

Circulation de l'information sur les médias sociaux pendant la grève étudiante de 2012 au Québec

NICOLE GALLANT

GUILLAUME LATZKO-TOTH

MADELEINE PASTINELLI



CENTRE D'ÉTUDES SUR LES MÉDIAS

INRS

Université d'avant-garde

**CMRC
CCRM**

Circulation de l'information sur les médias sociaux pendant la grève étudiante de 2012 au Québec

NICOLE GALLANT

GUILLAUME LATZKO-TOTH

MADELEINE PASTINELLI

Le CEM reçoit une aide financière du ministère de la Culture
et des communications du Québec

Responsabilité scientifique : Nicole Gallant
Révision : Marie-Hélène Lavoie
Édition : Gynette Tremblay
Infographie : Diane Trottier

Dépôt légal avril 2015
ISBN 978-2-922008-55-5

Centre d'études sur les médias
Pavillon Louis-Jacques-Casault, local 5604
Université Laval
Sainte-Foy (Québec) G1V 0A6
Téléphone : 418-656-3235
Télécopieur : 418-656-7807
CEM@com.ulaval.ca
<http://www.cem.ulaval.ca>

Directrice du Centre : Colette Brin

© Droits d'auteur et droits de reproduction : Toutes les demandes
de reproduction doivent être acheminées à Copibec : 514-288-1664
ou 1 800 717-2022, licences@copibec.qc.ca.

TABLE DES MATIÈRES

Remerciements	XI
Faits saillants	1
Objectifs de la recherche	1
Démarche méthodologique	1
Résultats	2
Introduction	5
1. Contexte	5
2. Perspective théorique	5
3. Questions de recherche et hypothèses	7
3.1 Question 1	7
3.2 Question 2	8
4. Objectifs	9
5. Méthodologie	9
5.1 Échantillon	10
5.2 Schéma d'entretien	11
5.3 Portée et limites de la méthode	14
5.4 Description du corpus obtenu	14
5.5 Déroulement des entretiens	15
Résultats	17
6. Expérience et usages des TIC	17
6.1 Expérience et équipement	17
6.2 Facebook	18
6.3 Twitter	21

6.4 Usages mobiles	22
6.5 Le courriel	23
6.6 Blogues et forums	23
6.7 Temps passé en ligne et «écologie» des dispositifs.	25
7. Habitudes de consommation médiatique	26
8. Engagement politique et expérience de la grève	30
9. Les usages de Facebook	38
9.1 Diversité des profils et des contenus partagés	38
9.2 Réseau, groupe et homogénéité des profils individuels	46
10. Les contenus qui circulent concernant la grève étudiante	51
10.1 Proportion de traces concernant le Printemps érable	52
10.2 Caractéristiques des traces	53
10.3 Circulation et fonctions des contenus informationnels.	57
11. Facebook, espace de débat?	65
11.1 L'ambivalence face au débat en ligne.	65
11.2 Les formes du débat en ligne	68
Conclusions	73
Annexe: Aperçu du corpus de traces (sélection d'images)	83
Bibliographie	89
À propos des auteurs	93

REMERCIEMENTS

Les auteurs de ce rapport souhaitent tout d'abord remercier Pierre Trudel qui, alors qu'il dirigeait le Centre d'études sur les médias, nous a invités à faire cette recherche. Nous tenons aussi à remercier Colette Brin, actuelle directrice du Centre, ainsi que Daniel Giroux, son secrétaire général, pour leur accompagnement bienveillant, notamment dans la production de ce rapport. Nous sommes également reconnaissants à Josianne Millette pour sa contribution à la réflexion initiale sur les orientations scientifiques du projet, ainsi qu'aux deux évaluateurs externes pour leurs commentaires très pertinents. Enfin, nous adressons nos vifs remerciements à nos quatre assistants de recherche et enquêteurs Olivier Gadeau, Pierre-Élie Hupé, Frédérick Nadeau et Guillaume Tremblay-Boily, dont le travail rigoureux et efficace a été essentiel à la réalisation de cette recherche.

FAITS SAILLANTS

OBJECTIFS DE LA RECHERCHE

Ce rapport fait état des résultats d'une recherche commandée par le Centre d'études sur les médias, au sujet de la circulation de l'information dans les médias sociaux pendant la grève étudiante de 2012 au Québec. Le projet visait à documenter empiriquement si et comment les jeunes ont utilisé Facebook pour s'informer, discuter et se forger une opinion sur les événements du Printemps érable.

DÉMARCHE MÉTHODOLOGIQUE

- Nous avons étudié en profondeur les pratiques informationnelles d'un échantillon diversifié de 30 jeunes (18 à 25 ans), en mettant l'accent sur leurs usages de la plateforme Facebook.
- Nous avons conçu une méthode hybride associant un entretien semi-dirigé classique à une visite commentée de l'historique des activités sur Facebook (partages, commentaires, « j'aime ») pour plusieurs dates sélectionnées avant, pendant et après le Printemps érable. Les *traces* de ces activités ont été enregistrées par une capture dynamique de l'écran de l'ordinateur, assortie de l'enregistrement audio des commentaires oraux des participants.
- Cette méthode nous a permis d'observer les pratiques effectives des participants, tout en bénéficiant de leurs explications contextuelles et de leur réflexivité sur le sens de ces pratiques.

RÉSULTATS

- La fréquence et la durée de consultation des médias sociaux varient de façon importante, souvent en lien avec l'occupation des répondants et les contraintes qui les empêchent d'accéder au réseau ou d'y demeurer connectés.
- Facebook est, de loin, la plateforme que les répondants utilisent le plus et sur laquelle ils interviennent le plus régulièrement. D'autres plateformes sont utilisées, mais en consultation seulement (YouTube, Twitter, blogues), et certaines sont privilégiées pour des fonctions spécifiques et dans des contextes bien définis.
- Facebook est utilisé avant tout comme agrégateur d'informations et comme outil permettant de se coordonner avec d'autres personnes. Les jeunes rencontrés produisent eux-mêmes peu d'information, mais plusieurs contribuent activement à faire circuler les contenus qu'ils trouvent sur Facebook et ailleurs en ligne.
- Les habitudes de consommation médiatique des jeunes rencontrés varient avec l'importance de leur engagement social ou politique de même qu'en fonction de leur niveau de scolarité. Les répondants moins scolarisés et ceux qui sont peu engagés socialement ou politiquement consultent moins souvent que les autres les médias d'information et ils en consultent pour la plupart une moins grande variété.
- Rares sont ceux qui ne s'informent que par le biais de Facebook, la majorité des jeunes rencontrés consultant régulièrement et souvent quotidiennement plusieurs sites différents consacrés à l'actualité. Mais la plateforme apparaît comme une source d'information importante pour tous et contribue de façon importante à la diversification des médias qu'ils consultent.
- La plupart des répondants font état d'un certain engagement social, essentiellement sous la forme de participation bénévole à diverses associations caritatives ou sociales. Par contre, les pratiques d'engagement plus proprement politiques varient

elles aussi avec le niveau de scolarité des répondants, les plus scolarisés s'intéressant davantage aux grands enjeux sociaux et investissant souvent leur énergie dans diverses formes de participation ou de contestation citoyenne.

- L'expérience de la grève est étroitement associée à l'intérêt des jeunes pour les grandes questions sociales. En conséquence, qu'ils soient aux études ou non au moment des événements du Printemps érable, les jeunes plus scolarisés ont suivi de près la grève étudiante (sauf lorsque des circonstances personnelles les en empêchaient), alors que ceux issus de milieux moins éduqués ne s'y intéressent pratiquement pas.
- Les usages que font les jeunes de Facebook sont dans l'ensemble assez homogènes, mais les contenus qu'ils publient ou auxquels ils réagissent s'avèrent très différents et étroitement liés à leurs intérêts, à leur occupation et à la composition de leur réseau social.
- Les contenus qui circulent sur la plateforme sont de types hétérogènes : éléments relatifs à la vie personnelle, événements d'intérêt public, etc. Les jeunes interrogés ont des conceptions divergentes quant à ce que devrait être l'importance relative de chaque type de contenu, les uns envisageant Facebook comme un espace relativement privé propice à des échanges liés à la vie personnelle, les autres y voyant plutôt un espace public.
- Tous les répondants accordent de l'importance à la préservation de leur vie privée.
- La composition de leur réseau social semble influencer sur le degré d'exposition des individus à des contenus exprimant une pluralité d'opinions sur les enjeux de la grève. Ceux qui entretiennent, dans leur vie en général, des liens avec des personnes aux profils variés semblent être, sur Facebook, exposés à des opinions divergentes, à l'inverse de ceux dont le cercle social est plutôt homogène.
- Ceux de nos répondants qui s'intéressent peu aux questions sociopolitiques en général ont partagé et commenté très peu de contenus au sujet de la grève étudiante. Parmi ceux qui se sont impliqués dans le mouvement étudiant, une minorité ont

publié intensivement sur le sujet. Les autres considèrent que Facebook n'est pas un espace approprié pour débattre de politique.

- Le partage de contenus de presse sur Facebook n'a pas pour but d'*informer* les autres, mais poursuit plutôt une visée *expressive* (ex: par exemple s'indigner de la nouvelle ou de son traitement) ou *argumentative* (ex: publier un billet d'opinion pour ne pas avoir à étayer soi-même sa position). Plusieurs usagers partagent ou commentent ce type de contenu pour critiquer la couverture médiatique du mouvement étudiant.
- Lorsque de l'information circule par Facebook, elle provient surtout de sources alternatives (médias communautaires, blogueurs ou vlogueurs amateurs, témoignages individuels).
- Outre l'information, beaucoup des contenus relatifs au mouvement étudiant ont un caractère expressif, esthétique ou humoristique, marqué par la prépondérance du visuel: photo-montages, détournements d'images, caricatures, clips vidéo, etc.
- Si on observe parfois des débats et confrontations d'opinions divergentes sur Facebook, la norme semble être plutôt l'évitement de la confrontation idéologique, les répondants ayant largement intériorisé les conséquences de celles-ci et craignant les dérapages. C'est avec parcimonie, retenue et prudence qu'on confronte ses idées à celles des autres.
- Nous avons découvert que certains contenus disponibles en ligne (billets de blogue, capsules vidéo, etc.) étaient mobilisés de façon récurrente dans les débats et les discussions, formant un répertoire de « ressources discursives ».
- Sauf exception, les discussions suscitées par des publications en lien avec la grève sont généralement courtes et se déroulent de façon quasi synchrone. En revanche, les mêmes discussions peuvent renaître et se poursuivre ultérieurement à la suite d'autres publications.
- Les compétences linguistiques s'avèrent parfois disqualifiantes dans les échanges, ce qui pourrait expliquer en partie le recours fréquent aux contenus « préfabriqués » et, le plus souvent, visuels.

INTRODUCTION

1. CONTEXTE

Le printemps 2012 a été marqué par une crise sociale majeure au Québec, suscitée par le conflit entre le mouvement étudiant contre la hausse des droits de scolarité et le gouvernement libéral. Le Centre d'études sur les médias (CEM) a mené une première étude portant sur la couverture des événements par les médias « traditionnels » : presse écrite, radio, télévision. Les résultats préliminaires de cette étude ont laissé entrevoir que les plateformes du Web 2.0, également appelées « médias sociaux », auraient joué un rôle de premier plan dans cette crise. Facebook et Twitter, notamment, ont constitué une source et un outil de partage d'informations qui, sans remplacer les médias de masse, auraient joué un rôle complémentaire dans la façon dont les individus s'informent, discutent et se forment une opinion. Cette recherche vise à regarder de plus près ces pratiques, à les documenter, et à déterminer dans quelle mesure elles sont circonstancielles ou révélatrices d'une évolution plus profonde des pratiques informationnelles.

2. PERSPECTIVE THÉORIQUE

L'expression « médias sociaux » recouvre un ensemble assez hétéroclite de dispositifs de communication « de pair à pair », souvent présenté comme une nouvelle génération de médias qui entreraient en concurrence avec les médias traditionnels, associés à un modèle de communication asymétrique dit « de masse » (Castells, 2010). Les dispositifs concernés comprennent les blogues et plateformes de microblogage (Tumblr, Twitter, Sina Weibo), les

sites de réseaux sociaux (Facebook, Google+, Pinterest) et de réseautage (LinkedIn, Viadeo), les sites de partage de contenus (Myspace, YouTube, Flickr, Delicious), de recommandation et d'évaluation (Yelp, Reddit), les sites collaboratifs de type «wiki» (Wikipedia), voire certains mondes virtuels et jeux immersifs (Second Life) (Proulx, 2012). Les notions de participation et de contribution se trouvent au cœur d'un ensemble de travaux qui s'intéressent aux modèles économiques sous-jacents aux diverses «plateformes» du Web social, également appelé Web participatif lorsque l'on veut insister sur cet aspect contributif. Celles-ci reposent sur le principe de la production de contenus par les usagers eux-mêmes (Bruns, 2008), et sur la valorisation marchande de l'attention des internautes qui est ainsi captée par les dispositifs les plus populaires (Kessous, Mellet et Zouinar, 2010). D'autres travaux s'efforcent de comprendre l'engouement et l'engagement des usagers dans cette participation en ligne. L'hypothèse la plus souvent formulée est celle de l'émergence d'une culture participative ou expressive (Jenkins, 2006; Allard, 2007; Schäfer, 2011). Ce serait cet «expressivisme» qui pousserait les individus à ne plus abandonner aux seules entreprises médiatiques et industries culturelles le pouvoir d'intervenir dans l'espace public (Blondeau et Allard, 2007, 2010).

En même temps que la figure de l'usager, celle du *public* serait en pleine mutation du fait de ces possibilités d'échanges entre pairs. Divers concepts ont été élaborés pour rendre compte des mutations observées: «publics récursifs» (Kelty, 2008), «publics en réseau» (Boyd, 2011), ou encore «publics ad hoc» (Bruns et Burgess, 2011), lesquels se constitueraient autour d'enjeux spécifiques tels que celui qui a polarisé le Québec en 2012. Si l'appropriation collective d'une technologie consiste en sa mise en œuvre par un groupe ou une catégorie sociale dans le but de renforcer son pouvoir vis-à-vis des autres composantes de la société (Proulx, 1988), le Printemps érable aurait mis en évidence la maturation d'une appropriation collective des plateformes socionumériques, notamment Facebook et Twitter. Un aspect de cette appropriation serait le développement, de la part des usagers, d'une *conscience de former un public agissant*. Cette posture s'exprimerait entre autres par une distanciation de ces publics

vis-à-vis de l'image renvoyée d'eux-mêmes par les médias traditionnels, distance critique que les informations et commentaires circulant sur les médias sociaux viendraient alimenter notamment par la pratique du *fact checking*. Cette réflexivité se traduirait aussi dans le fait que ces « publics en réseau » participeraient à leur propre construction en tant qu'audience, c'est-à-dire au processus d'*audience* (Fiske, 1992 ; Blondeau et Allard, 2010), à travers les pratiques de curation et de redistribution de contenus : partage d'une photo sur Facebook, relayage d'un *tweet*, etc. Enfin, quelques auteurs soulignent l'émergence de nouvelles formes d'espaces publics, à savoir les micropublics ou « sphères publiques personnelles » (et souvent provisoires) qui se formeraient autour d'un blogue, d'une page Facebook, ou même du « statut » publié sur le « mur » d'un utilisateur de Facebook (Schmidt et Loosen, 2012).

