques. Nouvelles ethnicités », pp. 17-32, in : Hall S., *Identités et cultures. Politiques des cultural studies*, trad. de l'anglais par C. Jacquet, Paris, Amsterdam, 2007.
- Hallam E., Street B.V., 2000, *Cultural encounters. Representing otherness*, New York, Routledge.
- Hartmann P., Husband C., 1974, *Racism and the Mass Media. A study of the role of the Mass Media in the formation of white beliefs and attitudes in Britain*, Londres, Davis-Poynter.
- Jacob A., 1991, *Le Racisme au quotidien. Une étude sur les médias et le racisme*, Montréal, Centre international de documentation et d'information haïtienne, caraïbéenne et afro-canadienne.
- Kim Y.Y., 1972, « Communication and cross-cultural acculturation », pp. 383-391, in : Samovar L. A., Porter R. E., *Intercultural Communication. A Reader*, Belmont, Wadsworth, 1991.
- Kim Y.Y., 1977, « Communication patterns of foreign immigrants in the process of acculturation », *Human Communication Research*, 1, 4, pp. 66-77.
- Kim Y.Y., 1988, *Communication and cross-cultural adaptation. An integrative theory*, Philadelphia, PA, Multilingual Matters.
- Labelle M., Field A.-M., Icart, J.-C., 2007, *Les Dimensions d'intégration des immigrants, des minorités ethnoculturelles et des groupes racisés au Québec. Document de travail*, Montréal, Université du Québec à Montréal. Accès : <https://www.mce.gouv.qc.ca/publications/CCPARDC/rapport-9-labelle-micheline.pdf>.
- Larrazet C., Rigoni I., 2014, « Media and Diversity: A Century-Long Perspective on an Enlarged and Internationalized Field of Research », *InMedia*, 5. Accès : <http://journals.openedition.org/inmedia/747>.
- Legault G., Rachédi L., dirs, 2000, *L'Intervention interculturelle*, Montréal, G. Morin, 2008.
- Macé É., 2007, « Des "minorités visibles" aux néostéréotypes », *Journal des anthropologues*, Hors-série, pp. 69-87. Accès : <http://journals.openedition.org/jda/2967>.
- Maigret É., 2013, « Ce que les *cultural studies* font aux savoirs disciplinaires. Paradigmes disciplinaires, savoirs situés et prolifération des *studies* », *Questions de communication*, 24, pp. 145-167. Accès : <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/8684>.
- Maigret É., 2014, « Ce que les *cultural studies* font aux savoirs disciplinaires. Retour sur un débat », *Questions de communication*, 26, pp. 177-195. Accès : <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/9289>.
- Maletzke G., 1970, « Intercultural and International Communication », pp. 477-484, in : Fischer H. D., Merrill J.C., dirs, *International communication*, New York, NY, Hastings House, 1974.
- Malonga M.-F., 2008, « La télévision comme lieu de reconnaissance : le cas des minorités noires en France », *Hermès, La Revue*, 2, 51, pp. 161-166. Accès : <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2008-2-page-161.htm>.

- Nguyen-Duy V., Cotte S., 1995, « Le discours de presse sur les téléromans : le cas de la télésérie *Scoop* », *Communication. Information, médias, théories, pratiques*, 16, 2, pp. 189-209. Accès : http://www.persee.fr/doc/comin_1189-3788_1995_num_16_2_1746.
- Proulx S., Bélanger D., 2001, « La représentation des communautés immigrantes à la télévision francophone du Québec. Une opportunité stratégique », *Réseaux*, 3, 107, pp. 117-145. Accès : <https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2001-3-page-117.htm>.
- Rigoni I., dir., 2007, *Qui a peur de la télévision en couleurs ? La diversité culturelle dans les médias*, Montreuil, Éd. Aux lieux d'être.
- Rodriguez S., 2006, *Solidarités renouvelées. Faut-il tuer le messenger ?*, Québec, Presses de l'université du Québec.
- Statistique Canada, 2013, Série « Perspective géographique » de l'Enquête nationale auprès des ménages de 2011, Ottawa, Gouvernement du Canada.
- Stoiciu G., 2006, *Comment comprendre l'actualité. Communication et mise en scène*, Québec, Presses de l'université du Québec.
- Stoiciu G., Brosseau O., 1989, *La Différence. Comment l'écrire ? Comment la vivre ?*, Montréal, Humanitas.
- Thompson J. B., 1995, *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*, Cambridge, Polity.
- Todorov T., 1989, *Nous et les autres. La réflexion française sur la diversité humaine*, Paris, Éd. Le Seuil.
- Vatter Ch., 2009, « Multiculturalisme et télévision en Allemagne et au Québec. L'exemple des séries télévisées *Türkisch für Anfänger* et *Pure laine* », pp. 139-149, in : Thiéblemont-Dollet S., dir., *Minorités interculturelles et médias*, Nancy, Presses universitaires de Nancy.