



HAL
open science

Le numérique et les stratégies identitaires afro-diasporiques des générations post hip-hop francophone à La Réunion

Meila Aurore Assani

► **To cite this version:**

Meila Aurore Assani. Le numérique et les stratégies identitaires afro-diasporiques des générations post hip-hop francophone à La Réunion. Futurs POP – Quel(s) avenir(s) pour les études en cultures populaires et médiatiques?, Assises de la recherche en cultures populaires et médiatiques, Oct 2023, Paris, France. hal-04548954

HAL Id: hal-04548954

<https://hal.univ-reunion.fr/hal-04548954v1>

Submitted on 16 Apr 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

Le numérique et les stratégies identitaires afro-diasporiques des générations post hip-hop francophone à La Réunion

Meila ASSANI

Doctorante en sciences de l'information et de la communication au
LCF EA7390, Université de la Réunion

ALGORITHME ET ORGANISATION SOCIALE

De nouveaux objectifs sociétaux

Depuis la fin des années 1990, Internet a conquis une place significative dans la société occidentale. Trente ans plus tard, la communication et l'information prennent une place déterminante : « *au cœur de la vie sociale*¹ » et elles deviennent actrices principales de nombreux enjeux économiques, politiques, culturels et technologiques.

Les années 2000, sont l'émergence de l'économie de la connaissance et de nouvelles formes de communication qui entrent sur les marchés économiques (Rizza, 2006). Internet succède à ces prédécesseurs tels que l'imprimerie, la radio et la télévision qui ont à leur tour bouleverser nos sociétés à leurs arrivés.

L'arrivée d'Internet dans les sociétés humaines permet d'organiser les communications humaines sur base de communautés et bouleverse les configurations économiques pour permettre « *l'émergence de formes hybrides de structures sociales*² ». Ces communautés prennent des formes artificielles différentes et variées avec des objectifs bien définis. Elles répondent à une logique organisationnelle systématique et ramènent toujours l'identité au centre des prises de décisions (Benghozi, 2006).

Grâce à la généralisation du numérique dans nos sociétés, un nouveau phénomène émerge : l'émergence d'une société qui place la recherche du bien-être et de l'épanouissement au centre de sa politique. Alors que la productivité était autrefois l'objectif principal des modèles économiques précédents, elle cède désormais la place. Les jeunes se concentrent davantage.

¹ Rizza, Caroline, « La fracture numérique, paradoxe de la génération Internet », Hermès, La Revue, vol. 45, no. 2, 2006, pp. 25-32

² Benghozi, Pierre-Jean "Les communautés virtuelles : structuration sociale ou outil de gestion ?", 2006

Au fil des années, nous observons l'émergence de nombreuses communautés engagées autour de causes telles que le changement climatique, l'égalité des opportunités et la quête d'indépendance économique. Une nouvelle génération aspire à abandonner les anciens modèles de hiérarchisation pour en établir de nouveaux, ce qui entraîne une mutation et un bouleversement des normes sociales. Cette évolution est motivée par plusieurs facteurs, tels que l'avancement des droits des femmes, la lutte contre l'homophobie, la lutte contre le racisme, et la résistance aux régimes totalitaires, entre autres.

La formation de communauté et de causes

À l'émergence des communautés virtuelles, *Habermas*³ et *Neveu*⁴ évoquaient l'idée d'un "espace public numérique" ou "espace public mosaïque" : un espace unifié en ligne où les discours circulaient. Cependant, par la suite, les auteurs ont observé l'émergence d'autres formes de groupes virtuels abordant le même sujet. Ces groupes de discussion, moins légitimes ou moins nombreux, permettent l'expression d'autres cultures ou formes d'expression dans un espace parallèle dédié au même sujet. C'est en ce sens que *Habermas* révisé sa théorie de l'espace public dans « *l'espace public, 30 ans après*⁵ », car l'impulsion d'internet et le contexte générationnel qui l'accompagne, modifie l'espace public en prenant en compte les subcultures. Pour l'auteur, internet présente d'autres « **sphères publiques subculturelles** ». Il remarque une spécificité indéniable : « *la formation simultanée de plusieurs espaces de communication dans une même structure de communication* ». Il parle de la « *pluralisation de la sphère publique dans sa phase de formation* ». Ce sont alors, des personnes privées qui « *se constituent en public pour devenir porteur d'une nouvelle forme de sphère publique* » (*Habermas, 1992*).

Plusieurs sphères publiques se créent simultanément sur internet, car il existe des cultures hégémoniques mais aussi des subcultures avec chacun ces univers et ces codes légitimes.

³ Habermas, Jürgen, « L'espace public, 30 ans après », 1992 18 pp. 161-191

⁴ Eric Neveu, François Bastien, *Espaces publics mosaïques : acteurs, arènes et rhétoriques des débats publics contemporains*, 1999.

⁵ Habermas, Jürgen, « L'espace public, 30 ans après », 1992 18 pp. 161-191

L'algorithme se sert des données statiques afin de constituer ses communautés et les organiser selon un ordre commandé par celui-ci. Les données statistiques représentent un besoin omniprésent dans les communications médiatiques, politiques ou éducationnelles.

