

Audiovisuel : il est temps de s'occuper des diasporas



Article rédigé par *L'Incorrect*, le 12 mai 2019

Source [L'Incorrect] Russie, USA, EAU, Qatar, de nombreux pays ont intégré que la lutte politique se joue aussi sur des médias de proximité, fussent-ils en langue étrangère. Al-Jazeera, AJ+, Russia Today : la France doit créer les siens pour deux raisons : influencer l'étranger, et les diasporas qu'elle héberge.

Ils sont des millions en France à ne pas parler Français ou à ne pas le dominer de manière satisfaisante. Nés à l'étranger et dans des familles où le Français n'est pas une langue maternelle, ils sont arrivés en France à un âge adulte et n'ont jamais mis les pieds à l'école de la République. Pour survivre, ils ont été pris en charge par des diasporas plus ou moins structurées qui les ont aidés à trouver un logement et un travail voire à obtenir des aides sans avoir à apprendre le Français.

Et à l'ère des réseaux sociaux, les nouveaux venus gardent un contact de tous les instants avec leur pays d'origine : ils regardent une télé d'ailleurs, rient à des blagues d'ailleurs et partagent les espoirs et les angoisses d'un ailleurs qui n'est pas français. On se retrouve au final avec des individus dont le corps est effectivement en France mais dans l'imaginaire est resté au Pakistan, en Egypte ou au Mali.

Ces cœurs et ces esprits sont à prendre. Il faut faire vite pour les conquérir avant que d'autres le fassent et les retournent contre nous. Il s'agit des pays d'origine qui rêvent de maintenir une hégémonie sur les émigrés et des salafistes qui souhaitent soumettre tous les musulmans de France.

Créer le lien avec les nouveaux arrivants n'est pas une question de redistribution ou de politique de la ville. Dans une société où plusieurs civilisations se rejoignent (car chaque diaspora transporte avec elle tout ou partie d'une civilisation), créer le lien revient à partager des valeurs et poser des limites entre le tolérable et l'intolérable. Cela implique une dose de persuasion, de séduction et de coercition. En somme, il s'agit d'influencer autrui. Et à défaut de l'école, quoi de mieux que les médias pour influencer les adultes nouveaux arrivants ?

Il est urgent de créer des médias qui s'adressent aux diasporas dans leur langue maternelle respective. Il n'y a aucun tabou : Arabe, Turc, Pashtoune, Tamoule, Wolof, Kabyle et Tchétchène s'il le faut ! La seule chose qui compte est d'être sûr d'atteindre « au cœur » toutes les diasporas significatives présentes sur le territoire français.

12/05/2019 10:00