



HAL
open science

”Lengagement politique des jeunes sur Internet

Laurent Chomel

► **To cite this version:**

Laurent Chomel. ”Lengagement politique des jeunes sur Internet. Lecture Jeune, 2022, 181, pp.11/13.
hal-04056103

HAL Id: hal-04056103

<https://hal.science/hal-04056103v1>

Submitted on 4 Apr 2023

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

L'engagement politique en ligne des jeunes

Laurent Chomel

Laboratoire du Cemti-Paris8

A une époque de grands bouleversements environnementaux, sanitaires, économiques et politiques, les jeunes adultes réinventent et se réapproprient les leviers d'actions politiques grâce aux outils numériques et aux réseaux sociaux.

Le militantisme traditionnel, associé aux partis ou aux syndicats, est en perte de vitesse¹, particulièrement chez les jeunes adultes pour qui les organisations historiques semblent inopérantes vis-à-vis des problématiques contemporaines². L'activisme en ligne est un moyen pour certains de se substituer aux actions militantes, et concerne un public de plus en plus nombreux. Outre les organisations qui investissent le numérique pour communiquer et espérer recruter de manière plus efficace des sympathisants, les jeunes tendent à entrer dans l'action politique par l'activité sur internet qui leur est plus familière. Inscrite dans leurs usages consistant à liker, partager des articles ou écrire des commentaires, l'engagement politique en ligne apparaît comme un espace plus libre, permettant d'expérimenter des formes d'organisation plus décentralisée, où les débats d'idées s'exposent à travers les discussions sur les réseaux sociaux ou les commentaires de vidéos. Dans ces conditions, on comprend mieux pourquoi le militantisme en présentiel semble moins attrayant. Cependant, il ne faudrait pas confondre défiance envers la politique avec du désintérêt. Comme l'écrit Ulrich Beck³, les rapports sociaux sont de plus en plus individués, c'est-à-dire que chaque individu s'appuie davantage sur ses capacités personnelles que sur le rôle des institutions pour agir. La vie numérique est donc au cœur de la redéfinition des identités politiques puisque chacun est amené à se reconnaître dans les informations qu'il consulte et les positions qu'il prend.

Les réseaux sociaux apparaissent alors comme le moyen privilégié pour s'informer, pour écouter les avis des autres ou s'exprimer suivant des modes d'appropriation différenciés : Instagram propose du contenu visuel très facilement partageable, Facebook est investi par les plus âgés et Twitter concerne surtout les activistes politiques et les acteurs médiatiques. Les informations politiques que l'on trouve sur ces réseaux se déclinent cependant, de manière assez similaire, sous trois formes : articles de presse partagés par ses contacts, vidéos postées (qu'elles soient partagées ou créées), et posts ou commentaires.

Le smartphone, toujours à proximité, est une prolongation cognitive du corps et façonne désormais la vie. Les relations se créent, s'entretiennent et s'organisent onlife (Elwell,

¹ Baromètre du dialogue social, Vague 3, CEVIPOF, 2021 [accessible en ligne](#)

² Renault-Tinacci, Mathilde. « « On veut faire de la politique autrement », ou la fabrique d'un engagement politique sur mesure dans les associations parisiennes », *Participations*, vol. 30, no. 2, 2021, pp. 221-247.

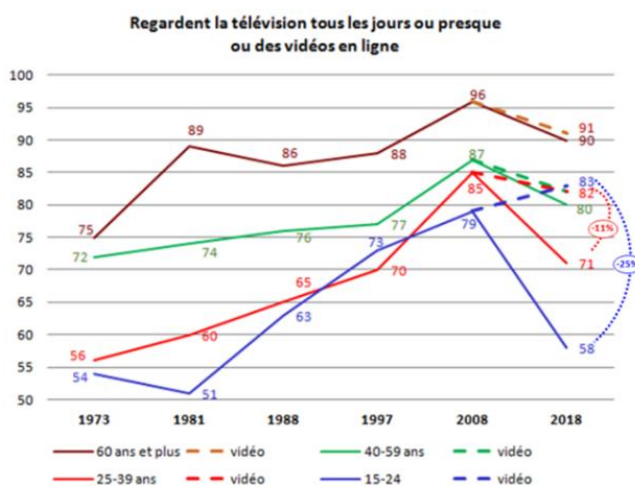
³ Dans *La société du risque, sur la voie d'une autre modernité*, Ed. Champs Essais, 2008

2014)⁴. Il n'existe pas de séparation entre les réseaux sociaux et la vraie vie, entre l'engagement 2.0 des jeunes et leur engagement sur le terrain. L'un n'empêche pas l'autre, bien au contraire : les deux s'articulent et se nourrissent mutuellement.

Alors que les pratiques de lecture semblent se transformer en profondeur⁵, affectant toutes les catégories de la société et particulièrement les jeunes hommes avec un niveau de diplôme peu élevé, on pourrait imaginer que l'accès à la connaissance s'est réduit tout comme l'engagement politique qui lui est lié ; l'acquisition de savoirs permettant de traduire les difficultés quotidiennement rencontrées en explications cohérentes et désindividualisées (Koc-Michalska, Chiche & Vedel 2015)⁶. L'OCDE identifie ainsi que près de 60% des Français rencontrent des difficultés moyennes ou sévères de lecture⁷.

La lecture n'a cependant pas disparu. Elle a surtout changé de nature : formats courts et vidéo facilitent la concentration et permettent une compréhension visuelle parfois même plus pointue. *Le Monde* a développé une offre associant lecture et vidéo permettant ainsi de toucher deux publics radicalement différents : des jeunes habitués à participer aux discussions en ligne sur la chaîne YouTube du journal, et le public d'abonnés, nettement plus âgé, qui lit la publication papier sans la commenter.