Ces données jouent un rôle crucial dans notre façon de nous informer. Dominique Cardon évoque une "*politique des indicateurs*" comme un moyen de "*guider les comportements*", une stratégie vitale pour justifier les décisions politiques. La commodité de cet outil ne nous incite pas nécessairement à nous préoccuper de la manière dont les informations et les données sont produites. Il identifie quatre mesures prédominantes dans les éléments de calcul des algorithmes virtuels : la mesure de la réputation, de la popularité, de l'autorité et la mesure de la prédiction (Cardon, 2018).

Il explique que le principal centre d'intérêt d'une société capitaliste à idéologie libérale est **l'audience** qui joue un rôle essentiel dans la marchandisation et la propagation des idées. En outre, les utilisateurs réussissent tout de même à renverser les priorités algorithmiques en renforçant leur mesure d'autorité par des principes méritocratiques. Ce principe induit que les "*internauts agissant*" donnent autorité (par le biais d'une forte réputation : likes, abonnées, recommandations, partages) à une représentation (Cardon, 2018).

Aussi, les organisateurs des big datas s'orientent progressivement vers le développement de la *mesure prédictive*. Ils justifient ce développement par le manque de discernement et les prises de décisions émotionnelles de l'être humain. Le calcul de la mesure prédictive est programmé par la succession d'actions que vont effectuer les individus et de l'ordre établie par l'algorithme pour en déterminer les aboutissants.

Ce sont le développement de marchés comme l'économie de la connaissance, l'économie de l'attention, le E-commerce et l'économie de données qui pourront être structurés par ces algorithmes et par les mesures de prédictions.

L'outil internet a permis de nombreuses innovations numériques depuis sa commercialisation. Une d'entre-elle fait l'objet de notre attention dans cet article : L'algorithme, et plus précisément le "*Edgerank*" qui permet la création de communauté sur les réseaux sociaux. C'est ce programme de calcul qui permettra également aux applications de réseaux sociaux de proposer à ces utilisateurs du contenu en fonction de leurs intérêts favoris (Cardon, 2019; Ertzscheid, 2015; Labelle, 2019).

Cette quatrième génération d'algorithmes a pour but de détecter les opinions et les sentiments. Olivier Ertzscheid nomme ces calculs des « *algorithmes sentimentaux* ⁶ », où ceux-ci tentent d'affecter le domaine affectif et pulsionnel de l'individu. Ces ordres d'éléments tentent de fonder des « *analyses sentimentales* » pour pouvoir les quantifier, afin de proposer une base de documents susceptibles de provoquer les émotions analysées (Ertzscheid, 2015).

L'autre fonction de ces algorithmes serait d'organiser les plateformes par communautés, des communautés définies par leurs centres d'intérêts. Bien sûr, comme toute communauté, elles possèdent ses représentants, ces élus, que nous nommons désormais influenceurs (Benghozi, 2006)

Dans cet article, nous nous intéressons principalement à l'impact des influenceurs sur les représentations sociales. La circulation et la manipulation des représentations dans une société connectée. La question que nous nous posons s'oriente sur l'utilisation des signes et des symboles Afro-Diasporiques comme représentations identitaires dans les sociétés multiculturelles. Nous avons choisi l'île de la Réunion, une société multiculturelle aux origines ethniques afrodescendantes de nature et en majorité (Médéa, 2009), pour étudier ce phénomène.

Pour cela, nous nous appuyons sur les travaux de **Laurence Allard** et sa notion de « *tunning identitaire* », **Yves Jeanneret** et son concept de trivialité, **Jean Pierre Bengozi** et sa théorie de structuration sociale par le numérique, sans oublier **Dominique Cardon**.

Notre hypothèse suppose que les représentations et leurs transformations par le numérique et le culturelle, imposent certaines normes culturelles et sociales dans les sociétés occidentales, modifient les structures d'organisations sociales en manipulant les valeurs culturelles pour créer l'adhérence ou constituer de l'audience. Nous considérons que l'audience prend une part de pouvoir conséquente dans les systèmes sociaux à cause de l'inclusion des outils d'informations numériques dans notre quotidien.

⁶ Olivier Ertzscheid, "Usages de l'information numérique : comprendre les nouvelles enclosures algorithmiques pour mieux s'en libérer", *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [Online], 6 | 2015

Enzo d'Armenio analyse la transformation des valeurs sociales en valeurs économiques par le biais des outils technologiques et des algorithmes, soit la manière dont les données sont organisées pour produire ces résultats.