3. QUESTIONS DE RECHERCHE ET HYPOTHÈSES

Notre recherche s'inscrit dans le sillage de ces réflexions et questionnements, auxquels elle vise à contribuer en étudiant le cas du Printemps érable et en produisant des descriptions fines de pratiques informationnelles – c'est-à-dire de consommation et de dissémination d'informations – en lien avec les médias sociaux. Nous avons ainsi cherché à fournir des éléments de réponse à deux grandes questions de recherche.

3.1 Question 1

La première question prend pour objet l'information qui circule sur les médias sociaux. Nous avons cherché à savoir de quelle façon cette information est produite et par qui ; quelle est sa nature ; mais aussi quelle est sa provenance, comment elle est transmise et retransmise et de quelle manière elle est reçue. Dans quelle mesure s'agit-il d'information produite individuellement par les utilisateurs des médias sociaux, d'informations issues des médias traditionnels, provenant des associations étudiantes organisées, prenant la forme de témoignages individuels, de productions humoristiques ou artistiques ? Nous avons présupposé que les informations transmises

par les médias sociaux reprennent partiellement celles qui sont diffusées par les médias traditionnels, mais qu'elles sont également différentes. Nous espérons à terme être en mesure de distinguer, d'identifier et de décrire les différents types d'informations (en fonction de leur nature et de leur provenance) qui sont produites ou qui circulent dans les médias sociaux. Nous souhaitons aussi évaluer quelle est la place relative occupée par chacun de ces différents types d'information et de circonscrire ce qui caractérise la manière dont chacun de ces types d'information circule et est reçu.

3.2 Question 2

La seconde question de recherche nous a amenés à nous pencher sur l'expérience des individus. Nous avons cherché à déterminer le **rôle des médias sociaux**, et, le cas échéant, la participation active sur ceux-ci, **dans la construction** de l'opinion des individus, mais aussi **de leur rapport à l'information et aux médias**. Sur ce dernier point, nous avons cherché à cerner les effets à moyen terme de cette période. Comme hypothèse de départ, nous proposons deux pistes. Sur le plan des pratiques informationnelles, nous pensions qu'elles auraient été différentes (et amplifiées) pendant la période de grève, mais qu'elles seraient revenues à l'automne 2012 à peu près au même point qu'elles l'étaient à l'automne 2011. L'engouement pour les médias sociaux serait donc attribuable non pas aux attraits inhérents et aux affordances de ces plateformes, mais à l'intérêt pour l'enjeu. Sur le plan du rapport à l'information et aux médias, nous pensions que les médias sociaux ont contribué – notamment pour la génération des étudiants sur le point d'entrer ou tout juste entrés à l'université – à une sorte de socialisation aux médias et à la prise de parole. En quelques mois, ils ont pu développer une certaine distance critique que les générations précédentes ont mis plus de temps à construire. Ce sens critique – pour ne pas dire cette méfiance – à l'égard des médias traditionnels serait appelé à perdurer davantage que les changements observés dans les pratiques informationnelles durant la crise sociale du printemps 2012.

4. OBJECTIFS

Le premier objectif de notre recherche était de documenter les types d'informations qui circulent sur les médias sociaux ainsi que les modalités de cette circulation. Ce volet de la recherche se veut essentiellement descriptif ; nous ne voulions pas, au départ de la démarche, présumer d'emblée de ce que nous allions trouver. Nous avons également tenté de documenter la *réception* des informations, notamment à partir des commentaires qu'elles ont pu susciter. Nous voulions enfin mieux cerner le rôle joué par les individus sur les médias sociaux : quelles informations ils y produisent ou y relayent et pourquoi.

En ce qui a trait à l'expérience médiatique des individus, nous avons tenté de cerner les diverses façons dont les médias sociaux peuvent contribuer – ou non – au processus de socialisation médiatique, c'est-à-dire l'apprentissage du fonctionnement des médias et le développement d'un sens critique à leur endroit. Finalement, nous avons cherché à déterminer comment la circulation des informations sur les médias sociaux contribue à une forme de socialisation plus proprement politique, notamment à certaines formes d'action collective.

5. MÉTHODOLOGIE

L'étude s'appuie sur une enquête qualitative dont la démarche d'analyse est essentiellement inductive. Ainsi, en ce qui concerne la première question de recherche, nous nous sommes efforcés de caractériser les types d'information en nous appuyant sur les catégories analytiques développées pour l'étude de la couverture de la « crise » par les médias traditionnels, mais en leur ajoutant un certain nombre de paramètres pour mieux cerner la diversité des types d'informations ainsi que leurs sources.

Le cœur de l'enquête repose sur deux séries d'entretiens (30 en tout) menés respectivement auprès a) d'une vingtaine de jeunes qui étaient âgés de 18 à 25 ans et qui étaient étudiants collégiaux ou universitaires au cours de l'année 2011-2012 et b) d'une dizaine

de jeunes du même âge mais qui n'étaient pas étudiants durant cette période.

5.1 Échantillon

Afin d'assurer un corpus relativement homogène sur certains points, le choix des jeunes de 18 à 25 ans nous a semblé à la fois judicieux et réaliste compte tenu du temps et des moyens dont nous disposions. L'échantillon final est composé de 30 personnes, réparties en deux corpus ou portions d'échantillon. Nous avons décidé d'accorder un poids plus important aux étudiants parce qu'ils étaient évidemment les principaux interpellés de la « crise étudiante », au moins au début de celle-ci, et directement concernés par elle. Il s'agit d'étudiants tant du cégep que de niveau universitaire. La décision de nous intéresser à la tranche d'âge des 18-25 ans est motivée par le fait qu'elle comprend l'écrasante majorité des étudiants de niveau postsecondaire. En outre, les jeunes sont aussi une tranche de population qui est proportionnellement très présente sur les médias sociaux. Or, de nombreux jeunes ne sont pas étudiants et ceux qui ne le sont pas ont vraisemblablement vécu les événements du Printemps érable d'une autre manière. Notre deuxième portion d'échantillon regroupe donc une dizaine de jeunes qui n'étaient pas étudiants durant l'année scolaire 2011-2012.

À l'intérieur de chacune de ces deux grandes portions de l'échantillon, nous avons eu recours à des paramètres de diversification qui sont pertinents pour notre questionnement de recherche. La démarche retenue étant qualitative, nous n'avons pas visé un échantillon qui soit statistiquement représentatif, mais avons plutôt construit un échantillon raisonné. Nous avons retenu quatre paramètres de diversification :

- Le type de contexte géographique : près des lieux de mobilisation (Montréal) ou plus éloigné (Québec) ;
- Le niveau de mobilisation antérieur : personnes déjà engagées avant la grève et d'autres pas engagées ;
- Le sexe/genre : des hommes et des femmes.

- L'orientation idéologique sur l'enjeu de la grève : c'est-à-dire aussi bien des « carrés verts » que des « carrés rouges » et d'autres qui ne s'identifient ni aux uns ni aux autres.

Afin de pouvoir en faire un traitement en profondeur, nous avons restreint le corpus à une trentaine d'entretiens, parce que ces derniers sont assez substantiels et devaient être l'objet d'une analyse fine. Par conséquent, il n'était pas possible d'obtenir toutes les combinaisons possibles de ces quatre paramètres dans l'échantillon ; l'objectif était plutôt de nous assurer que l'échantillon regrouperait des répondants au profil varié de façon à limiter les éventuels biais d'échantillonnage.

5.2 Schéma d'entretien

Les entretiens qualitatifs ont en leur cœur l'examen chronologique commenté de la page Facebook du répondant. Ils durent entre 2 et 3 heures, la première moitié étant consacrée au « portrait » du répondant et de ses pratiques médiatiques, la seconde étant réservée à la visite commentée du compte Facebook. Dans les cas où le matériau était trop abondant, un deuxième entretien fut réalisé.

L'entretien débute par un certain nombre de questions plus générales qui permettent au répondant de situer :

- ses pratiques de consommation de l'information (quoi, quand et où ; avant, pendant et après la « crise ») ;
- son expérience des enjeux étudiants avant (ex : Était-il déjà militant ?) et pendant la grève.

Plus particulièrement, le schéma d'entretien que nous avons élaboré comporte sept parties. La première et la dernière ouvrent et concluent l'entretien par quelques questions signalétiques qui permettent de préciser certaines informations (âge, programme d'étude, autres occupations, etc.), notamment sur le milieu social d'origine (occupations des parents, niveau de scolarité, revenus, etc.).

La deuxième partie de l'entretien porte sur le profil d'utilisation des TIC. Elle vise à jauger différents indicateurs afin de nous donner

une idée générale de ce que sont les habitudes des répondants et, surtout, de nous permettre de distinguer clairement lesquels sont plus ou moins branchés. Cette deuxième partie du schéma vise également à savoir quelles sont les plateformes que les répondants utilisent et de quelle manière celles-ci sont utilisées.

La troisième partie de l'entrevue porte sur les habitudes de consommation médiatique. Sans chercher à être exhaustive, elle vise à voir dans quel genre d'expérience de consommation médiatique et de rapport aux médias se situent les pratiques de communication des répondants sur les médias sociaux. La quatrième partie porte sur l'expérience de participation politique et citoyenne. Elle vise à savoir dans quelle mesure les répondants ont l'habitude de s'impliquer et en regard de quel genre de causes ou d'organisations. La cinquième partie porte sur l'expérience du printemps étudiant.

Enfin la sixième partie s'attèle à l'étude de l'historique Facebook du répondant, ce qui permet de mettre en lumière le contenu de la première partie de l'entretien. Dans le cas où le répondant a déclaré avoir plusieurs comptes, nous lui avons demandé de nous faire visiter celui qu'il utilisait le plus durant la période considérée. L'étude de l'historique Facebook comprend normalement toutes les traces d'activité du répondant sur la plateforme (ses publications ou « statuts », ses commentaires sur les publications de tiers, ses signaux « J'aime », en plus de tout ce qui apparaît sur le « mur »). Nous nous étions préalablement assurés de la faisabilité de cet exercice avec les nouveaux paramètres de Facebook. Par souci éthique, mais aussi pour éviter d'être noyés dans une masse de données informes et par elles-mêmes inintelligibles sans mise en contexte, plutôt que « d'aspirer » ces traces de manière intrusive et exhaustive, nous avons effectué un **enregistrement dynamique de l'image affichée à l'écran et du son ambiant** pendant l'entretien (au moyen du logiciel Camtasia), ce qui permettait au répondant de garder la maîtrise (et d'être conscient) des informations qu'il accepte de nous montrer.

Comme nous ne pouvions pas aborder avec les répondants l'entièreté de leur historique sur une période de plusieurs mois, et

afin de contenir l'analyse dans des paramètres comparables, nous avons choisi une série de 8 à 10 périodes spécifiques à l'intérieur desquelles nous avons examiné l'historique des activités, et ce, pour chaque personne. Chaque période correspond à une séquence de deux jours consécutifs. Elles sont réparties comme suit :

- 2 séries de deux jours en automne 2011 ;
- de 4 à 6 séries de deux jours pendant la « crise »¹ :
 - la moitié d'entre elles sont des moments charnières tels qu'identifiés dans le premier volet de la recherche du CEM, portant sur les médias traditionnels (comme l'offre du gouvernement libéral le 27 avril ou le congrès des libéraux à Victoriaville le 4 mai, etc.) ;
 - l'autre moitié est constituée de moments sans lien direct avec les temps forts de la crise (afin de mettre en évidence ce qui circule dans les moments « ordinaires » du quotidien) ;
- 2 séries de deux jours postérieurs à la « résolution » de la crise – plus ou moins les mêmes dates que celles retenues pour l'automne 2011 – afin de voir s'il y a ou non « retour à la normale ».

Dans le cas où aucune trace d'activité n'était présente à une période donnée, l'intervieweur la remplaçait par les deux jours « actifs » les plus rapprochés de la date de référence, jusqu'à concurrence de la date de référence suivante.

Avec cet exercice, nous souhaitions notamment documenter (par l'observation mais aussi à travers leur discours sur leur expérience) la façon dont les jeunes ont interagi avec leur entourage. Nous cherchions ainsi à connaître le type de discussions qu'ils ont pu avoir durant la crise, en ligne et hors ligne, avec la part de leur réseau social qui est en ligne et aussi un peu avec celle qui ne l'est pas.

1. À sa discrétion, l'enquêteur pouvait renoncer à la visite de l'historique pour deux périodes spécifiques parmi les six identifiées, dans les cas où l'entretien aurait été beaucoup trop long en raison d'un historique très chargé.

5.3 Portée et limites de la méthode

Notre stratégie d'enquête repose fortement sur l'analyse de traces d'activité en ligne. Il importe de garder à l'esprit que les participants dont l'historique ne contient aucune trace relative à la grève ont quand même pu être exposés sur Facebook à certains contenus relatifs à la grève, mais les seuls indices que nous pouvons en avoir se trouvent dans la partie purement déclarative de l'entretien, où les participants sont amenés à se remémorer leurs usages des médias sociaux durant la grève.

5.4 Description du corpus obtenu

Le présent rapport porte sur 30 entretiens réalisés avec des jeunes qui avaient entre 18 et 25 ans en septembre 2011 (ils avaient donc entre 19 et 26 ans au moment des entretiens, la moyenne étant de 23,6 ans et la médiane, 24 ans). Pour les identifier, divers moyens ont été déployés, du recrutement par carnet d'adresses au recrutement direct dans des lieux publics, en passant par des affiches (voir annexe A) et des statuts Facebook (voir annexe B), avec relais vers une page Web créée spécialement à cette fin. Les tableaux 1 et 2 donnent un aperçu de la composition de l'échantillon, selon les variables que sont le statut (étudiant ou non durant l'année scolaire 2011-2012), le sexe et la région de résidence au moment de l'entretien – qui correspond généralement à la région où résidaient les répondants durant l'année 2011-2012, à de très rares exceptions près.

Parmi les jeunes étudiants, nous avons obtenu une intéressante diversité dans les niveaux d'engagement dans le mouvement étudiant, allant de la participation active quotidienne à un refus complet de suivre le déroulement de la grève, généralement lié à des événements de la trajectoire personnelle souvent indépendants du contexte étudiant. Bien qu'il se soit avéré plus difficile de recruter des jeunes qui n'étaient pas étudiants au moment de la grève, les entrevues avec ces répondants offrent une perspective éclairante sur les pratiques des participants étudiants.

TABLEAU 1
Répartition des répondants par statut et par sexe

	Hommes	Femmes	Total
Étudiants	9	10	19
Non-étudiants	6	5	11

TABLEAU 2
Répartition des répondants par statut et par région de résidence

	Montréal	Québec	Total
Étudiants	10	9	19
Non-étudiants	6	5	11

5.5 Déroulement des entretiens

Les entrevues enregistrées duraient en moyenne juste en-deçà de deux heures (1 h 51), dont un peu plus de la moitié était consacrée à la visite commentée de l'historique Facebook (1 h 04 en moyenne). L'entretien le plus long a duré 3 h 33, dont 2 h 52 pour la visite Facebook, alors que le plus court tient en 46 minutes, dont 25 minutes d'historique Facebook.