Le rapport à l'image a également changé, puisque parmi les 15-24 ans, les heures passées devant la télévision sont remplacées par celles passées à regarder des vidéos en ligne. Les thèmes « société » et « connaissances » représentent environ un quart du contenu disponible (Rieder, Coromina & Fernandez, 2020)⁸, et si moins de 3 % de toutes les chaînes sont consacrées à l'actualité et à la politique, cette catégorie a



Source : Enquêtes Pratiques culturelles, Deps, Ministère de la Culture, 2020

⁴ Elwell J.Sage. The transmediated self : Life between the digital and the analog. *Convergence*. 2014; 20(2):p 236.

⁵ Lombardo, Philippe, et Loup Wolff. « Cinquante ans de pratiques culturelles en France », *Culture études*, vol. 2, no. 2, 2020, pp. 1-92.

⁶ Koc-Michalska Karolina, Chiche Jean et Vedel Thierry, « Connaissances politiques et participation politique à l'ère numérique: ce que change l'internet », *Sciences de la société*, 94 | 2015, 177-198.

⁷ OECD (2019), *Skills Matter: Additional Results from the Survey of Adult Skills*, OECD Skills Studies, OECD Publishing, Paris, doi.org/10.1787/1f029d8f-en.

⁸ Rieder, B., Coromina, Óscar, & Matamoros-Fernández, A. (2020). Mapping YouTube. *First Monday*, 25(8). doi.org/10.5210/fm.v25i8.10667

toujours été extrêmement active et représente 45 % de tous les téléchargements (Bärtl, 2018)⁹ Conséquence : des chaînes politiques comme « Le Média », « Blast », « Osons causer » ou « Datagueule » rassemblent plusieurs centaines de milliers d'abonnés.

D'après une enquête que nous avons menée en 2020 auprès de plus de 2 000 jeunes adultes abonnés de la chaîne de décryptage de l'information « Datagueule » (coproduite par France Télévisions), les jeunes déploieraient trois formes de participation politique en ligne :

- 1- La recherche d'informations politiques qui consiste à lire les écrits des autres (commentaires, tweet et autres articles...) : plus des trois quarts (78%) lisent une partie des commentaires ou des articles sources.
- 2- Celle d'une participation signalétique qui consiste à liker, signer des pétitions ou partager ce qu'ils apprécient : ils sont une majorité (54%) à liker les contenus ou à les partager.
- 3- Et celle de l'expression directe, grâce à l'écriture de commentaires ou de rédaction de tweets. Un quart (25,9%) des lecteurs de commentaires de Datagueule en écrivent aussi, ce qui ne peut pas être généralisé à toutes les chaînes, car il faut préciser que le niveau d'étude et les catégories socioprofessionnelles sont déterminants pour l'engagement des jeunes adultes, les diplômés et catégories supérieures s'intéressant plus largement aux questions politiques que les classes populaires et les peu diplômés (Boyadjian, 2020)¹⁰.

À partir de ces différentes manières de penser la participation politique en ligne, nous avons déterminé trois profils d'engagés politiques :

1. Les engagés « impulsifs », qui réagissent à la moindre occasion et se surimpliquent dans leurs actions numériques. Ils sont les plus jeunes, ont un bagage scolaire encore faible et représentent un petit 20%.
2. Les engagés « réfléchis », qui agissent suite à une réflexion individuelle ou collective. Ce sont les plus âgés des jeunes (26 ans en moyenne). Ils ont de bons diplômes et discutent beaucoup avec leurs proches de ces questions. Ils représentent une très large majorité (65%)
3. Les engagés « réticents » : Ils s'intéressent aux questions politiques, mais préfèrent être des observateurs. Ils sont le plus petit groupe (15%)

Contrairement à ce qu'on pourrait penser, ces engagements ne se limitent pas à des actions ponctuelles, mais s'inscrivent au contraire dans la réalité des pratiques quotidiennes des jeunes : ne plus manger de viande pour ne plus faire souffrir d'animaux, éviter au maximum le plastique pour ne plus participer à la pollution des océans, boycotter certains produits

⁹ Bärtl, Mathias. "YouTube Channels, Uploads and Views: A Statistical Analysis of the Past 10 Years." *Convergence* 24, no. 1 (February 2018): 16–32. <https://doi.org/10.1177/1354856517736979>.

¹⁰ Boyadjian Julien, « *La participation politique en ligne des jeunes à travers le prisme des inégalités socio-culturelles* », INJEP, Notes & rapports/Rapport d'étude, 2020

responsables de la perte de la diversité ou l'exploitation de populations...¹¹ Discutés en ligne, les différents sujets de l'engagement politique donnent même parfois lieu à l'organisation, sur Discord ou Facebook, d'événements en extérieur, comme on a pu le voir avec le mouvement des Gilets Jaunes ou encore avec les groupes locaux de *Youth for climate*. Ces derniers se sont en effet constitué grâce aux réseaux sociaux, permettant de rassembler en manifestation plusieurs centaines de milliers de jeunes mobilisés contre le réchauffement climatique. Loin de s'opposer, l'engagement en ligne est ainsi imaginé en complémentarité avec l'engagement dans la rue, amenant ainsi les plus jeunes à se politiser par le biais d'abord des réseaux sociaux pour ensuite rejoindre des formes plus anciennes de militantisme politique.

¹¹ E. De Gavelle, O. Davidenko, H. Fouillet, J. Delarue, N. Darcel, J.-F. Huneau, F. Mariotti, « Profil de consommation protéique et attitudes vis-à-vis des protéines animales des végétariens, flexitariens et omnivores d'une population représentative française », *Nutrition Clinique et Métabolisme*, Volume 33, Issue 1, 2019, Pages 39-40,