Pour ce chercheur, les influenceurs opèrent sur une nouvelle économie qui est celle des valeurs, et où « *des dimensions de sens sont impliqués* ⁷ ». Les productions de signe et de sens s'illustrent par la narration d'une identité, qui permet le regroupement autour de cette représentation, qui incarne la posture iconique. C'est à partir de ces créations photos, vidéos et l'écriture de soi en ligne que l'acteur permet de façonner « *l'iconisation du caractère* ». En effet, dans cette recherche l'auteur prend pour référence les conceptions de l'identité développées par Paul Ricoeur, qui inclut le caractère comme un fondement de la personnalité et de l'identité. Il théorise l'idée que la personnalité est composée du caractère d'un individu et que l'internet et les formes de narrations proposés par les réseaux sociaux, permettent de « *condenser la personnalité en une seule image* ». Ce qui place le selfie au cœur de cette écriture et cette symbolique du soi.

Pour le chercheur, l'identité représente une partie centrale de la réussite de l'influenceur, où l'image représente une partie « *proche de l'expérience vécue* ». Internet et les réseaux sociaux permettent une triple gestion de l'espace par la représentation, la perception, l'énonciation et la transmission. Un autre point important dans cette recherche concerne l'étude de « *l'appréciation collective* » agit comme un outil de vote sociale, permettant aux algorithmes d'organiser et de classer les éléments par ordre d'intérêt. Ici « *la constitution du collectif est gérée de manière instinctive-quantitative* », c'est également un moyen de faire parler les masses sans l'effort de l'expression.

C'est par ce biais que les valeurs numériques sont créées et transformées en voie de masses. Ce sont les algorithmes qui créent, par le biais de la quantification, les signifiants et leurs valeurs. De plus, nous avons vu plus haut, avec les recherches de **Olivier Ertzscheid**, que ces algorithmes s'intéressaient principalement à nos émotions. D'ailleurs, ils sont symbolisés par des émoticônes permettant aux individus d'exprimer leurs émotions sur un sujet donné

⁷ Enzo D'armenio, Les influenceurs et l'économie des identités dans les réseaux sociaux, Marie Sklodowsha-Curie Postdoctoral Researcher, 2021.

(❤️,👍,👏,😬,😍...) Ils peuvent également être personnalisés à la convenance de l'utilisateur (👍👍👍👍👍...)

[1] Enzo D'armenio, Les influenceurs et l'économie des identités dans les réseaux sociaux, Marie Sklodowsha-Curie Postdoctoral Researcher, 202

La politisation de ces causes et le rôle du numérique sur le politique

Nous pouvons aussi observer comment Internet a réussi à changer la sphère publique en intégrant les minorités et en enrichissant le paysage des actualités et des médias (Cerruzzi, 2012). Ceci n'est pas sans conséquences sur les politiques des sociétés occidentales, touchées par la fièvre des réseaux sociaux. Soucieux de rester en contact avec les électeurs, les politiciens cherchent activement à réinvestir les réseaux sociaux et les plateformes de partage, s'engageant ainsi dans la sphère numérique de la société à plusieurs reprises.

Maxwell E. McCombs and Donald L. Shaw, "The Agenda-Setting function of Mass Media", *The public Opinion Quarterly*, Summer, Vol. 36, No. 2, pp 176-187, 1972.

Martel, Frédéric. « Vers un « soft power » à la française », *Revue internationale et stratégique*, vol. 89, no. 1, 2013, pp. 67-76.

LA GLOBALISATION DES CAUSES

Le soft power dans les causes produites par Internet

Nous retrouvons cette idée dans les théories de **l'agenda-setting** en science de l'information communication. Porté par *Maxwell McCombs et Donald Shaw* sociologue émérite s'intéressant aux champs politiques et masses médias, cette pensée suggère que la programmation médiatique influe considérablement sur le choix de vote des citoyens. La structuration et la mise en forme des médias de masse, tout en calculant la temporalité de diffusion, jouent un rôle d'influence sur les foules. De la même manière, les réseaux sociaux sont devenus les supports de masses médias de cette génération, permettant de formater,

d'organiser et de planifier la circulation des messages. De surcroît, cette capacité d'organisation se démocratise et se simplifie par des templates pré-conçus pour les utilisateurs de ces plates-formes numériques que sont les réseaux sociaux.

De plus, la facilité d'expression et la possibilité de former des communautés par intérêt, a permis une montée du **“soft power”** (Shin & Schreurs, 2009).

Le **soft Power** est défini par **Joseph Nye**, un analyste théoricien des relations internationales, professeur émérite de l'Université d'Harvard, il décrit et analyse cette pratique comme étant **une façon de “séduire”** ou faire adhérer une nation sans utiliser les moyens de la force (hard power). Mais ce qui marque un tournant dans cette définition, c'est le terme de **“l'attractivité”** utilisé dans la stratégie de soft power.

Ce qui est également intéressant dans la théorie de cet auteur, c'est le rôle des acteurs dans la stratégie de soft power. Frédéric Martel explique (la stratégie de soft power par Joseph Nye), qu'il s'agit de faire jouer également des acteurs non gouvernementaux afin d'exercer une influence. Cette méthode cherche à combiner les notions d'attraction et d'agenda setting (énumérée plus haut) en touchant directement les *“valeurs, la culture et les institutions”*. L'auteur révèle que les acteurs de la société civile seraient les personnages *“principaux”* de cette stratégie, ils seraient les mieux positionnés afin de *“promouvoir la culture et les idées”* (Martel, 2013).