Cet écart de durée est évidemment en grande partie lié à l'intensité variable de l'activité des répondants, notamment le nombre de « traces » à explorer dans les archives de leur compte Facebook aux dates sélectionnées. Notre corpus complet comporte 3 696 traces Facebook, soit une moyenne de 123 traces par personne. Toutefois, nous avons constaté une très forte disparité entre les répondants : 10 sont très actifs, avec entre 170 et 335 traces explorées aux dates sélectionnées ; 12 sont moyennement actifs, avec entre 60 et 110 traces durant les périodes à l'étude² ; alors que

2. Le lecteur attentif aura remarqué que les limites des classes ne se rejoignent pas. Ceci est dû au fait que ces classes sont construites de manière inductive plutôt que déductive. Ainsi, même si elles ne couvrent pas toutes les possibilités théoriquement envisageables, les catégories demeurent collectivement exhaustives parce qu'elles englobent tous les cas réels de notre corpus. En effet, nous ne trouvons aucun répondant ayant entre 111 et 169 traces dans son historique Facebook aux dates choisies pour les entretiens.

8 répondants sont nettement moins actifs sur Facebook, se limitant à moins de 60 traces chacun.

La première partie des entretiens, assez classique, donne les résultats attendus. D'une durée généralement située entre 45 et 60 minutes, cette partie a permis de faire un tour d'horizon succinct mais assez complet du rapport des participants aux médias, à la sphère politique et à la grève du printemps 2012. En ce qui concerne la seconde partie, les participants se sont volontiers prêtés à l'exercice de faire une visite commentée de leur historique Facebook, démontrant la faisabilité d'une telle approche, et ce, même en cas de difficultés techniques qui ralentissaient parfois la navigation sur le site. Cette technique d'entretien s'est avérée très révélatrice des pratiques des jeunes sur Facebook pendant la grève étudiante et a permis de découvrir non seulement des aspects non abordés en entretien, mais aussi de voir le contraste parfois marqué entre leur représentation narrative en entretien et leur comportement réel tel qu'archivé dans leur historique, tant en ce qui concerne la composition du réseau social actif sur la plateforme que le type d'activités qui y sont menées. D'une façon plus générale, cette technique de collecte de traces numériques *en contexte*, combinant la capture d'écran dynamique, la capture du son ambiant, et la conduite de l'entretien coordonnée avec l'exploration active des traces par l'enquêteur, nous semble une approche très féconde, au-delà même de nos attentes. Des exercices préalables (prétest, simulations entre enquêteurs), ainsi que des retours de terrain avec les enquêteurs, nous ont permis de raffiner la méthode en sélectionnant la manière optimale de procéder afin : 1) de s'assurer que toutes les données pertinentes puissent être enregistrées ; 2) d'éviter que la navigation dans l'historique ne ralentisse trop l'entretien et n'en brise le rythme et la fluidité.

Nous avons décidé de laisser les bornes des classes telles qu'elles ont émergé des données (tout en les arrondissant à la dizaine près) afin de montrer qu'il s'agit bien de catégories qui sont distinctes dans les faits ; cet espace entre les catégories rappelle que le découpage entre les répondants « moyennement actifs » et « très actifs » n'est pas arbitrairement placé sur un chiffre précis avec des individus qui pourraient se situer très près de la borne limite, mais qu'il s'agit bien d'une distinction caractérisant des comportements dissemblables.

RÉSULTATS

6. EXPÉRIENCE ET USAGES DES TIC

6.1 Expérience et équipement

Tous les répondants interrogés disposent d'un ordinateur personnel, mais parfois depuis peu. Il s'agit, dans la grande majorité des cas, d'un ordinateur portable. D'ailleurs, lorsque l'on achète un premier ordinateur (sur le tard), c'est un portable. « Mon portable est devenu la référence. [...] Je le traîne en voyage. Je le traîne partout. » (Homme, 26 ans, étudiant)

La plupart des participants ont un téléphone cellulaire depuis la fin de leur adolescence. Typiquement, ils l'ont acquis au moment de l'entrée au cégep, ce qui correspond pour plusieurs au départ du domicile parental. La grande majorité des possesseurs de mobiles ont aussi une connexion Internet (3G) sur l'appareil. Cependant, tous ne sont pas équipés de la même façon. Quelques-uns soulignent par exemple le fait que leur modèle n'est pas pratique pour accéder à Facebook (ex : BlackBerry de générations précédentes). D'autres évitent la connexion Internet car elle est onéreuse, et attendent donc d'avoir accès à un réseau local sans fil (Wi-Fi) pour se connecter. Certains n'ont qu'un appareil de base – un « téléphone stupide » plaisante une de nos répondantes – permettant tout de même l'échange de textos. Enfin, si une très petite minorité de répondants possédait une tablette (iPad ou autre) au moment de l'entretien, le iPod Touch est mentionné par quelques-uns comme un substitut de « téléphone intelligent ».

Au chapitre des médias numériques dits « sociaux », Facebook constitue le principal dispositif utilisé, pour ne pas dire le seul¹ (pour plusieurs), bien loin devant Twitter, LinkedIn, Instagram et Tumblr. Suivent Pinterest ou encore Reddit (pratiqué par un ou deux répondants). YouTube est très utilisé mais en consultation seulement ; pratiquement aucun répondant ne disposait d'un compte actif permettant de publier ou de commenter les vidéos. Les services de musique en ligne (partage ou *streaming*) sont évoqués (ex. : Rdio), mais moins en revanche que les sites Internet de médias traditionnels tels que *La Presse*, *Le Devoir* ou Radio-Canada. Certains participants nous signalent avoir des comptes d'utilisateurs sur certains de ces sites pour pouvoir y publier des commentaires. Très peu de répondants s'investissent dans des blogues ou des forums (indépendants des plateformes citées plus haut) et les wikis ne sont même pas mentionnés. En revanche, on trouve des mentions de quelques plateformes spécialisées, souvent liées aux études (Academia, Ancestry, etc.).

6.2 Facebook

Notre étude confirme la coexistence d'usages multiples pour un même dispositif technique, d'un individu à l'autre, et également chez le même individu, mais à des échelles de temps distinctes. Elle a fait aussi ressortir l'évolution des usages dans le temps, et donc leur « fragilité » (Domenget, 2013). On a pris l'habitude de désigner Facebook comme un site de « réseau social » (numérique). Cette désignation correspond à la description du dispositif dans ses premières années d'existence. Rappelons à cet égard que Boyd et Ellison (2007) définissaient les *sites de réseaux sociaux* comme des services Web permettant de construire et de rendre visible des liens entre des usagers représentés par des *profils*. Quelques années plus tard, Ellison (2011, p. 22) convenait de la nécessité de réviser sa propre définition pour faire des réseaux socionumériques des « plateformes de communication en réseau », la possibilité « [d']accéder à

1. Rappelons que le fait de détenir un compte Facebook constituait un critère de sélection pour participer à l'étude.

des flux de contenus » n'étant mentionnée qu'en troisième position dans les caractéristiques propres à ces plateformes. Or, la première utilisation de Facebook, en ce qui concerne le temps consacré par nos répondants, serait plutôt, pour la période visée par notre enquête, celle d'un *agrégateur* d'informations, ainsi que d'autres l'ont souligné (Goldberg, 2014). On parcourt ainsi son « fil d'actualité » en passant d'une nouvelle « personnelle », voire intimiste, à une nouvelle « journalistique » d'intérêt public. Facebook combinerait en un seul canal médiatique le journal du matin, la chaîne d'information en continu, et les potins échangés à la pause-café : « Facebook, c'est plus comme un journal quotidien [...]. [On s'en sert] pour s'informer, pour voir ce qui se passe. » (Femme, 21 ans, étudiante)

D'ailleurs, on parcourt parfois son fil d'actualité d'un regard distrait, avec un autre œil sur l'écran de la télé. Ces activités, auxquelles il faut ajouter le rituel de la consultation des médias traditionnels sur Internet, semblent occuper le même créneau horaire pour plusieurs : le matin au lever, le soir, au moment du repas.

Cette mutation de Facebook en « fil d'information » (au sens le plus large) s'accompagne de l'affaiblissement de la démarcation entre l'information à caractère privé, personnel (la « *me-formation* ») et l'information au sens journalistique, d'intérêt public. Cet affaiblissement se produirait à la faveur du brassage effectué par les algorithmes du Web pour traiter les flux d'information en fonction de critères de pertinence pour l'utilisateur faisant fi d'une telle catégorisation. Ainsi, de même que la *publicité* (entendue comme forme de visibilité, voir Latzko-Toth et Pastinelli, 2013) s'étendrait aux activités de gens ordinaires, inversement, notre consommation de nouvelles engloberait le particulier et l'intime, tout autant que le général, le politique, etc.

On trouve fréquemment dans la bouche de nos répondants un discours dépréciateur au sujet de l'intérêt du contenu de Facebook (les termes « inutile » et « futile » reviennent souvent), en particulier en ce qui concerne l'épanchement des autres et l'exposition de leur vie privée (leurs états d'âme, leurs « photos de party », etc.). Typiquement, un participant déclare qu'il s'est mis tardivement à Facebook – pour « suivre le troupeau » – parce qu'il n'en voyait

pas l'intérêt. Paradoxalement, plusieurs admettent partager beaucoup de photos ou aimer exprimer leur humeur du moment. Cela dit, certains nous disent avoir changé d'opinion sur la « pertinence » de Facebook à l'occasion de la grève étudiante : « Facebook est devenu « pertinent » lors de la grève étudiante, pour s'informer. » (Femme, 25 ans, étudiante)

Facebook est aussi employé pour « organiser » sa vie, et plus spécifiquement pour coordonner des activités avec d'autres personnes. Facebook semble être ainsi le *collecticiel* par excellence et par défaut pour nos répondants. On s'en sert pour mener des travaux de groupe liés aux études, mais également pour les loisirs et la vie sociale à l'extérieur du contexte des études. À cet égard, la fonction d'organisation « d'événement » est très souvent mentionnée. Ce service, qui permet de lancer des invitations (par exemple pour une fête ou pour gérer les activités d'une ligue de hockey amateur) et d'en faire le suivi, tout en fournissant toutes sortes d'informations pratiques, semble particulièrement apprécié. Il permet incidemment, par le fait même qu'il crée un espace commun pour le groupe d'amis invités à l'événement, une communication de groupe. Il confirme l'extension à la sphère privée, ce que d'autres études ont déjà mis en évidence à propos des mobilisations militantes : la fonction de *coordination* des membres d'un réseau social, que remplirait la plateforme Facebook en temps ordinaire, par contraste avec Twitter qui serait perçu comme une source d'informations. « C'est un peu un agenda à tout faire mais que tout le monde a en même temps. » (Femme, 19 ans, étudiante)

À la lecture de ce qui précède, on comprend l'intérêt de distinguer des temporalités d'usage (Domengot, 2013), lesquelles permettent d'expliquer la coexistence ou superposition d'usages assez distincts chez la même personne et pour le même dispositif. Tandis que l'usage de Facebook comme source d'informations relèverait des temps libres ou « interstitiels » du cycle circadien (les moments de « transition » dans la journée, selon le mot d'une répondante), son usage comme dispositif de collaboration et de coordination s'inscrirait dans un cycle plus étendu, un temps intermédiaire, celui d'une activité qui se déploie ou s'organise sur plusieurs jours ou semaines. Or, c'est sur le temps plus long que se

manifesterait un troisième usage prégnant de Facebook : le maintien du contact avec les amis, qui n'implique pas toujours un échange de messages. Le maintien du contact se suffit parfois de la *vision de l'autre*, même si, de temps à autre, on éprouve le besoin de laisser une trace de ce contact, de son passage discret dans la vie de l'autre par un signe visible (typiquement, un clic sur le bouton « *J'aime* » sous une publication de l'autre). Certains de nos répondants qualifient cette pratique de « voyeurisme », un terme ayant une charge morale très négative ; or, elle peut être aussi interprétée comme une forme de « contact passif », non intrusive.

6.3 Twitter

Utilisé de manière plus sporadique et depuis moins longtemps que Facebook, Twitter semble relever d'un usage plus « sérieux » d'Internet : moins ludique, plus professionnel. Comme mentionné plus haut, Twitter sert essentiellement de fil de presse pour ceux de nos répondants (ils sont minoritaires) qui ont un compte sur cette plateforme de microblogues. Dans la plupart des cas, nos répondants publient peu, voire jamais, se contentant de lire les *tweets* des sources auxquelles ils sont abonnés (par ex., le compte du service de police de la Ville de Montréal). En tant que source d'information, Twitter est jugé plus performant que Facebook : « Ce que je faisais sur Facebook [m'informer de l'actualité et partager des articles], je pouvais le faire mieux sur Twitter », explique l'un des participants. Une autre souligne sa plus grande efficacité pour relayer l'information en temps réel. On évoque le délai plus grand avant que les nouvelles nous parviennent par le biais de Facebook. En ce sens, l'usage de Twitter serait corrélé à l'*urgence*. Cela pourrait expliquer le fait que certains de nos répondants se sont mis à utiliser Twitter à l'occasion de la grève étudiante (notamment pour se tenir au courant du déroulement des manifestations) et ont cessé de l'utiliser après, lorsque l'actualité (ou le besoin d'en être informé) a perdu son caractère d'urgence.

On retrouve ici les considérations évoquées plus haut sur les différentes temporalités d'usage. Tandis que dans le déroulement ordinaire de la vie quotidienne, Facebook permet une coordination

efficace des activités sociales malgré les délais occasionnés par l'asynchronie des pratiques individuelles, Twitter prend le relais surtout dans les « pics » d'urgence, notamment pour la coordination en temps réel (Millette et *al.*, 2012) mais aussi pour répondre à un sentiment d'urgence, même pour ceux qui n'agissent pas mais qui « veulent savoir », là, maintenant, au fur et à mesure...

6.4 Usages mobiles

L'usage du téléphone mobile peut se décomposer en trois fonctionnalités distinctes. La fonction la plus largement pratiquée dans notre échantillon est l'**échange de textos**. Ce dernier concerne principalement les amis proches, dans les deux sens du terme : affectivement et géographiquement. La correspondance avec les autres amis se fait plutôt par Facebook, dont la messagerie est aussi utilisée lorsque les messages se font plus longs, la conversation plus élaborée. On peut faire l'hypothèse que plus les individus ont des contacts fréquents et vivent dans un monde commun, plus les messages peuvent être brefs et concis et donc bien adaptés à la forme texto. Ils sont en quelque sorte « indexicaux », c'est-à-dire qu'ils comportent beaucoup de références implicites à un contexte partagé, ce qui n'est pas le cas entre des personnes se côtoyant plus sporadiquement.

La deuxième fonction en fréquence d'usage du téléphone mobile est l'**accès à Internet**. Pour plusieurs répondants, c'est même le mode d'accès le plus fréquent au courriel, voire aux médias sociaux. La mobilité de l'appareil semble la caractéristique déterminante, plus que son lien avec la fonctionnalité téléphonique. L'une de nos répondantes, qui n'a ni téléphone mobile ni ordinateur portable, se sert de son iPod Touch (connecté aux réseaux sans fil) comme d'un téléphone intelligent et indique qu'elle peut ainsi consulter son fil d'actualité de Facebook beaucoup plus souvent parce que, dit-elle, elle peut y « accéder n'importe où et n'importe quand ».

La **communication vocale** n'arriverait qu'en dernier dans la gamme d'usages du mobile. Et qui plus est, elle est le plus souvent réservée aux membres de la famille. L'interaction vocale directe

(synchrone) tend à être évitée notamment par peur de déranger l'autre, en l'interrompant dans ses activités :

Tu prends les messages... emails, Facebook, comme ça tu déranges pas la personne. Tsé, y'en a qui ont des enfants, fait que [...] tu te dis : « crime, ouin... je réveillerai pas le bébé ». Ça arrive! (Femme, 25 ans, étudiante)

6.5 Le courriel

Le courriel est, de façon quasi unanime, qualifié de « plus formel » que les autres formes de messages. On s'en sert avec les amis qui n'ont pas de compte Facebook, mais il est principalement utilisé dans un cadre professionnel ou, dans le cas des étudiants, pour la correspondance avec les professeurs. Les jeunes que nous avons interrogés disent avoir peu de leurs collègues de travail dans leurs contacts Facebook, et ils interagissent peu avec eux de cette façon, même si nous avons trouvé des contre-exemples dans notre échantillon.