Pour certains auteurs, internet exerce une faible portée sur les traditions élitistes de la politique, spécialement dans les milieux d'Europe francophone. Il existe des difficultés de communications entre les nouvelles pratiques qu'impose Internet à nos sociétés occidentales et les cultures des élites (Wolton, 1997).

Le cas des causes noires globalisées par l'esthétique Hip-hop et les mouvements panafricains

Internet a joué un rôle crucial dans la diffusion mondiale du mouvement hip-hop, propageant l'art urbain originaire de New York à travers le monde. Cette diffusion s'est opérée à travers ses diverses expressions artistiques telles que la danse, la musique et le graffiti, ainsi que par

le biais de son esthétique distinctive et de la transmission de ses valeurs fondamentales. Cependant, avec sa commercialisation, le hip-hop a perdu en grande partie son caractère politiquement engagé, qui visait à sensibiliser les autorités politiques aux conditions de vie précaires dans les quartiers marginalisés des grandes métropoles (Kitwana, 2003).

La blackness, terme utilisé pour décrire le procédé d'esthétisation de culture noire afro-américaine, afin de plaire et être vendable auprès d'un public blanc, s'est emparée par les exigences de la capitalisation, de l'art hip-hop (Freitas, 2011). Mais cette *blackness*, idéal noir esthétisé selon les codes de beauté occidentaux, jouissant complètement de la société capitaliste, ne s'est pas arrêté à conquérir seulement le cœur des occidentaux. Celle-ci s'est exportée dans les années 1980 et a traversé l'atlantique afin de s'y asseoir et de s'y imposer comme norme esthétique dans les quartiers populaires d'Europe francophone (voir même anglophone, notamment Londres ou encore la Hollande) (Blanchard et al., 2013). Avec l'arrivée d'internet juste après l'apparition de ce mouvement en Europe, ce phénomène s'est largement accéléré et répandu. C'est alors que, dans cette circulation culturelle exercée par les réseaux sociaux et le partage de musique sur Internet, les échanges et le contact des cultures noires ont permis la création d'un monde global noir au travers du digital (ARTE, 2022). Un monde virtuel et global au sens de Paul Gilroy ou de Stuart Hall, permettant à des jeunes afro-péens, en manque de représentation de se construire ses propres définitions et ses propres modèles, de les choisir et de les intégrer dans un système social et culturel incompris voir méprisé à cause des stigmates qu'elle continue de porter jusqu'à nos jours (Hall, 2017; Martinache, 2010)

Le hip-hop ne se limite pas à une simple esthétique. À sa genèse, il s'agit d'un mouvement de protestation et de revendication sociale né des mouvements politiques panafricains, portant le combat contre les inégalités sociales et ethniques. Il véhicule un discours qui reflète les réalités des jeunes afro-américains marginalisés sur les plans économique, culturel et social. Ces discours mettent en lumière les injustices ethniques, expriment des aspirations pour un meilleur épanouissement social, et transmettent une culture ainsi qu'un mode de vie dans des contextes spécifiques (Grangeneuve, 2008; Neal & Forman, 2004). Celui d'être non-blanc dans un environnement majoritairement blanc. Ces discours panafricains trouvent encore leur légitimité à l'heure actuelle malgré les contextes différents, ces logiques, ses représentations et ces valeurs ont trouvé des oreilles étrangères pour s'y plonger (Bazin, 1995; Grangeneuve, 2008).

Le renversement des hégémonies

L'essor du hip-hop grâce à internet a continué à propulser cet art, ce qu'on pourrait appeler le "monde global noir" selon les termes de Paul Gilroy et Stuart Hall, qui décrivent l'expérience noire dans un monde principalement blanc, caractérisant ainsi un état afro-diasporique nourri par la globalisation. En effet, les algorithmes qui organisent le paysage numérique et social selon des principes commerciaux ont également permis à ce mouvement de s'alimenter lui-même.

Selon Stuart Hall, l'esthétique du hip-hop, en normalisant la représentation esthétique de la culture noire dans le monde occidental, crée des liens entre les différentes cultures noires pour la jeunesse. C'est à travers cette esthétique que des cultures noires diverses peuvent entrer en contact via internet, en utilisant les stéréotypes grossiers qui composent les algorithmes et permettent à ces cultures de se mêler et de s'interpénétrer (Hall, 2017).

Ce monde non centré sur l'Occident existait bien avant l'avènement des algorithmes et d'Internet, mais il a été renforcé, organisé et façonné par eux. En effet, la mondialisation s'exprime largement à travers la musique et la culture (Gadet, 2010). Dès lors que nous sommes capables d'accéder à des musiques étrangères depuis notre propre salon, le processus de mondialisation est déjà en action. Ainsi, dans ce processus, le hip-hop, en puisant dans sa diversité de représentations et ses racines panafricaines, intègre une dimension africaine en entrant en contact avec de jeunes talents nigériens. Ces derniers parviennent à mondialiser leur culture à travers l'esthétique et les combinaisons sonores emblématiques du hip-hop.

Le mouvement du hip-hop, souvent désigné comme la culture urbaine, montre une tendance croissante vers l'africanisation, portée par ses figures principales. Cette évolution reflète un désir fort de rompre avec les stéréotypes perpétués par la domination capitaliste et la prédominance culturelle blanche. Ces représentations tendent à esthétiser l'expérience non-blanc aujourd'hui. Certains évoquent une *"blackness africaine"*, une exotisation ou une appropriation de la culture noire, la déformant pour séduire un public extérieur, souvent international.

Ce constat met en lumière la détermination de la jeunesse afro-diasporique de se libérer des stéréotypes négatifs qui lui ont été imposés depuis les premiers jours du capitalisme, marqués par l'esclavage et la traite des Noirs. C'est une affirmation de soi qui vise à jouer un rôle actif

dans la définition de son identité et à reprendre le contrôle de sa propre réalité. En créant et en réinventant ses propres représentations, cette jeunesse démontre sa capacité à reprendre possession de son identité, évoluant dans un contexte marginal et subculturel, en particulier à travers les plateformes de médias sociaux en ligne (Fouquet, 2014).

L'INSULARITÉ RÉUNIONNAISE ET SA MUTATION NUMÉRIQUE

L'île de la Réunion, dans son contexte post-colonial, offre un terrain d'analyse propice pour étudier les effets de réception de ces sous-cultures devenues globales grâce au numérique. Ayant subi de multiples traumatismes coloniaux qui ont façonné son identité et sa perception d'elle-même, cette île et sa politique de vivre-ensemble semblent initialement intégrer et refléter le discours globalisé promu par les réseaux sociaux. De plus, dans les années 1990, le hip-hop a trouvé un écho favorable auprès du public réunionnais, qui l'a réapproprié en tant qu'art, offrant ainsi aux jeunes en quête de représentation valorisante dans l'espace public réunionnais une plateforme d'expression similaire à celle des jeunes afropéens (Blanchard, 2006; Vermeren, 2014). Notre étude examine les processus de réappropriation à la lumière de l'africanisation du hip-hop, qui est influencée par la globalisation et entretenue par les réseaux sociaux. Il est important de noter que La Réunion a traversé une période marquée par le rejet de son africanité, ce qui a engendré des traumatismes identitaires au sein de sa population depuis la départementalisation. Des mesures législatives répressives ont été prises contre l'expression des cultures afro-descendantes dans les domaines public et privé, telles que l'interdiction de s'exprimer en créole, l'interdiction de jouer du maloya, ainsi que des pressions et des exclusions sociales liées à l'expression d'une identité kaf (Médéa, 2003; Pourchez, 2005). En conclusion, la diffusion de messages revendicateurs, l'expression des injustices ethniques et la promotion des valeurs panafricaines à travers la musique et le numérique, ainsi que la transmission de savoir-faire esthétiques, culinaires ou politiques, peuvent favoriser la résilience identitaire à La Réunion en encourageant l'acceptation et l'expression de l'africanité (Bocandé & Boukari-Yabara, 2014; Gadet, 2016).

De la fracture sociale à la fracture numérique

À La Réunion, une réalité complexe se manifeste à travers un processus rapide d'hyper-modernisation déclenché depuis 1946, date de la départementalisation. L'île est passée d'une ancienne colonie française à un département français, ce qui a entraîné son intégration dans le système régional et étatique français, et a engendré un processus de modernisation de sa structure politique et publique. Depuis lors, La Réunion est régulièrement perçue comme ayant un retard à combler par rapport à la métropole. L'un des principaux retards à rattraper a été celui de la numérisation de l'île, afin de permettre à plus de 19 000 jeunes étudiants de se connecter à Internet. Cette hyper-modernisation a engendré une fracture sociale et culturelle importante au sein de la société réunionnaise, éloignant ou transformant les traditions locales au profit de cultures détenant ces savoirs modernes (Wolff & Watin, 2010). Grâce à l'avancée de ces politiques sociales et publiques, une nouvelle division émerge au sein de la société, celle de la fracture numérique. Déjà bien marquée sur le territoire français, elle s'accroît davantage à la Réunion. Malgré la disponibilité accrue des technologies sur l'île, leur utilisation varie considérablement. En effet, l'accès à l'information ou aux outils technologiques ne garantit pas nécessairement leur utilisation efficace. Les compétences dans ce domaine peuvent également varier considérablement (Valls, 2020).

Pour la génération post hip-hop qui a grandi avec un accès aux réseaux sociaux et à Internet grâce aux initiatives politiques, la manipulation ou la recherche d'information n'a eu qu'un impact limité sur la jeunesse. Ainsi, cette génération est connectée au reste du monde et a pu bénéficier de l'accélération de la diffusion de l'information, notamment en ce qui concerne l'évolution de la culture.