La grande majorité de nos répondants disent utiliser les messageries respectives de Google (Gmail) et de Microsoft (Hotmail), qui sont donc des « *webmails* », permettant un accès au « nuage » à partir de différents appareils.

6.6 Blogues et forums

Les blogues sont surtout utilisés de manière « passive ». On lit des blogues mais on n'en tient généralement pas soi-même. Plusieurs participants évoquent des blogues abandonnés ou en projet, mais rares sont ceux qui en tenaient un au moment où nous les avons rencontrés. Parmi ceux qui caressent l'idée d'ouvrir un blogue, on trouve ceux qui ont déjà une pratique structurée de *curation*² de contenu sur la plateforme Facebook, c'est-à-dire des individus qui,

2. La curation numérique désigne la sélection, la préservation et la mise en valeur de contenus numériques, notamment par l'ajout de métadonnées (référencement) pouvant prendre la forme de mots clés (*tags*). Constituant une pratique informationnelle émergente dans le contexte des médias numériques, elle est de plus en plus le fait de usagers, plutôt que de professionnels (journalistes, bibliothécaires, etc.) (Deschamps, 2012).

sans nécessairement produire eux-mêmes du contenu original, sélectionnent sur le Web des contenus relatifs à un sujet qui les intéresse (ex : l'éсотérisme, le voyage, etc.). Lorsque c'est un contenu original, il s'agit le plus souvent de photos. Quelques répondants nous ont ainsi expliqué avoir déserté la plateforme Flickr, puis adopté Facebook à la place, et finalement envisager de migrer vers une autre plateforme (blogue, Tumblr, etc.).

Les jeunes que nous avons rencontrés ne *produisent* que rarement de l'information originale sur les plateformes sociales, se contentant le plus souvent de lire celle qu'ils y trouvent et éventuellement de la faire circuler. En fait, ils *publient* eux-mêmes fort peu, même lorsque cet acte de publication consiste simplement à reprendre un contenu trouvé ailleurs, dans le but de le faire circuler. En général on « partage », c'est-à-dire qu'on rediffuse la publication d'un tiers parce qu'on la trouve intéressante et qu'on présume qu'elle intéressera les membres de son réseau. Ainsi, de manière plus générale, on consomme beaucoup plus d'information qu'on en produit. Cette posture « passive » sur les médias socionumériques viendrait étayer les constats de chercheurs qui ont déjà souligné le coût, notamment temporel, de la participation en ligne (Rebillard, 2007), ce qui expliquerait en partie le « fossé » de la participation observé sur le Web social (Hargittai et Walejko, 2008 ; Hargittai et Hinnant, 2008). D'ailleurs, les quelques répondants qui sont d'actifs diffuseurs de contenus sont aussi les plus politisés (comme observé par Weeks et Holbert, 2013) et les plus impliqués socialement. Leur activité en ligne se conçoit alors comme l'extension de leurs pratiques militantes.

Dans la mesure où il existe de nombreux forums de discussion sur le Web, il est plutôt surprenant de constater que ces derniers ne sont presque jamais mentionnés par les participants à l'étude. En revanche, environ un répondant sur deux dit *suivre* un « groupe » thématique sur Facebook, sur des sujets très divers, la nature de ceux-ci variant en fonction des singularités – pour ne pas dire des idiosyncrasies – individuelles. Le terme « suivre » ici a toute son importance, car ils ne contribuent que rarement à ces groupes, se contentant surtout d'exercer une « veille » de ce qui s'y publie. Il semble donc que Facebook ait également « avalé » la fonctionnalité

des forums de discussion dans son écosystème. L'analyse confirme aussi que nos répondants contribuent très marginalement à *produire* de l'information (si l'on réserve ce terme à des contenus d'intérêt public), se contentant de la consommer et éventuellement de la faire circuler.

6.7 Temps passé en ligne et « écologie » des dispositifs

Les données que nous avons recueillies nous présentent un tableau contrasté du temps passé par les répondants sur les différents médias numériques. Notre approche méthodologique ne nous permet d'ailleurs pas de quantifier cet aspect de l'usage des TIC, puisque les individus interrogés semblent parfois peu conscients du temps total, voire de la fréquence de leur utilisation. D'ailleurs, un participant dira craindre de faire le total des minutes passées sur les diverses plateformes sociales, car le résultat (présumément très élevé) pourrait le décourager. Par ailleurs, la consultation des traces permet de relever un certain décalage entre les déclarations et les pratiques effectives. Ainsi, tandis qu'une répondante affirmera passer peu de temps sur Facebook, la visite guidée de son historique d'activités nous indique qu'elle consulte assez régulièrement le fil d'actualité puisqu'on y trouve de nombreux « J'aime »³.

Plusieurs participants déclarent passer plusieurs heures chaque jour sur les sites de réseaux sociaux (entre deux et quatre heures). En revanche, d'autres participants à l'étude semblent se restreindre à un temps très limité sur Internet, affirmant ne passer que quelques minutes par jour (moins de trente), généralement le matin et le soir, pour consulter leurs messages. Certains se targuent même d'être capables de « décrocher », de se « déconnecter » (« Je m'en fous de [ne] pas avoir Internet pendant trois jours »). D'autres, constatant l'aspect chronophage des médias sociaux, ont modifié leurs usages, par exemple en publiant moins de contenu dans les médias sociaux, adoptant une posture davantage « spectatrice » y compris sur

3. Il se peut que, pour certains usagers du moins, ces « clics » soient concentrés sur une courte période. Une analyse plus fine de la densité temporelle des traces permettrait de le dire.

Facebook. Ils justifient cette évolution par le temps épargné en ne produisant pas eux-mêmes de contenu.

Ce portrait des usages des TIC des jeunes Québécois brossé à grands traits insiste sur les usages différenciés des dispositifs. Il faut ajouter que, d'une part, tous les jeunes interrogés ne sont pas également « branchés » ; certains répondants n'ont pas de téléphone mobile ou n'utilisent pas la connexion à Internet de leur mobile en raison de son coût. D'autres n'ont accès que de façon sporadique à un ordinateur, ou voient leur connexion à Facebook bloquée sur le lieu de travail. D'autres enfin ont peu d'intérêt pour ce site de réseau social. De plus, le portrait qui précède peut donner l'impression d'une forme de « standardisation » des usages ou encore de leur univocité, comme si chaque média avait sa fonction. Or, en poussant un peu plus loin dans le récit de pratiques des participants, on constate plutôt qu'il se constitue une « écologie » des interactions médiatisées. On utilise tel moyen de communication plutôt que tel autre, en fonction de l'interlocuteur auquel on s'adresse – et notamment de ce que l'on sait de ses propres pratiques médiatiques – et selon la situation, le contexte de l'interaction, les temps sociaux, etc., comme l'exprime assez bien l'extrait d'entretien suivant :

Avec C. pis ma meilleure amie, on alterne les trois [courriel, Facebook, téléphone] dépendamment de la situation. [S']il est tard, je ne vais pas l'appeler ; je vais lui écrire un email. Ou [si] je l'ai déjà appelée dans la journée, je veux pas la rappeler, je vais écrire un email [...]. Parce que C., elle n'a plus Facebook. [...] C'est comme X., mon autre meilleur ami, c'est que par téléphone [et textos]. Mais tsé, on va [...] ni par Facebook, ni par email. [...] Pis avec mes autres amies, c'est ça : Facebook, téléphone. (Femme, 25 ans, étudiante)

7. HABITUDES DE CONSOMMATION MÉDIATIQUE

Sans surprise, le rapport des répondants à l'actualité apparaît comme étroitement lié à leur niveau de scolarité (actuel ou projeté) de même qu'à leur implication sociale dans différentes associations ou organisations. Les répondants qui sont les moins scolarisés de notre corpus et qui ne projettent pas d'obtenir un jour un diplôme postsecondaire sont aussi les plus nombreux à ne pas s'intéresser à

l'actualité. Ils ne sont cependant pas les seuls dans cette situation, puisque quelques étudiants universitaires que nous avons rencontrés sont dans le même cas de figure. Parmi les répondants qui ont l'habitude de s'informer et qui partagent et commentent parfois des textes de presse, certains sont ce qu'on pourrait appeler des jeunes peu ou pas « engagés », c'est-à-dire qu'ils disent ne pas être (et n'avoir jamais été) membres d'un parti politique, ne pas participer activement à aucune association ou organisation, ne pas faire de bénévolat et, sauf exception, n'ont que rarement pris part à des manifestations pour quelque cause que ce soit. En revanche, tous ceux qui à l'inverse apparaissent comme engagés ont l'habitude de s'informer et il semble que, plus ils sont engagés, plus la consommation d'actualité et les interactions consistant à les partager, les commenter et les discuter occupent une place importante dans leur quotidien sur Facebook. En somme, il apparaît que les jeunes qui s'informent peu par le biais d'autres médias ne sont pas enclins à s'informer davantage à partir de cette plateforme. Le fait de s'informer semble constituer en quelque sorte le « degré 0 » de l'engagement social ou politique, certains s'informant sans pour autant être engagés alors que, à l'inverse, tous ceux qui sont engagés sont de grands consommateurs d'actualité et disent consulter régulièrement plusieurs sites d'information québécois, canadiens et internationaux. En outre, il apparaît que leur intérêt pour l'actualité se prolonge naturellement dans leur utilisation des médias sociaux, comme nous le détaillerons plus loin.

Les répondants qui disent s'informer essentiellement ou uniquement par le biais des médias sociaux sont peu nombreux. Dans la majorité des cas, il s'agit d'étudiants du cégep ou de l'université qui ne sont pas engagés politiquement ou dans un organisme communautaire ou dans la défense d'une cause particulière, mais qui semblent être fortement investis dans leurs études ou leurs activités de loisir et qui disent « manquer de temps » pour s'informer. Ceux-ci n'ayant vraisemblablement pas plus de responsabilités ou d'occupations au quotidien que ceux qui sont engagés dans une association, un organisme ou un parti politique et qui lisent pourtant des sites de presse, il va sans dire que le « manque de temps » invoqué

peut être interprété comme étant en partie le résultat d'un manque d'intérêt pour l'actualité.

Le fait de ne pas lire les journaux ou les sites de presse est vécu par plusieurs d'entre eux comme une tare embarrassante, les participants étant nombreux en entrevue à s'excuser de ne pas lire les journaux, à dire qu'ils regrettent de ne pas s'informer suffisamment, certains disant que c'est un « défaut » qu'ils devraient essayer de corriger ou en regard duquel ils souhaitent « s'améliorer », etc. De même, plusieurs autres répondants, qui semblent pourtant lire régulièrement des sites de nouvelles ou de journaux en ligne, disent qu'ils ne s'informent pas suffisamment et s'en excusent, dans des formules qui ne sont pas sans rappeler la « bonne volonté culturelle » dépeinte par Bourdieu (1979) ou la culpabilité plus récemment identifiée par Bernard Lahire (2004) chez les individus qui se disent eux-mêmes bien au fait du mauvais goût de certaines de leurs habitudes de consommation culturelle.

Dans les cas des répondants qui manifestent de l'intérêt pour l'actualité et qui disent s'informer quotidiennement – le plus souvent par la lecture de sites de nouvelles ou de journaux en ligne –, il est plus délicat de se prononcer sur la nature du rôle et sur la place de Facebook dans leurs habitudes de consommation médiatique et plus particulièrement dans leur rapport à l'actualité. Quand on les interroge sur la manière dont ils s'informent, ils dressent spontanément la liste des sites de nouvelles ou des journaux en ligne qu'ils ont l'habitude de visiter et rares sont ceux qui font référence à Facebook. Puis, quand on procède à la visite commentée de l'historique Facebook, on constate avec eux qu'ils ont régulièrement indiqué qu'ils aimaient, commenté ou relayé des nouvelles parues dans quantité d'autres sites ou journaux en ligne que ceux dont ils nous ont parlé dans un premier temps. On devine qu'il s'agit le plus souvent de nouvelles qu'avaient publiées ou relayées un de leur contacts et qu'ils ont pu découvrir sur leur « fil d'actualité » Facebook. C'est donc dire que si ce n'est pas *a priori* dans le but de s'informer de l'actualité qu'ils se branchent à la plateforme et si la représentation qu'ils ont de leur consommation d'actualité renvoie d'abord à la consultation de nouvelles sur quelques sites de presse, cela n'empêche pas qu'ils sont régulièrement (voire quotidienne-

ment) exposés, par Facebook, à des contenus de presse qu'ils n'auraient sans doute pas vus autrement. Il peut s'agir aussi bien de nouvelles tirées de sites de presse canadiens-anglais, étrangers (des États-Unis, d'Angleterre, de France, de Belgique, etc.), que de sites spécialisés, alternatifs ou encore de sites de nouvelles ou de presse nationaux ou locaux que le répondant n'a pas lui-même l'habitude de consulter (notamment les sites de chaînes de télévision comme Radio-Canada et LCN).

Cette pluralité médiatique s'inscrit en continuité avec ce que sont les pratiques de consommation d'information de ces répondants, puisque ceux qui s'intéressent à l'actualité et qui disent s'informer quotidiennement rapportent aussi, en majorité, qu'ils ont l'habitude de s'abreuver à plusieurs sources et de consulter régulièrement les grands titres sur plus d'un site. Certains cherchent ainsi à obtenir une pluralité de perspectives, en consultant par exemple les grands titres sur le site d'un quotidien européen et d'un quotidien canadien-anglais ou américain en plus de consulter au moins un site de nouvelles québécois. Par exemple, un répondant déclare consulter la page d'accueil de Cyberpresse plusieurs fois par jour et explique que c'est le site de presse qui est le plus susceptible de rapporter rapidement un événement comme un accident ou un attentat, mais signale qu'il prend plutôt le temps de lire le *Devoir* ou les nouvelles publiées sur le site de Radio-Canada, ces deux médias produisant selon lui des informations moins tendancieuses, mieux documentées et plus éclairantes. Il consulte également des agrégateurs de nouvelles en anglais (Google News) et le site d'Al Jazeera pour prendre connaissance des nouvelles internationales. Plusieurs répondants disent consulter régulièrement un site de nouvelles ou de presse du Québec et un site d'une autre province ou d'un autre pays avec lequel ils entretiennent une relation particulière, que ce soit parce qu'ils en sont originaires, parce qu'ils y ont séjourné plus ou moins longtemps ou parce qu'ils y ont de la famille ou des proches. En outre, les contenus que l'on découvre en parcourant son fil d'actualité sur Facebook et qu'on n'aurait pas vus autrement viennent accroître encore cette diversité des sources d'information.

En fin de compte, si tous les utilisateurs de Facebook ne sont pas nécessairement exposés de façon régulière à des contenus tirés de la presse ou de site de nouvelles et si la fréquentation de Facebook n'est pas en soi de nature à amener un jeune qui n'a ni le temps ni l'intérêt de s'informer à le faire, ceux qui sont eux-mêmes des consommateurs de nouvelles et qui ont l'habitude de s'informer auprès de sources multiples sont amenés, par leur fréquentation de Facebook, à prendre connaissance des informations relayées par d'autres dans leur réseau, lesquelles proviennent bien souvent de sites qu'ils n'auraient pas visités autrement. Dans ce sens, Facebook jouerait en quelque sorte le rôle de relais et de filtre de l'information diffusée dans les médias traditionnels.

8. ENGAGEMENT POLITIQUE ET EXPÉRIENCE DE LA GRÈVE

Nous avons vu jusqu'ici que les usages de Facebook sont liés aux rapports que les individus entretiennent aux médias et à leurs pratiques numériques. Dans cette section, nous verrons que, en ce qui concerne le Printemps érable, les activités Facebook des répondants sont, comme on pouvait s'y attendre, articulées avec leur rapport au politique en général, leurs niveaux et formes de politisation antérieurs et leur vécu de la grève. Or, ces liens s'avèrent complexes, de sorte que les usages de Facebook ne sont pas nécessairement un miroir permettant d'estimer adéquatement les niveaux de politisation de l'utilisateur.

On peut distinguer cinq formes de politisation des répondants, formes qui combinent, d'une part, des niveaux (allant d'aucunement politisé à très actif) et, d'autre part, des façons de faire (de la participation associative plus classique à la protestation plus ou moins légale, en passant par l'adoption d'un mode de vie aligné sur des idéaux collectifs et par le simple fait de se tenir informé).

Beaucoup de nos répondants ne sont **aucunement politisés** : ils ne s'informent à peu près pas, ne s'intéressent pas à la politique ou aux débats sociaux et, par conséquent, n'agissent pas politiquement. Il s'avère que ces répondants sont le plus souvent favorables

à la hausse des frais de scolarité et disent ne pas comprendre le point de vue des grévistes. Ils ont généralement suivi les événements du Printemps érable de loin, et ce, d'autant plus que la plupart d'entre eux ne sont pas étudiants. En conséquence, les traces évoquant les enjeux de la grève étudiante se font généralement rares dans leur historique Facebook, bien qu'il leur arrive de formuler des commentaires dénigrants sur les étudiants grévistes, ce qui rappelle qu'ils restent tout-à-fait conscients de la situation sociale. Ce sont les mêmes répondants qui nous disent considérer que Facebook n'est pas un lieu approprié pour débattre de politique et qui préfèrent que leurs contacts partagent des statuts personnels ou des contenus divertissants.

En outre, ce rapport au politique (et à la place du politique sur Facebook) ne semble pas beaucoup changer dans le temps, c'est-à-dire à mesure que la crise progresse. Ainsi, contrairement à la théorie selon laquelle l'existence de grands enjeux sociaux débattus publiquement favoriserait la politisation des jeunes contemporains de ces événements (Furlong, 2009), il ne semble pas que la grève ait agi chez ces répondants comme un facteur de socialisation politique.

En revanche, chez les jeunes qui étaient déjà (ne serait-ce que légèrement) politisés au début des événements, les événements du Printemps érable ont été une source supplémentaire de socialisation politique. Un principe de cumul est donc à l'œuvre, la grève agissant comme un moteur de politisation complémentaire chez ceux qui ont déjà un début de socialisation politique⁴. Ainsi, s'il est rare que la *politisation* elle-même apparaisse comme un effet de la grève, des *transformations* sont observables chez les jeunes déjà politisés. En effet, parmi les répondants politisés (à des degrés divers), on peut reconnaître de trois à cinq grandes formes de participation publique, lesquelles peuvent s'entrecroiser et notamment évoluer dans le temps et à mesure que l'enjeu se déploie. Cette typologie qualifie plutôt

4. Il s'agit d'un phénomène que l'on observe dans de nombreuses sphères de la vie où les nouveaux modes d'accès profitent de manière prioritaire à ceux qui sont déjà intéressés (Donnat, 2015).

des comportements que des personnes; en effet, les formes de participation civique qu'adopte un individu peuvent être changeantes au fil de sa trajectoire de politisation (Garneau, 2015). Notons toutefois qu'il semble que ce soient surtout les événements en eux-mêmes, et non pas les échanges à leur sujet sur Facebook, qui aient contribué à ces transformations. En effet, ces échanges se font tout aussi rares dans les historiques Facebook de certains répondants politisés; nous y reviendrons.

La forme de politisation la plus classique et la plus traditionnellement valorisée par les pouvoirs en place et par les dispositifs publics visant la formation des jeunes à la participation civique est bien entendu celle qui passe par la **vie associative organisée**. De nombreux répondants sont actifs de cette manière, le plus souvent bénévolement, au sein d'organisations à vocation sociale ou politique diverses, de modérées à (un peu) plus militantes, en passant par les associations étudiantes⁵. Ainsi, plusieurs répondants sont passés par les scouts; d'autres donnent de leur temps pour des thèmes aussi divers que les activités littéraires, le soutien aux personnes à déficience intellectuelle ou à des élèves en difficulté, la solidarité internationale, pour l'Accueil Bonneau, l'Opération Nez-Rouge, l'Opération Enfant Soleil ou LEUCAN, dans des événements jeunesse citoyens ou dans le cadre de projets scolaires de bénévolat plus ou moins obligatoire. Verba *et al.* (1995) ont montré de quelle manière la participation à de telles organisations communautaires pouvait placer le jeune dans une trajectoire de politisation grandissante. Par ailleurs, quelques répondants ont même déjà été affiliés à des partis politiques, mais ils s'en distancient presque tous en entretien: l'un d'eux explique que c'était pour soutenir un ami et qu'il n'a pas renouvelé son adhésion au Parti Libéral, une autre ne sait plus si elle est encore membre de Québec Solidaire, un troisième n'est plus tout à fait sûr s'il a été membre du Parti Québécois ou non. Ces hésitations montrent bien la faible

5. On sait en effet que la fréquentation d'institutions scolaires postsecondaires constitue un agent important de socialisation politique, non seulement par la vie associative étudiante, mais aussi plus largement parce qu'elle tend à permettre une certaine exposition à une diversité d'opinions (Jennings, 2002).

importance accordée à ce type d'institution, même chez ceux qui s'en sont rapprochés.

Le comportement de ces répondants ne varie pas tellement en cours de grève selon le type d'associations auxquelles ils avaient participé antérieurement : par exemple, le fait d'avoir fait partie des scouts conduit autant à des positions favorables à la hausse des frais de scolarité et défavorables à la grève qu'à des positions contre la hausse et pour la grève. Même le fait d'être engagé dans des associations étudiantes ne conduit pas systématiquement à des attitudes favorables à la grève.

Lorsqu'ils étaient favorables à la grève, les répondants qui affichaient ce type « associatif » ou classique de participation politique au début de la grève ont souvent pris part à quelques manifestations ; il s'agissait parfois de leur première incursion dans l'univers de la protestation/contestation, notamment pour les jeunes dont l'implication associative antérieure était plus communautaire que politique. Le mouvement social contre la hausse a donc pu être un agent de changement marquant pour certains jeunes répondants dont l'action politique se situait sur le plan associatif.

Ces derniers combinent donc leur participation associative avec une deuxième forme de politisation possible, à savoir l'**activité contestataire** plus ou moins informelle, voire *underground*, comme celle des Red Anarchist Skinheads (RASH). Ce modèle est souvent présent dans des corpus de militants ou d'activistes (Gallant, 2012b) et dans les études sur les jeunes marginalisés (Benedicto et Moran, 2015 ; Rabello de Castro, 2015). De même, bien que certains politologues contestent qu'il puisse s'agir de gestes politiques, même des émeutes peuvent être de puissants catalyseurs de socialisation politique, comme l'a montré Newburn (2013) pour les jeunes émeutiers de Londres en 2011 ; il a trouvé chez eux un niveau de conscientisation inattendu : capables d'articuler leurs doléances bien qu'elles soient relativement abstraites, la plupart de ces jeunes possédaient aussi une certaine compréhension de ce qui se passe sur le plan politique et avaient la capacité d'identifier des politiques gouvernementales spécifiques comme facteurs de la situation. Toutefois, parmi les jeunes ordinaires composant le corpus de la

présente étude, on rencontre peu de formes extrêmes d'activité contestataire et on ne trouve jamais cette forme seule, c'est-à-dire sans qu'elle soit adjointe à une participation associative.

Nous n'avons rencontré dans notre échantillon qu'un seul cas de jeune dont la principale activité politique consiste en une **production artistique engagée** visant la sensibilisation (dessins, photographies, chansons, graffitis politiques ou court-métrages). Cette répondante nous a indiqué qu'elle produisait et partageait en ligne des dessins (sur le thème de la hausse des frais de scolarité, sur Jean Charest ou Line Beauchamp, etc.) et qu'il s'agissait de sa manière de participer et de contribuer au débat. Bien qu'elle ne les considère probablement pas elle-même comme des productions artistiques, ces dessins constituent son unique forme de participation politique. D'autres travaux ont aussi montré que de nombreux jeunes principalement engagés selon d'autres modalités utilisent les arts et la production visuelle pour soutenir leur engagement, mais sans considérer cette pratique comme étant politique (Gallant, 2012b). Il est donc possible que la plupart de nos répondants n'aient tout simplement pas cru pertinent de le mentionner, alors que la visite guidée de leur historique Facebook montre que plusieurs d'entre eux ont les compétences techniques pour produire de petits montages photos personnalisés, ne serait-ce que pour souhaiter un bon anniversaire à un proche avec une photo de vedette ou encore une image humoristique de chat. Ainsi, si nous n'avons pas beaucoup de répondants qui nous ont donné à voir dans leur historique Facebook de tels montages personnels portant sur des enjeux politiques, cela ne signifie pas qu'ils n'en ont jamais produits, ne serait-ce que sous une forme rudimentaire. En effet, le mouvement étudiant a fait preuve de créativité artistique tout au long de la grève, avec les dessins de l'oie spéciale ou de longs clips vidéo de *lipdub*, en passant par des « mèmes⁶ » de Jean Charest ironisant sur

6. Dans le contexte des médias numériques, un mème désigne toute pratique numérique reproduite mimétiquement (avec ou sans variation) par les internautes. Par abus de langage, il renvoie couramment aux images et séquences vidéo humoristiques conçues pour se propager de façon « virale ».

le sens voilé de ses discours. Nous verrons plus loin la façon dont nos répondants ont interagi avec certaines de ces productions.

Par ailleurs, la littérature scientifique sur les formes dites nouvelles de la participation citoyenne des jeunes reconnaît de plus en plus comme politique une forme d'**engagement personnel** qui consiste à adopter un style de vie et à faire des choix de consommation conformes à des idéaux sociaux à caractère collectif (Quéniart, 2008 et 2015). C'est le cas, par exemple, des jeunes qui décident de boycotter de grandes multinationales ou de consommer de façon responsable, particulièrement en ce qui a trait à l'environnement. Si ce mode d'engagement est souvent combiné avec d'autres (surtout avec une activité associative), nous retrouvons dans notre corpus au moins un cas dont c'est la forme principale, voire unique, de politisation. Ces personnes sont généralement contre la hausse des frais de scolarité, mais sans pour autant s'impliquer beaucoup. Toutefois, une répondante, qui considère que sa pratique quotidienne du vélo est une forme d'engagement dans le débat public sur le partage de la route entre les cyclistes et les automobilistes, a été active pendant le Printemps érable en participant à de nombreuses manifestations de soirée et des 22e jours du mois, de même qu'en portant assidument un carré rouge tricoté par une amie. Il semble ici que la grève ait agi chez elle comme agent de mobilisation inattendu : elle a vécu le Printemps érable « vraiment intensément, oui c'était... Ce n'était pas quelque chose auquel je me serais attendue, que je m'implique autant, puis que je sois autant dans un mouvement que ça ».

Enfin, un autre grand type se dessine parmi nos répondants, celui de l'individu intéressé et informé, mais dont la principale action, s'il en est une, est d'**informer les autres**. Habituellement, ces jeunes ne seraient pas considérés comme politiquement actifs, et pourtant on peut les qualifier de politisés. En effet, la capacité à comprendre les enjeux est le premier fondement de la socialisation politique. C'est le type qui qualifie le mieux quelques-uns de nos répondants, dont un jeune homme qui commente beaucoup les articles qu'il partage, attend d'autres commentaires de ses amis et relations et aime s'engager dans des débats. Il se souvient de la plupart (voire de toutes) les discussions qu'il a eues et pourtant

celles-ci sont nombreuses; on trouve pour chaque date consultée des articles, des commentaires, des débats.

Pendant le Printemps érable, ces personnes informées tentaient de développer une position réflexive sur le sujet. Elles étaient le plus souvent indignées de la loi 12 restreignant le droit de manifester, mais certaines étaient ambivalentes quant à la hausse et surtout au sujet de la grève elle-même. Ces répondants, en général, avaient tendance à ne pas participer aux manifestations, du moins au début; deux d'entre eux se sont mis à le faire à mesure que la crise progressait. En revanche, ils sont souvent très actifs sur Facebook et leur historique est jonché de partages et de commentaires relatifs à cet enjeu. Ces répondants préfèrent d'ailleurs que leurs amis publient sur Facebook des contenus à caractère social et politique et s'arrangent souvent pour que leur fil d'actualité ne leur montre que rarement les contenus plus légers. Ils ne sont pas les seuls; nous y reviendrons.

En somme, on distingue deux grands types de rapport aux contenus politiques sur Facebook. Les uns trouvent que le site devrait être un endroit ludique et préfèrent que leurs amis publient des statuts portant sur leur vie personnelle («*me-formation*») ou à caractère humoristique; ils n'apprécient pas ceux qui lancent des controverses. Les autres, au contraire, s'impatientent devant « tous les gens qui écrivent leur vie », ou racontent leurs « partys » et préfèrent les contenus plus sérieux. Or, ce clivage ne recoupe que partiellement les niveaux de politisation des répondants. Certes, les jeunes apolitiques appartiennent au premier groupe, ceux qui préfèrent ne pas entendre parler de politique sur Facebook; c'est d'ailleurs justement pour cette raison que Facebook n'agit pas chez eux comme un agent de socialisation politique, même en temps de crise sociale. En effet, greffé au phénomène de bulle (Pariser, 2011), lui-même renforcé par les algorithmes de filtrage automatique (van Dalen, 2014), ce rejet de la discussion politique conduit à une situation où l'individu est rarement exposé à des prises de position, et encore moins à celles qui divergent des siennes.

Pourtant, de nombreux jeunes plus engagés politiquement adhèrent eux aussi dans une certaine mesure à cette représentation

de la place de la discussion politique dans Facebook. Ils s'autocensurent ainsi et s'abstiennent de parler de politique sur le site, soit parce qu'ils considèrent d'emblée eux-mêmes que c'est un espace qui se veut ludique, soit parce qu'ils ont été échaudés par des discussions qui ont dérapé.

Nous reviendrons plus loin sur les fonctions de la discussion politique sur Facebook en lien avec le Printemps érable (voir la section 6 « Facebook, espace de débat ? »). Concluons pour l'instant que la possibilité qu'offre Facebook d'être exposé à des informations à caractère politique, à des opinions diverses et à des débats sociaux (y compris avec des inconnus) n'est que très peu saisie; elle ne conduit donc généralement pas à une plus grande politisation, puisque les jeunes peu politisés tendent à développer des stratégies d'évitement. Par ailleurs, nous verrons plus loin comment l'exposition au débat peut elle aussi amener le jeune à se désengager.