La résilience identitaire

Notre hypothèse suppose que les représentations et leurs transformations par le numérique et le culturelle, imposent certaines normes culturelles et sociales dans les sociétés occidentales, modifient les structures d'organisations sociales en manipulant les valeurs culturelles pour créer l'adhérence ou constituer de l'audience. Nous considérons que l'audience prend une part de pouvoir conséquente dans les systèmes sociaux à cause de l'inclusion des outils d'informations numériques dans notre quotidien (Cardon, 2018).

Afin d'illustrer ces effets de manière tangible, nous avons opté pour une approche focalisée sur une communauté spécifique à La Réunion : celle des producteurs de contenu Hip-hop, qui créent de la musique dans les milieux populaires en réponse au projet politique d'une numérisation pour tous sur l'île. En considérant le hip-hop comme l'une des évolutions culturelles majeures de cette sous-culture réunionnaise, en particulier chez les jeunes, notre objectif est de mettre en lumière les éléments d'identification culturelle qui inscrivent cette communauté dans une mondialisation culturelle numérique façonnée par les algorithmes de "edgerank". Ce qui suscite un intérêt particulier, c'est la diversité des transformations simultanées qui se manifestent au sein de ces communautés connectées numériquement, impliquant des échanges de signes, de symboles et de valeurs culturelles communes véhiculées par l'art et les codes culturels du hip-hop.

L'ouverture de nouvelles possibilités

Grâce à Internet, la représentation des jeunes afro-descendants s'est considérablement élargie dans les sociétés occidentales. À l'ère numérique, la création de contenus et de médias indépendants permet à ces communautés de définir leur identité, de promouvoir des produits en fonction de leurs besoins, d'engager des discussions sur des sujets liés à leur expérience de vie et de les échanger avec d'autres interlocuteurs au-delà des frontières géographiques.

Dans ces sociétés capitalistes occidentales où le corps noir a souvent été défini de manière extrêmement péjorative en raison des héritages coloniaux, Internet offre enfin la possibilité de regarder ce corps à travers d'autres perspectives, échappant ainsi aux seules lentilles imposées par les médias traditionnels, souvent sous l'influence de l'hégémonie culturelle dominante des populations majoritairement caucasiennes de ces pays.

À travers ce nouveau canal de communication qu'est Internet, permettant le partage d'informations sous forme audio, écrite et même vidéo, la représentation des jeunes afro-descendants se tourne vers d'autres modèles. En premier lieu, ceux des États-Unis, nourris par le Plan Marshall en France métropolitaine et l'émergence des cultures Hip-Hop dans les années 1980. Dans cette dynamique, l'Atlantic Noir de Paul Gilroy s'étend avec Internet et touche d'autres sociétés post-coloniales, dont la Réunion. Les États-Unis noirs influencent l'Europe noire, qui à son tour influence l'Afrique et les Antilles grâce à Internet et aux réseaux sociaux (Fouquet, 2014).

Avec la politique de numérisation mise en place à La Réunion, les jeunes de l'île ne peuvent ignorer la montée croissante de la valorisation des racines africaines, largement véhiculée dans les productions hip-hop mainstream actuelles. De plus, la possibilité de mobilité offerte aux jeunes réunionnais, qu'ils se déplacent vers la France métropolitaine pour leurs études ou pour trouver du travail, ouvre une autre perspective sur leur conscience de leurs origines afrodescendantes. Cette évolution des représentations de soi-même s'inscrit également dans un contexte de mutation socio-culturelle (Watin & Wolff, 1995).

Cette étude vise à explorer comment la fusion de la technologie et de la culture permet aux jeunes afrodescendants de se définir et de s'appropriier les représentations négatives auxquelles ils sont confrontés, dans le but d'ancrer leur identité dans un contexte culturel qui entrave leur épanouissement.

À La Réunion, un territoire où les enjeux politiques sont considérables, la jeunesse semble peu encline à s'engager, comme le reflètent les taux d'abstention significatifs et le désintérêt marqué envers les activités politiques.

Nous nous interrogeons sur la possibilité que les valeurs et les revendications véhiculées par le hip-hop soient également adoptées par cette jeunesse. Notre objectif est de déterminer si les aspirations et les perspectives propagées par ce mouvement résonnent chez les jeunes réunionnais et comment elles sont réinterprétées.

Cette étude vise à explorer comment la fusion de la technologie et de la culture permet aux jeunes afrodescendants de se définir et de s'appropriier les représentations négatives auxquelles ils sont confrontés, dans le but d'ancrer leur identité dans un contexte culturel qui entrave leur épanouissement.

À La Réunion, un territoire où les enjeux politiques sont considérables, la jeunesse semble peu encline à s'engager, comme le reflètent les taux d'abstention significatifs et le désintérêt marqué envers les activités politiques.

Nous nous interrogeons sur la possibilité que les valeurs et les revendications véhiculées par le Hip-hop soient également adoptées par cette jeunesse. Notre objectif est de déterminer si

les aspirations et les perspectives propagées par ce mouvement résonnent chez les jeunes réunionnais et comment elles sont réinterprétées.