D'autres facteurs sont également à l'œuvre. Bien que notre échantillon soit nettement trop petit pour tirer des conclusions en ce sens, on note un certain lien entre les origines socioéconomiques des jeunes, leurs niveaux de politisation et leurs attitudes et comportements pendant le Printemps érable, lien qui va dans le même sens que la littérature sur la socialisation politique. Les jeunes en provenance de milieux peu scolarisés sont généralement moins politisés et tendent à adopter rapidement des positions favorables à la hausse et défavorables à la grève. Les jeunes qui ont grandi dans un milieu plus scolarisé valorisent davantage l'accès à la connaissance et se montrent défavorables à la hausse des frais de scolarité. En revanche, le milieu social d'origine semble n'être que faiblement lié au choix d'utiliser ou non Facebook à des fins de discussion politique.

Un autre facteur qui s'avère déterminant dans le vécu de la grève étudiante est lié à des situations personnelles que vit le répondant dans d'autres sphères de sa vie au même moment. Certains jeunes qui auraient vraisemblablement suivi les événements de près s'en éloignent. C'est le cas par exemple d'une répondante qui était en séjour d'échange universitaire en Europe pendant tout le Printemps érable; elle nous indique avoir participé aux mobilisations pré-grève, mais elle adopte ensuite une posture plus passive

et observatrice, ce qui se traduit par une faible présence de contenu politique dans son historique Facebook, lequel reflète plutôt les usages habituels que font du site les jeunes étudiants en programme d'échange (Gallant et Friche, 2010). Un autre répondant nous raconte comment il a complètement cessé de s'intéresser au mouvement étudiant après sa rupture avec sa petite amie, elle-même plutôt active au sein de leur cégep. Ces cas rappellent l'importance d'« étudier le-s engagement-s politique-s des jeunes en les envisageant comme des réalités processuelles s'inscrivant au sein de leur parcours individuel » (Garneau, 2015); en effet, tenir compte des « conditions à la fois objectives et subjectives qui prévalent dans la vie des jeunes au moment de la prise de leur engagement » (*ibid.*) permet de mettre en évidence l'articulation entre la vie quotidienne et l'engagement politique signalé par Pleyers (2010) et d'autres.

9. LES USAGES DE FACEBOOK

Les pages qui précèdent ont permis de mettre en lumière la place qu'occupe Facebook par rapport à l'ensemble des pratiques numériques des répondants, à leurs habitudes de consommation médiatique et de voir comment leurs usages de la plateforme s'articulent au rapport qu'ils entretiennent au politique. Prenant appui principalement sur l'analyse des traces d'utilisation de Facebook de nos répondants, la présente section vise à éclairer la manière dont varient les contenus auxquels les répondants sont exposés sur Facebook et ceux qu'ils partagent. Elle vise en outre à rendre compte de la façon dont cette diversité est liée à la relative homogénéité ou hétérogénéité du réseau social des répondants et avec les conceptions de la plateforme qui sont au cœur de leurs usages.

9.1 Diversité des profils et des contenus partagés

Au même titre que l'ensemble des usages des TIC et des habitudes en matière de communication et d'information des répondants, les usages de Facebook et les contenus qui sont visibles dans les archives apparaissent comme étroitement liés à ce que sont les sphères d'activité et d'intérêts des répondants. L'historique

Facebook constitue en quelque sorte une fenêtre sur leur quotidien, leurs passions, leurs liens et leurs loisirs, qui s'organisent en une combinaison toujours unique et singulière, révélant le caractère fortement individualisé de la plate-forme. S'il est un constat qui se dégage de l'analyse des données recueillies, c'est bien qu'en matière de contenu, le Facebook des uns n'est pas le Facebook des autres.

De manière générale, l'analyse des archives personnelles de même que les comptes rendus que font les répondants de leurs habitudes d'utilisation des médias sociaux donnent à comprendre que celles-ci s'inscrivent en continuité et en étroite adéquation avec leur vie quotidienne, ce qui explique aussi qu'on observe une grande diversité autant dans les manières d'utiliser la plateforme que dans le type et la nature des contenus que recèlent les archives personnelles. Si une majorité de répondants font un usage semblable de Facebook, lequel consiste principalement et avant tout à entretenir les liens et nourrir les échanges avec un cercle d'amis et de parents proches, à maintenir le contact avec d'autres personnes avec qui ils interagissent moins régulièrement et à se tenir informé, d'autres répondants en font également un usage qui se veut d'abord professionnel, informationnel ou militant. Par ailleurs, derrière des usages semblables et que les répondants décrivent presque exactement dans les mêmes termes, on trouve couramment des contenus tout à fait différents. Ainsi l'utilisation quotidienne de Facebook pour échanger et interagir avec ses proches donne lieu chez l'un à du partage de musique et de vidéo, chez l'autre à des échanges de photos et de contenus liés à la boxe, chez une autre encore à des discussions sur les éditoriaux du jour et à un partage constant de textes de presse. De même, l'usage militant consiste dans tous les cas à partager des articles de presse ou de blogue, à diffuser des pétitions et des invitations à participer à des événements et à échanger avec d'autres pour planifier et coordonner des rencontres ou des actions, mais la nature des contenus qui sont partagés un même jour par des jeunes du même âge qui sont pourtant susceptibles d'être exposés aux mêmes événements et de lire les mêmes journaux varient selon les causes qui sont au cœur de l'engagement des répondants.

C'est sur le plan des contenus partagés que le profil social et les intérêts des répondants s'avèrent les plus déterminants. Par exemple, dans les archives d'une jeune femme qui n'est plus aux études, qui est mère d'un jeune enfant et qui compte dans son entourage plusieurs collègues et amies qui ont elles-mêmes des enfants, on trouve une forte proportion de contenu relatif à la famille et à la parentalité : des photos de bébé et d'activités en famille, des déclarations et des échanges d'encouragement entre mamans relativement à la première journée de garderie, à l'apprentissage de la propreté, au fait que le bébé se réveille la nuit ou à l'abandon de la tétine. Chez un autre, qui étudie en sciences politiques et qui est impliqué bénévolement dans différentes organisations communautaires, les archives Facebook sont plutôt pleines de partage d'information en lien avec les causes qui intéressent le répondant, de discussions relatives à l'organisation et à la planification de rencontres ou de rassemblements militants ou communautaires et de contenus ou d'échanges relatifs aux études. Chez une autre encore, c'est plutôt le mouvement scout, ses activités, ses projets et les souvenirs partagés avec d'autres de ce mouvement au fil des ans qui occupent le plus de place, alors que chez un autre les archives contiennent presque exclusivement les traces de sa passion pour le tatouage et de son activité professionnelle de tatoueur.

S'il arrive parfois que certains des contenus qui circulent soient l'objet de ce qu'on appelle familièrement un « *buzz* » et qu'ils soient retransmis très largement dans les médias sociaux, de sorte qu'ils sont vus par un nombre important d'utilisateurs, il ne faut pas pour autant tenir pour acquis que certains contenus seraient littéralement vus par presque tous les Québécois qui utilisent Facebook, sinon par une forte majorité d'entre eux. La démarche que nous avons adoptée présente des limites et ne nous permet pas de statuer de façon catégorique sur la question ; en revanche, elle nous permet d'apprécier pleinement l'importance de la variabilité des contenus qui circulent. Rappelons d'abord que l'historique Facebook à partir duquel nous avons travaillé ne contient que les éléments de contenus qui ont été l'objet d'une action de la part de l'utilisateur, qui les a soit publiés, partagés, commentés, ratifiés (« aimés ») ou

y a été identifié par quelqu'un. L'historique ne contient aucune trace de ce qui aurait été simplement vu⁷ par l'utilisateur dans le flux de contenus que lui présente Facebook⁸ sans qu'il n'y réagisse de quelque manière que ce soit. Évidemment, la somme des contenus auxquels un utilisateur est exposé dépasse de loin la somme de ceux que l'on retrouve dans son historique. Il n'est donc pas possible de déterminer si les répondants ont été ou non exposés à tels ou tels contenus qui n'apparaissent pas dans leur historique. En revanche, on peut au moins constater que, comparant les historiques d'une trentaine de jeunes pour un même ensemble de dates, très rares sont les contenus qui apparaissent dans les historiques de plusieurs répondants et, quand c'est le cas, ceux-ci figurent dans les historiques d'un tout petit nombre de répondants, de l'ordre d'environ 10% de notre corpus. Ce fut le cas notamment du clip vidéo intitulé « Gaétan maudit pète sa coche sur la hausse » et publié notamment sur YouTube, de même que des images mettant en vedette « L'oie spéciale », ou encore des détournements de couvertures de livres de la collection *Martine*. Cela permet de supposer que si certains contenus peuvent facilement rejoindre un grand nombre d'utilisateurs de Facebook qui ont en commun un même profil social (par exemple qui sont étudiants à l'université, vivent en milieu urbain et sont opposés à la hausse des frais de scolarité), il est peu probable et certainement tout à fait exceptionnel que des contenus soient vus par une majorité d'utilisateurs présentant des profils sociaux différents.

-
7. Si une telle démarche était possible (la plateforme Facebook ne le permettant pas à l'heure actuelle), encore faudrait-il trouver une manière de distinguer ce qui est vu ou simplement disponible de ce qui est effectivement regardé par l'utilisateur. À ce chapitre, on peut d'abord rappeler que, suivant le fonctionnement actuel de la plateforme Facebook, il y a une différence entre le contenu auquel a accès l'utilisateur et qui correspond à l'ensemble de ce que diffusent, partagent, « aiment » ou commentent ses contacts, et le contenu qui apparaît dans son fil de nouvelles et qui correspond plutôt à une sélection, par un algorithme, de publications qui ont été diffusées, partagées ou recommandées par les personnes qu'il suit, c'est-à-dire auxquelles il est « abonné » pour reprendre la terminologie employée par Facebook. Signalons enfin que, si le contenu qui apparaît dans le fil d'actualité est certainement le plus visible, il va sans dire qu'il n'est pas systématiquement regardé par les utilisateurs, qui peuvent fort bien ne pas prendre connaissance de tout ce qui s'y trouve.
8. En toute rigueur, il importerait de distinguer le fil d'actualité, occupant la partie centrale de la page d'accueil dans la version Web de Facebook, du « journal » dynamique défilant en temps réel en haut à droite.

Il se dégage de nos données que Facebook est, pour la majorité des répondants, à la fois un espace dans lequel on parle de soi avec les autres et dans lequel on communique au sujet de sa vie personnelle et privée, et un « espace public personnel » dans lequel on partage des informations, prend la parole comme citoyen et vit avec les autres au quotidien les événements de l'histoire collective (qu'il s'agisse d'une élection, d'un mouvement de grève ou d'une tempête de neige). Facebook apparaît ainsi comme un lieu dans lequel s'entrecroisent et coexistent la vie familiale et amoureuse, les activités de loisir et centres d'intérêt, l'activité professionnelle ou étudiante et, enfin, l'engagement politique ou citoyen. Cependant, l'importance relative accordée à chacune de ces dimensions, souvent pensées comme opposées l'une à l'autre par les répondants, varie considérablement. Si cela est sans doute bien souvent et en grande partie le reflet de ce qu'est la vie des répondants et de ce qui les mobilise le plus au quotidien, il semble que la prédominance de certaines sphères de leur vie dans leurs archives Facebook puisse également s'expliquer, au moins en partie, par les conceptions variées qu'ont les répondants de la plateforme et, conséquemment, par la manière dont ils se l'approprient. En effet, ainsi que nous l'avons déjà évoqué dans la section précédente, pour certains, Facebook est avant tout un espace d'échange avec les proches dans lequel l'actualité politique et les contenus qui circulent dans l'espace public occupent une place tout à fait marginale voire inexistante, alors que pour d'autres, la plateforme apparaît à l'inverse comme un espace nettement moins intime et constitue en outre un lieu de partage d'information, de prise de position et de débats d'idées. En fin de compte, c'est souvent l'équilibre privé/public qui est en jeu dans cette cohabitation de perspectives différentes.

Ces conceptions se reflètent dans la logique qui préside à la constitution et à la gestion de la liste de contacts des répondants. Certains (notamment ceux qui disent utiliser Facebook pour s'informer et partager de l'information de même que ceux qui en font un usage professionnel) ont un réseau de contacts très étendu (allant de 500 à plus de 1700 contacts pour certains) et acceptent sans réserve toutes les demandes d'ajout à leur liste de contact même lorsqu'elles proviennent de quelqu'un qu'ils ne connaissent pas.

D'autres, en revanche, se montrent plus sélectifs et disent ne jamais ajouter à leur liste des inconnus qui les sollicitent. Plusieurs précisent d'ailleurs qu'il leur arrive de refuser des demandes d'amitié venant de gens qu'ils connaissent, mais de qui ils considèrent ne pas être assez proches ou avec qui ils ne se reconnaissent pas suffisamment d'affinités. De même, plusieurs répondants rapportent avoir déjà fait ou faire régulièrement un nettoyage de leur liste de contacts, pour retirer de celle-ci des gens avec qui ils ne sont plus vraiment en relation (par exemple des personnes qu'on a rencontrées lors d'un voyage dans le sud deux ans plus tôt et avec qui on n'a rien échangé depuis lors; les amis de l'«ex» qu'on vient de quitter; l'ancienne camarade de classe avec qui on a échangé une seule fois depuis qu'on s'est retrouvé sur Facebook plusieurs mois auparavant, etc.). Les mêmes répondants disent qu'il leur arrive de retirer de leur liste des gens qui publient régulièrement des contenus qui leur paraissent sans intérêt ou qui les choquent ou encore qui ont des comportements jugés déplacés, notamment eu égard à la manière dont ils interviennent sur le mur des répondants ou dont ils répondent à leurs commentaires, mais parfois aussi en lien avec d'autres types de comportements. Une répondante expliquait par exemple qu'elle pensait sérieusement retirer sa belle-mère de sa liste de contacts, parce que celle-ci s'était permise d'imprimer des photos qu'elle avait publiées sur Facebook et de les distribuer à d'autres membres de sa famille élargie, lesquels n'étaient pas dans sa liste de contacts Facebook et n'avaient donc normalement pas accès à ces photos.

Certains sont, pour différentes raisons, à la recherche d'une visibilité maximale sur Facebook, alors que d'autres souhaitent à l'inverse éviter que certaines informations les concernant ne soient trop facilement accessibles et s'appliquent donc à contrôler l'accès à leur profil. Entre les deux, la plupart des répondants sont avant tout en quête d'un délicat compromis entre ces deux objectifs contradictoires que sont la recherche de visibilité et le contrôle de son image. Dans tous les cas, le rapport qu'ils entretiennent à la plateforme et à leur visibilité sur celle-ci trouve son sens dans des expériences et des stratégies relatives à leur engagement social ou politique ou à leur vie professionnelle ou personnelle. On trouve

par exemple, en quête d'une visibilité la plus large possible, des répondants qui font un usage professionnel de Facebook et qui utilisent la plateforme pour se faire connaître d'éventuels clients ou dénicher de nouveaux contrats – par exemple, un tatoueur – et d'autres encore qui en font un usage militant et l'utilisent pour diffuser de l'information à grande échelle. À l'autre bout du spectre, certains répondants craignent plutôt que des informations personnelles les concernant ne puissent être utilisées contre eux, parfois sans savoir exactement quels sont les contenus et informations qu'il serait judicieux de taire ou de cacher. Par exemple, une répondante qui était à Montréal à titre d'étudiante étrangère et qui venait de présenter une demande de résidence permanente à l'immigration au moment de la grève étudiante de 2012 redoutait que son appui au mouvement des étudiants en grève – lequel à son sens peut prendre la forme d'un simple « j'aime » sur Facebook – ne nuise à son dossier d'immigration. Elle s'appliquait donc à contrôler très étroitement sa liste de contacts autant que l'ensemble de ses actions sur Facebook. Elle explique s'être elle-même couramment censurée et s'être abstenue de commenter ou d'indiquer qu'elle aimait certaines publications, regrettant couramment certaines interventions et les effaçant après coup.

Il convient par ailleurs de souligner que, quelles que soient les stratégies adoptées et le rapport entretenu par chacun à la visibilité, la frontière entre vie privée et vie publique n'a manifestement rien perdu de sa pertinence pour les personnes rencontrées dans le cadre de l'enquête. Soit on cherche à contrôler la liste de ceux qui peuvent accéder aux contenus qu'on publie sur Facebook, soit, à défaut d'exercer ce contrôle, on s'abstient de publier des contenus trop personnels ou trop privés ou on s'en tient à des contenus soigneusement choisis en fonction de leur visibilité, dans le cadre d'une véritable mise en scène du privé. De façon générale, les femmes semblent être plus préoccupées par la préservation de leur vie privée et plus prudentes ou méfiantes que les hommes quand vient le temps d'accepter une demande d'ajout à leur liste de contacts. Néanmoins et malgré leurs préoccupations pour la préservation de leur vie privée, une partie de nos répondants se trouvent dans une relative confusion quant au fonctionnement des paramètres de

confidentialité de la plateforme. En effet, certains, souvent parmi les moins scolarisés, font preuve d'hésitation lorsqu'on leur demande s'ils restreignent ou non l'accès au contenu qu'ils publient, quelques-uns avouant sans détour qu'ils ne savent pas qui peut voir leurs publications. D'autres croient savoir et se trompent. Par exemple, une participante a expliqué en entrevue qu'elle croyait – et espérait – que les photos qu'elle publie sur son profil n'étaient pas publiques. Après vérifications, nous avons pu constater que presque tous ses albums photo (qui rassemblent essentiellement des photos de famille prises dans un cadre que l'on peut qualifier d'intime) étaient en fait publiques, librement consultables par n'importe qui. En somme, ceux qui publient des contenus relativement intimes et qui sont très largement accessibles ne le font pas nécessairement parce qu'ils auraient renoncé à la séparation entre vie publique et vie privée et encore moins parce qu'ils auraient envie de s'exhiber; certains le font simplement parce qu'ils connaissent mal le fonctionnement des plateformes qu'ils utilisent.

Les types de contenu qui apparaissent dans l'historique des répondants varient non seulement selon la manière dont ils s'approprient la plateforme, mais également selon le rapport qu'ils entretiennent à l'actualité. Chez certains, qui disent avoir peu d'intérêt pour l'actualité ou manquer de temps pour se tenir informés et qui n'ont pas l'habitude de lire régulièrement les journaux ou les sites de presse, les archives Facebook ne contiennent que très peu d'articles issus de la presse ou de sites de nouvelles ou d'autres références à l'actualité, voire n'en contiennent pas du tout. Chez d'autres répondants, qui ont à l'inverse l'habitude de s'informer de façon régulière que ce soit par la lecture des journaux, des sites de nouvelles ou par l'écoute des bulletins de nouvelles à la radio ou à la télévision, ce contenu est présent et occupe une place qui est parfois très importante.

9.2 Réseau, groupe et homogénéité des profils individuels

9.2.1 Profil des répondants et caractéristiques de leur réseau social numérique

Comme on pouvait s'y attendre, les réseaux de contacts Facebook des jeunes semblent marqués par une relative homogénéité, et cela autant en ce qui concerne le profil social que les opinions, la place accordée à la vie personnelle et privée sur Facebook et le fait de s'intéresser ou non à l'actualité. Il convient cependant de souligner que cette homogénéité ne concerne pas tout le monde au même titre et de la même manière. Les réseaux de certains sont manifestement beaucoup plus homogènes, du moins dans la mesure où la démarche adoptée nous permet d'en juger. Rappelons que le fait de recueillir nos données principalement à partir des historiques des répondants introduit un biais puisqu'on y découvre les contenus qui ont suscité l'intérêt des répondants et les ont amenés à effectuer une action et qu'on ne peut se prononcer sur les contenus qui auraient simplement défilé dans le flux de nouvelles des répondants sans retenir leur intérêt ou susciter une action de leur part. Il est évidemment probable que les contenus qui retiennent l'intérêt des utilisateurs soient le plus souvent ceux qui proviennent des contacts qui sont les plus près d'eux ou qui ont un profil le plus semblable au leur. En revanche, on peut au moins constater lesquels des répondants ont ou n'ont pas dans leur historique des traces d'interactions, d'échange ou de partage de contenu avec des contacts qui présentent un profil différent ou éloigné du leur ou une utilisation différente de la plateforme, et on peut ainsi apprécier l'homogénéité ou l'hétérogénéité de l'ensemble de ceux avec qui ils interagissent.

Il semble en fin de compte que les répondants qui sont plus scolarisés aient des réseaux plus hétérogènes que les répondants qui n'ont jamais fait d'études postsecondaires et que ceux qui comptent un grand nombre de contacts tendent aussi à avoir des réseaux moins homogènes que ceux qui ont une liste de contacts moins étendue. En outre, on ne peut pas vraiment statuer sur la question consistant à savoir si Facebook est plutôt un espace dans lequel on serait susceptible de se confronter à une pluralité

d'expériences sociales et de points de vue ou si à l'inverse la plateforme agit comme une caisse de résonance dans laquelle chacun ne retrouvera que la vision du monde de gens qui lui ressemblent, puisqu'on constate des cas de figure assez différents en la matière. Chez les répondants pour qui le réseau des amis et des relations amoureuses coïncide avec le milieu de travail – c'est le cas de plusieurs des répondants peu scolarisés – ou avec l'ensemble des autres étudiants de leur programme d'étude, l'homogénéité est nettement plus grande que chez les répondants pour qui il y a là des cercles sociaux distincts les uns des autres. C'est le cas notamment des répondants les plus impliqués, mais aussi des répondants qui ne vivent pas dans leur ville d'origine et qui maintiennent des liens avec des amis d'enfance qui y vivent encore ou qui ont eux-mêmes migré ailleurs, en plus d'avoir développé un autre réseau social dans la ville où ils se trouvent. En outre, que l'on vienne du Saguenay, de la Gaspésie, de France ou d'Égypte, le fait de maintenir des liens dans des espaces et des contextes sociaux divers mène plus souvent à entretenir un réseau social diversifié, voire hétérogène, sur les plans socioéconomique et idéologique, et donc à se confronter à une pluralité de points de vue.

Sur ce plan également, il semble bien que Facebook ne fasse rien d'autre qu'amplifier ce qui caractérise la vie quotidienne et l'univers social du répondant : l'individu qui vit dans un univers social relativement homogène et dont le réseau est très dense – puisque les gens avec qui il entretient des liens (dits forts) sont eux-mêmes liés entre eux – a toutes les chances de retrouver sur Facebook des contacts qui ont le même profil social que lui, qui partagent ses opinions et utilisent la plateforme de la même façon que lui, alors qu'à l'inverse, celui qui entretient des liens dans une pluralité de contextes et avec des personnes aux profils variés et pas majoritairement liées entre elles (liens faibles) est susceptible de retrouver sur Facebook un univers beaucoup plus hétérogène et bigarré autant en ce qui concerne les profils sociaux que les

opinions, le rapport à l'actualité ou les modes d'utilisation de la plateforme⁹.

9.2.2 *La pratique de la communication en groupe*

Il convient par ailleurs de souligner l'importance de la fréquentation de « groupes Facebook ». Certains répondants sont en effet membres de tels regroupements et participent plus ou moins activement à l'animation de ces groupes ou dans tous les cas sont exposés aux contenus qui y circulent et aux discussions qui y ont cours. Les groupes en question sont très variés, tant par leur taille – d'une dizaine de membres à plusieurs centaines – que par les thématiques autour desquelles ils se constituent. Certains groupes fréquentés par nos répondants rassemblent les étudiants d'un même programme d'études, voire d'une même cohorte de ce programme ; on retrouve aussi un groupe de partage de musique et un groupe de motivation pour le conditionnement physique et la perte de poids. Certains groupes ont été créés en lien avec un événement particulier, que ce soit la préparation des examens de fin de session dans un programme de sciences de la santé ou la recherche et la location d'un chalet puis l'organisation de vacances d'été d'un groupe d'amis formé d'une douzaine de personnes.

Les plus petits groupes semblent réunir le plus souvent des gens qui se connaissent déjà, qui sont vraisemblablement liés entre eux sur Facebook et qui utilisent cette fonctionnalité de la plateforme pour échanger comme ils pourraient le faire avec le courriel. Plusieurs répondants ont souligné l'efficacité de la plateforme, notamment pour ses fonctions d'organisation d'événements, d'envoi d'invitation et de communication en groupe, pour joindre rapidement plusieurs personnes spécifiques sans s'adresser à l'ensemble de leurs contacts. En revanche, dans les groupes de plus grande taille (et à caractère public voire ouvert), il est fréquent que les répondants soient amenés à interagir avec des personnes qu'ils ne

9. Sur les propriétés des réseaux sociaux, le rôle des « liens faibles » et ses implications pour les réseaux socionumériques, voir notamment Granovetter (2000), Haythornthwaite (2005) et Ellison *et al.* (2007).

connaissent pas et avec qui ils ne sont pas déjà liés sur Facebook. Il s'agit de personnes qui partagent avec eux, soit un intérêt (pour un genre musical ou un sport par exemple), soit un espace social, par exemple un programme d'études, une association étudiante ou un organisme sans but lucratif au sein duquel ils s'impliquent. Les échanges qu'ont les participants à l'intérieur de ces groupes élargis ne concernent à peu près jamais leur vie personnelle et privée. On y échange de l'information sur un univers communément partagé ou on y débat de l'actualité en lien avec ce qui réunit le groupe. Dans le contexte de ces groupes, il est courant qu'on partage des informations susceptibles d'intéresser un nombre très limité de personnes : par exemple le résultat du vote pour ou contre la poursuite de la grève d'une association étudiante ou les modalités de participation au bal de finissants d'un programme d'études.

Le groupe Facebook favorise en somme l'échange avec des personnes qu'on ne connaît pas déjà et la circulation d'informations très locales ou concernant un groupe restreint et limité de personnes, qui dépasse toutefois l'échelle du réseau d'interconnaissances ou de personnes se connaissant déjà toutes entre elles. La participation à ces groupes occupe une place assez secondaire dans les habitudes d'utilisation de Facebook de nos répondants. En revanche, les occasions où les répondants interagissent avec des personnes qu'ils ne connaissent pas sont exceptionnelles. De même, les cas où leur historique témoigne de la circulation de contenus originaux (produits par les utilisateurs de Facebook) sont très rares, à l'instar de cette poignée de témoignages sur le déroulement des manifestations. L'un comme l'autre phénomène tend à coïncider avec la participation à un groupe Facebook d'une certaine envergure, c'est-à-dire qui réunit plus qu'un petit nombre d'amis se connaissant tous à priori hors ligne. Il serait donc intéressant de mener d'autres recherches centrées sur les groupes, plutôt que sur des individus, afin d'appréhender à leur juste mesure ces pratiques de création de contenu qui correspondraient à un usage plus collectif de la plateforme.

9.2.3 *Des usages du bouton «J'aime»*

Si les manières d'utiliser Facebook varient d'un répondant à l'autre, l'action la plus souvent observée est le fait d'indiquer qu'on aime une intervention ou une publication de l'un ou l'autre de ses contacts. D'un point de vue sociologique, l'utilisation qu'on fait du «j'aime» demande à être éclairée, dans la mesure où seule une petite portion des contenus vus par les usagers de Facebook est ainsi ratifiée. À priori, on pourrait croire que le bouton «j'aime» permet à l'utilisateur de manifester qu'il est d'accord avec une opinion formulée ou qu'il apprécie le contenu partagé par les autres. Or, la manière dont les répondants rendent compte de leurs «j'aime» indique que la décision d'«aimer» à plus à voir avec la nature de la relation existant avec l'auteur de l'intervention qu'avec les contenus en eux-mêmes. En effet, lorsque l'enquêteur ouvre un élément de l'historique indiquant que le participant a «aimé» une intervention, la grande majorité des répondants verbalisent spontanément les raisons qui les ont poussés à «aimer» la publication. S'il leur arrive parfois d'évoquer le caractère intéressant, éclairant, drôle, original, émouvant ou leur approbation du contenu, le plus souvent, ils commencent par nous parler de leur lien avec la personne qui l'a publié ou partagé.

On indique qu'on aime les publications des personnes de qui on est très proche (notamment le partenaire amoureux, le meilleur ami, le père ou la mère), mais aussi des personnes qui ne sont parfois que des connaissances et qu'on est amené à voir ou à côtoyer dans l'immédiat. Ainsi en est-il de cette répondante qui justifiait avoir cliqué «j'aime» sur la publication d'un de ses contacts par le fait qu'il lui avait exceptionnellement rendu visite les jours précédents. De même, un répondant qui gagne sa vie comme tatoueur et qui utilise couramment Facebook pour communiquer avec ses clients explique que, pendant les quelques jours ou semaines au cours desquels il tatoue ses clients, ceux-ci manifestent une proximité avec lui et indiquent couramment qu'ils aiment ses publications, ce qu'il fait aussi avec les leurs. Puis, quand le travail est terminé et qu'ils ne se voient plus, ils cessent progressivement d'interagir. Dans le même ordre d'idées, un autre répondant explique qu'il «aime»

la publication d'un ami d'enfance du Saguenay en expliquant que cette fin de semaine-là, il devait se rendre au Saguenay et risquait donc de le voir. Dans d'autres cas, les répondants indiquent qu'ils « aiment » une publication parce qu'ils savent que la personne en question vit un épisode difficile, le « j'aime » étant en quelque sorte comme une « tape dans le dos virtuelle » pour reprendre une expression récurrente dans les propos des participants.

Enfin, nous avons également pu relever plusieurs occurrences d'interventions ou de publications « aimées » parce que, d'une manière ou d'une autre, elles faisaient écho à ce qui lie les répondants ou à l'histoire qu'ils ont en commun avec ceux dont ils ratifient les publications. Par exemple, une mention d'un voyage à Cuba par une personne rencontrée lors d'un voyage précédent au Mexique se vaut un « j'aime » d'un de nos répondants parce que cette expérience commune du voyage dans le Sud est la seule chose qui les lie – le répondant en question nous précisant qu'il a, depuis, retiré cette personne de ses contacts. Encore une fois, ce qui est en jeu dans cette utilisation de la mention « j'aime » consiste beaucoup plus en une reconnaissance de l'autre, et une confirmation (ratification) du lien ou de l'histoire commune, qu'en l'expression d'une appréciation du contenu partagé¹⁰.