Pour ce faire, nous utilisons des entretiens semi-directifs, des analyses de données récoltées sur les supports de communication d'Instagram, selon la définition de *Dick Hebdige* d'une subculture et ses caractéristiques, et nous participons à des événements qui promeuvent l'appartenance subculturelle à travers les réseaux sociaux, en observation participante.

Le but de cette étude est de valoriser la compréhension des cultures hip-hop à La Réunion, d'en déterminer les trajectoires, et par ce biais, de favoriser la résilience et l'intégration sociale des jeunes afrodescendants réunionnais. De plus, les mouvements et les mutations du hip-hop vers les cultures africaines par les réseaux sociaux peuvent accélérer la promotion des connexions culturelles indianocéaniques avec les pays d'Afrique de l'Est en faveur de la jeunesse.

CONCLUSION

Les jeunes réunionnais qui choisissent d'adopter l'esthétique hip-hop intègrent pleinement cette dimension "globale" caractéristique de cette forme d'expression. Ils sont conscients de leur désir de s'inscrire dans cette vision "globale" selon Paul Gilroy. Ils sont particulièrement sensibles à l'idée de présenter une perspective alternative sur la multiculturalité et d'aborder l'histoire coloniale réunionnaise, souvent évitée dans le discours commun sur le vivre ensemble à La Réunion. Sur l'île, une sorte de fusion entre le local et le global, appelé *glocalité*, émerge, offrant à la jeunesse la possibilité d'articuler ses sentiments vis-à-vis des défis identitaires sous-tendant la politique réunionnaise (Roudometof, 2021).

L'expression à travers le hip-hop leur offre une plateforme pour exprimer leur identité et leurs revendications, surtout en tant que jeunes marginalisés. Ils cherchent également à utiliser l'héritage colonial réunionnais comme moyen d'intégration dans la culture hip-hop numérique mondiale, ce qui légitime leur engagement dans ce mouvement. Dans ce contexte où la culture noire prédomine, l'histoire longtemps occultée de La Réunion devient un élément qui confirme la légitimité de sa présence. Pour eux, l'identité noire réunionnaise devient un symbole de leur appartenance à cet espace mondial d'expression.

Cette forme d'expression leur permet d'acquiescer confiance en leurs revendications et de s'engager dans ce mouvement. En outre, elle leur confère le droit de revendiquer des sujets tabous, interdits ou marginalisés, tels que les injustices liées à la race ou à la classe sociale.

Nous observons une jeunesse qui adhère avec fierté à l'esthétique "globale" du hip-hop, refusant de s'assimiler à un système discriminant. Leur référence dominante ne se limite plus aux représentations de la France métropolitaine, mais se tourne de plus en plus vers celles de l'Afrique, grâce à l'africanisation de cette pratique et à son expansion numérique.

Bien que certains continuent à considérer la culture blanche française comme hégémonique, l'expérience de la mobilité de nombreux afro-descendants les oriente vers une esthétique noire dominante dont ils ne sont pas nécessairement conscients.

En somme, l'esthétique hip-hop va bien au-delà de l'apparence pour les jeunes qui l'adoptent. Elle est également un moyen de se réapproprier leur image, leur corps et leur identité, en réaction aux stigmatisations qu'ils subissent. De plus, l'appropriation de cette pratique varie selon la classe sociale, souvent justifiée par les jeunes. La question de la couleur de peau reste un sujet tabou, devenant un motif de revendication plus fréquent pour ceux ayant connu la mobilité sociale.

L'influence africaine dans le hip-hop, amplifiée par Internet, permet de changer les perceptions négatives de l'Afrique répandues par les pays occidentaux (pauvreté, conflits, etc.). Grâce à cette diffusion d'images valorisant la culture noire africaine, la jeunesse entre en contact avec la richesse de ce continent. Cette dynamique pourrait favoriser une ouverture culturelle dans la région de l'océan Indien et encourager le partage d'un patrimoine culturel commun à travers une esthétique commune.

BIBLIOGRAPHIE

ARTE. (2022, janvier 10). *Résonance sociale, art de la débrouille et transmission : ARTE rend hommage au hip-hop.*

<https://www.s-quive.com/article/resonance-sociale-art-de-la-debrouille-et-transmission-arte-rend-hommage-au-hip-hop-s-quive-magazine>

Bazin, H. (1995). *La culture hip-hop* (Desclée de Brouwer). Habiter.

<https://www.cultura.com/p-la-culture-hip-hop-9782220036472.html>

Benghozi, P.-J. (2006). Les communautés virtuelles : Structuration sociale ou outil de gestion.

Entreprises et Histoire, 43, 67. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00102773>

Blanchard, P. (2006). De l'esclavage au colonialisme : L'image du « Noir » réduite à son corps. *Africultures*, 67(2), 51. <https://doi.org/10.3917/afcul.067.0051>

Blanchard, P., Gélas, J., & Barlet, O. (2013). Noirs de France. *Africultures*, 92-93(2-3), 56-59.

<https://doi.org/10.3917/afcul.092.0056>

Bocandé, A., & Boukari-Yabara, A. (2014). L'histoire contemporaine de l'Afrique c'est le panafricanisme. *Africultures*, n° 99-100(3), 76-83.

Cardon, D. (2018). Le pouvoir des algorithmes. *Pouvoirs*, 164(1), 63-73.

<https://doi.org/10.3917/pouv.164.0063>

Cardon, D. (2019). Identité en ligne. *Hors collection*, 176-188.

Cerruzzi, P. (2012). *Aux origines américaines de l'Internet : Projets militaires, intérêts commerciaux, désirs de communauté* | Cairn.info.

<https://www.cairn.info/revue-le-temps-des-medias-2012-1-page-15.htm>

Ertzscheid, O. (2015). Usages de l'information numérique : Comprendre les nouvelles enclosures algorithmiques pour mieux s'en libérer. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, 6. <https://doi.org/10.4000/rfsic.1425>

Fouquet, T. (2014). Construire la blackness depuis l'Afrique, un renversement heuristique. *Politique africaine*, 136(4), 5-19. <https://doi.org/10.3917/polaf.136.0005>

Freitas, F. (2011). "Blackness à la demande". Production narrative de l'"authenticité raciale" dans l'industrie du rap américain. *Volume !. La revue des musiques populaires*, 8 : 2, Article 8 : 2. <https://doi.org/10.4000/volume.2696>

Gadet, S. (2010). *La culture hip-hop dans tous ses états*.

https://www.academia.edu/1240027/La_culture_hip_hop_dans_tous_ses_%C3%A9tats

Gadet, S. (2016). *Les cultures urbaines dans la Caraïbe*. 1-280.

Grangeneuve, L. L. de. (2008). *Politique du hip-hop* (p. 240). PUM (Presses Universitaires

du Mirail, Toulouse). <https://shs.hal.science/halshs-00325609>

Habermas, J. (1992). « *L'espace public* », 30 ans après—*Persée*.

https://www.persee.fr/doc/quad_0987-1381_1992_num_18_1_977

Hall, S. (2017, mai 4). *Identités et Cultures 1*.

<http://www.editionsamsterdam.fr/identites-et-cultures-1/>

Kitwana, B. (2003). De la transformation du mouvement culturel hip-hop en pouvoir politique. *Diogene*, 203(3), 139-145.

Labelle, S. (2019). Algorithme. In *Comprendre la culture numérique* (p. 24-30). Dunod.

<https://www.cairn.info/comprendre-la-culture-numerique--9782100795840-p-24.htm>

Martel, F. (2013). Vers un « soft power » à la française. *Revue internationale et stratégique*, 89(1), 67-76. <https://doi.org/10.3917/ris.089.0067>

Martinache, I. (2010). Paul Gilroy, L'Atlantique noir. Modernité et double conscience.

Lectures. <https://journals.openedition.org/lectures/1030>

Médéa, L. (2003). La construction identitaire dans la société réunionnaise. *Journal des anthropologues*. *Association française des anthropologues*, 92-93, Article 92-93.

<https://doi.org/10.4000/jda.2013>

Médéa, L. (2009). *KAF : Étude pluridisciplinaire*. Zarlor Editions.

<https://documentation.outr-mer.gouv.fr/Record.htm?idlist=1&record=191046821249>
19228649

Neal, M. A., & Forman, M. (Éds.). (2004). *That's the joint! : The hip-hop studies reader*.
Routledge.

Pourchez, L. (2005). Métissages à la Réunion : Entre souillure et complexité culturelle.
Africultures, n° 62(1), 46-55.

Rizza, C. (2006). *La fracture numérique, paradoxe de la génération Internet* | *Cairn.info*.
<https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2006-2-page-25.htm>

Roudometof, V. (2021). Qu'est-ce que la glocalisation ? (S.-L. Raillard, Trad.). *Réseaux*,
226-227(2-3), 45-70. <https://doi.org/10.3917/res.226.0045>

Shin, Y., & Schreurs, M. A. (2009). *THE POWER OF INFORMATION: THE INTERNET
AND THE RISE OF SOFT POWER*.

Valls, R. (2020). *L'ILLECTRONISME NE DISPARAÎTRA PAS D'UN COUP DE TABLETTE
MAGIQUE !* Mission d'information « Lutte contre l'illectronisme et pour l'inclusion
numérique ».

Vermeren, P. (2014). Identité nouvelle : Une approche philosophique de la notion afropéa.
Africultures, n° 99-100(3), 66-75.

Watin, M., & Wolff, E. (1995). L'émergence de l'espace public a la Réunion. Un contexte socio-historique singulier. *Études de communication. langages, information, médiations*, 17, Article 17. <https://doi.org/10.4000/edc.2480>

Wolff, É., & Watin, M. (2010). *La Réunion, une société en mutation. Univers créoles 7*. Économica Anthropos. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00907697>

Wolton, D. (1997). *Penser la communication de Dominique Wolton—Editions Flammarion*. <https://editions.flammarion.com/penser-la-communication/9782080673305>