10. LES CONTENUS QUI CIRCULENT CONCERNANT LA GRÈVE ÉTUDIANTE

La diversité dans les rapports à l'information, dans les styles d'utilisation de Facebook et dans les formes et niveaux de politisation des répondants – que nous avons documentée jusqu'ici – laisse entrevoir de grandes disparités dans la circulation d'informations concernant la grève étudiante et, de manière plus générale, ce qu'il est convenu d'appeler le Printemps érable. Cette section explorera les contenus partagés au sujet de la grève et la suivante portera sur

10. En ce sens, la distribution de ces mentions par les usagers de Facebook relève de ce que Goffman (1974) appelle les « rites d'interaction » dans la communication interpersonnelle. Une littérature conséquente en a relevé les manifestations sur d'autres plateformes de communication médiatisée par ordinateur. À titre d'exemple, voir Bays (2000).

les débats et discussions qui les entourent (ou non). Si notre fenêtre d'observation est très mince en ce qui concerne les processus de *circulation* de ces contenus, l'examen détaillé des traces récoltées lors des visites commentées de Facebook permet toutefois d'identifier diverses modalités qui structurent cette variété des contenus.

Avant de nous pencher sur cet examen des traces de l'activité Facebook des répondants concernant le Printemps érable, il convient de rappeler que nous n'avons accès qu'à une partie de l'information à laquelle l'individu peut avoir été exposé par le biais de Facebook ; en effet, l'historique conservé par Facebook ne permet d'apercevoir que les contenus avec lesquels nos répondants ont interagi.

10.1 Proportion de traces concernant le Printemps érable

Même au plus fort de la grève, les contenus relatifs à celle-ci, sans être marginaux, demeurent néanmoins proportionnellement assez limités : au total, ils représentent moins du quart du corpus de traces issues des visites guidées de l'historique Facebook des répondants. En effet, sur les 3696 traces comptabilisées, 670 (soit 18 %) portent directement sur le Printemps érable et une centaine d'autres plus indirectement (pour un total de 770 traces, soit 21 % du corpus de traces). On rencontre bien entendu d'importantes variations individuelles : alors que certains profils comportent à eux seuls jusqu'à 122 traces liées à la grève (soit 15 % de l'ensemble des traces reliées au Printemps érable), plusieurs n'en contiennent aucune pendant les dates explorées.

En croisant l'intensité de l'activité Facebook du répondant et la place occupée par les contenus relatifs au Printemps érable au sein de cette activité, on remarque que les deux ne sont pas liés : quelle que soit l'intensité de l'activité générale du répondant sur Facebook, on retrouve chaque fois une grande variété dans les proportions des contenus relatifs au Printemps érable, et ce, malgré la petite taille de l'échantillon.

TABLEAU 3
Proportions de traces relatives au Printemps érable selon l'intensité de l'activité Facebook des répondants (en fréquences)

Traces relatives au Printemps érable	Intensité de l'activité Facebook (selon l'historique des traces aux dates sélectionnées)			
	Faible (60 traces et moins)	Moyenne (de 60 à 110 traces)	Forte (de 170 à 335 traces)	Total général
Aucune	3	2	1	6
Rares (moins de 10%)	2	2	3	7
Occasionnelles (de 10 à 20%)	1	6	1	8
Nombreuses (de 25 à 40%)	1	1	3	5
Abondantes (45 à 55%)	1	1	2	4
Total général	8	12	10	30

Il semble donc qu'il n'y ait pas d'association simple entre les deux phénomènes et que des dynamiques multiples sont à l'œuvre.

10.2 Caractéristiques des traces

Qu'elles soient très présentes chez les uns ou pratiquement absentes chez les autres, dans l'ensemble, les traces relatives au Printemps érable consistent en un entrelacement d'artefacts discursifs, d'images et de références implicites. On peut caractériser ces traces liées au Printemps érable selon trois axes principaux, qui s'entrecroisent.

Premièrement, les contenus varient bien entendu selon leur **format**, que ce soit du texte, des images (caricatures, montages humoristiques, photos, etc.) ou des vidéos (reportages, mais surtout montages artistiques ou humoristiques, billets de vlogues, etc.). Ces divers formats peuvent, de plus, être agencés en une seule « trace » ; les montages d'images avec du texte étant la combinaison la plus

évidente. Si les photos non retouchées servent essentiellement de témoignage (voire de preuve), on rencontre surtout diverses formes de manipulations et montages (accompagnés ou non de textes explicatifs directement incrustés dans l'image) qui servent à passer un message par l'illustration ou par l'humour, comme dans cette fausse affiche de film présentant l'agent de police 728 ou cet extrait formaté d'un discours attribué à Jean Charest :



Le parti que je dirige est **total** ement dévoué à ses électeurs et nous **Mobil**isons toutes nos énergies à trouver d'**écol**utions écologiques pour **final**ement faire prospérer les citoyens. Malgré une ima**GESC**andaleuse, je conserve mon **total** control et **je n'ex**clu pas d'être **ES**contré des accusations de vol à grande **é****ES**trahis qui pèsent sur moi. Il est important de profiter de cette véritable route vers l'or avant *Quelqu'un* et soyez certains, qu'ainsi, j'**Ag**ip pour la Nation.

Même dans le cas de textes, certaines références à la grève prennent une forme allusive. C'est le cas par exemple de l'extrait d'un roman du XIX^e siècle portant sur la couleur verte, laquelle serait associée à la bourgeoisie bien-pensante et égoïste.

Ce n'est pas moi qui le diti, c'est Kandinsky! : "un tableau vert n'a qu'un effet d'ennui (effet passif) . La passivité est la propriété la plus caractéristique du vert absolu, cette propriété se « parfumant » cependant d'une sorte d'onction, de contentement de soi. C'est pourquoi, dans le domaine des couleurs, le vert correspond à ce qu'est, dans la société des hommes, la bourgeoisie : c'est un élément immobile, content de soi, limité dans toutes les directions. Ce vert est semblable à une grosse vache, pleine de santé, couchée, immobile, capable seulement de ruminer en considérant le monde de ses yeux bêtes et inexpressifs. Le vert est la couleur dominante de l'été, lorsque la nature a triomphé de la période Sturm und Drang de l'année, du printemps et de ses orages, et baigne dans un calme contentement de soi.*

Je n'aime plus · Commenter · Partager

La référence aux carrés verts y est tellement implicite que, hors contexte et après les faits, on ne la perçoit pas d'emblée alors qu'elle a pu s'avérer immédiatement évidente à l'époque des événements. D'ailleurs, en entretien, la répondante ne se souvenait plus pourquoi elle avait « aimé » le commentaire en question, sa lecture cursive de la trace pour la commenter ne lui permettant pas de repérer l'allusion.

Pour leur part, les séquences vidéo s'apparentent soit à du texte (si la séquence présente essentiellement une personne qui parle, comme dans un billet d'humeur de vlogue ou encore dans un reportage), soit à des images (par exemple, le vidéoclip du *Lipdub Rouge*). Elles peuvent ainsi soit formuler une opinion ou énoncer des informations, soit servir de preuve ou de témoignage, ou encore exprimer de l'humour et de la créativité.

Le deuxième axe de caractérisation des traces concerne le **type de contenu** présenté. Quelle que soit la forme de la trace, elle peut contenir des informations (actualité, données), des opinions, de l'humour/dérision ou des témoignages. Encore une fois, ces éléments se combinent fréquemment dans une même trace : une opinion peut être argumentée par des éléments informatifs et l'humour peut servir à exprimer une opinion.

Nous verrons plus loin que les personnes qui partagent ces contenus n'y adhèrent pas forcément : parfois, ils partagent ou commentent un lien pour critiquer le type d'informations sélectionnées ou pour contester les points de vue exprimés. Ainsi, un de nos répondants défavorables à la grève commente la caricature « la rentrée » (ci-dessous) en affirmant que les rôles devraient y être inversés : selon lui, ce sont les étudiants, plutôt que la police, qui devraient tenir les bâtons, voire des bombes fumigènes. À l'inverse,

le premier usager Facebook à avoir partagé la caricature ironisait : « je me sens tellement en sécurité... ».



Le troisième axe permettant de caractériser les traces est leur **source**. Si certains contenus sont natifs de Facebook, au sens où ils y ont fait leur première apparition sous la forme d'un « statut » d'utilisateur ou d'une image produite et diffusée directement par un jeune, la plupart des traces sont soit des liens vers des pages extérieures soit des éléments (tels des images) en provenance d'un autre site qui sont insérées et affichées dans Facebook.

Parmi les sources qui nous intéressent le plus en ce qui a trait à la circulation de l'information sur le Printemps érable, on trouve évidemment les médias traditionnels. Sont partagés ou commentés : des articles de presse, de même que des caricatures ou des éditoriaux parus dans des journaux (*La Presse*, *Le Devoir*, *Le Journal de Montréal*) ou des revues (telle *L'Actualité*). Nous incluons aussi dans cette catégorie les fils Twitter de journalistes associés à des médias traditionnels, tel celui de Bock-Côté.

Les sources alternatives sont pour leur part de divers types. Il peut s'agir d'organisations plus ou moins formelles : des instituts de recherche indépendants (tels l'IRIS), des associations étudiantes, des médias communautaires (tels CUTV) ou d'autres regroupements

de militants. Il peut aussi s'agir de sites rassemblant des contributions amateurs (tels *Québec Meme* ou *ULaval Mèmes*). Enfin, il peut s'agir d'individus, qui sont principalement de deux types : des blogueurs ou vlogueurs réguliers plus ou moins connus et des individus lambda qui écrivent un simple statut sur leur propre page Facebook, lequel est ensuite repris par d'autres.

Ces trois axes d'analyse (format, type de contenu et source) ne sont certainement pas exhaustifs, mais peuvent être combinés entre eux pour donner lieu à plusieurs croisements possibles, reflétant différents exemples des contenus qui circulent dans Facebook. D'ailleurs, notre corpus en recèle un grand nombre. Le plus intéressant est certainement d'observer les combinaisons les plus récurrentes chez les jeunes de notre corpus (délibérément diversifié), et surtout les fonctions remplies par chaque type de contenu. Tout en gardant à l'esprit que ces usages sont très situés dans un contexte (géographique et temporel, notamment) et qu'ils évoluent très rapidement – un phénomène que Domenget (2013) appelle la « fragilité » des usages – les pages qui suivent visent à décrire les types de contenus informationnels avec lesquels nos répondants ont le plus interagi, en distinguant, d'une part, les contenus en provenance des médias traditionnels et, d'autre part, les contenus de type informatif en provenance d'autres sources. Nous verrons que les pratiques des répondants sont principalement teintées par leurs orientations idéologiques et notamment leur position sur la grève et la hausse des frais de scolarité, mais qu'elles sont également liées à leur rapport à l'information et au politique. Plus spécifiquement, nous constaterons que même les contenus de type informationnel ne sont pas toujours utilisés à des fins à proprement parler informatives, et ce, en particulier lorsqu'ils proviennent des médias dits « traditionnels ».

10.3 Circulation et fonctions des contenus informationnels

10.3.1 Circulation de contenus en provenance des médias traditionnels

En provenance des médias dits traditionnels, ce qui circule est rarement de l'information à proprement parler. Qu'il s'agisse de la

grève ou non, l'usage général qui est fait des médias traditionnels sur Facebook se décline selon six ou sept catégories, reflétant tant les motifs d'une publication que le contexte et la manière dont est publié un contenu :

- A) Les usagers Facebook partagent plus volontiers des **billets ou des articles d'opinion, voire des caricatures** officielles, telles celles d'André-Philippe Côté dans *Le Soleil*. Ces matériaux servent d'arguments à l'appui de leur position personnelle. Ainsi, lorsque les usagers partagent un billet, c'est généralement, d'abord, parce qu'ils ont une affinité avec les idées véhiculées, mais c'est aussi parce que le journaliste a employé de belles formules ou qu'ils ont éprouvé un certain plaisir à le lire. Un tel partage d'un article d'opinion, signé par un nom connu ou publié dans un média renommé, pourrait s'apparenter au recours à un argument d'autorité. Mais, en fait, les usagers de Facebook n'ont pas forcément cette déférence; le partage d'un article d'opinion permet surtout à l'usager de moins s'engager – se « mouiller » – ou de paraître moins polémique que s'il écrivait lui-même des propos similaires. D'ailleurs, ces contenus sont parfois partagés en l'absence de tout ajout de la part de l'usager. Ce type de partage est principalement le fait de jeunes répondants qui sont relativement politisés et souvent défavorables à la hausse des frais de scolarité mais qui considèrent néanmoins que Facebook n'est pas un lieu de débat.

Par ailleurs, dans certains cas, on partage un billet d'opinion ou une caricature pour s'en distancier. C'est le cas par exemple de certains billets de Bock-Côté ou de Martineau. Ces partages sont alors accompagnés d'un commentaire, souvent assez succinct, exprimant l'incrédulité ou le dégoût du participant par rapport au propos du chroniqueur.

- B) Lorsque, beaucoup plus rarement, des **articles ou nouvelles** sont publiés, ces contenus remplissent généralement d'autres fonctions que celle d'informer et ils sont presque toujours accompagnés d'un commentaire de l'usager (ou de la première personne qui a partagé l'article en question). On peut distin-

guer quatre fonctions principales à ces partages d'articles de presse :

- i. **Réagir à la nouvelle :** Il peut arriver qu'un usager fasse circuler une véritable information, mais l'objet du partage est moins l'article lui-même que la réaction de l'usager à cette nouvelle. Par exemple, un usager peut partager un article sur une annonce faite par le gouvernement non pas pour aviser ses « amis Facebook » que le gouvernement a adopté cette position (ils ont peut-être, voire sans doute, déjà vu ou entendu l'information ailleurs), mais plutôt dans le but d'exprimer qu'il en est scandalisé (ou, plus rarement, pour s'en réjouir). De même, on peut « aimer » un tel partage non pas pour l'article de presse, mais bien pour le commentaire qui va avec. C'est le cas d'un répondant qui nous explique en entretien qu'il a « aimé » un lien concernant le recrutement par le Parti Québécois d'un autre représentant étudiant, non pas pour le contenu de l'article, mais pour le commentaire ironique de celui qui l'avait publié.
- ii. **Critiquer la couverture médiatique :** Dans d'autres cas, des articles de presse sont publiés pour permettre à l'usager d'exprimer une critique des médias, notamment lorsqu'il trouve que l'information est présentée de manière biaisée (ou sensationnaliste).

LCN: ils ont réussi à spotter les seuls 5 manifestants masqués dans le milliers de personnes et ils en parlent depuis 20 minutes. Esti de médias de marde

Il s'agit là d'un des principaux modes de circulation des nouvelles journalistiques concernant la grève étudiante et le Printemps érable. Ceci s'applique autant au contenu des articles de presse qu'à la sélection des images diffusées dans les médias d'information, comme le rappelle ce montage « aimé » par un de nos répondants :

- iii. **Exprimer son appartenance** : Dans certains cas, quoique plus rarement associés à la grève, il peut s'agir de nouvelles de proximité en lien avec son appartenance à un lieu, à un événement, à un organisme, etc. Le partage de tels contenus informationnels sert à énoncer, par exemple, *qu'il s'est passé telle chose dans mon quartier*. Dans ce cas, le partage sert à exprimer combien la nouvelle secoue l'utilisateur personnellement, ou à exprimer le lien qui l'unit à cette situation.
- iv. **Informé** : Certes, il arrive à l'occasion que certaines personnes partagent des articles de presse ou des nouvelles spécifiquement dans le but d'informer. Ceci est toutefois rare et est généralement le fait d'utilisateurs avec un profil particulier, que l'on pourrait appeler des « passeurs », notamment des jeunes dont le principal vecteur de politisation est d'être bien informé et de transmettre cette information.
- C) Par ailleurs, il arrive que des utilisateurs partagent des **extraits informationnels** parus dans les médias traditionnels mais en les dissociant complètement de l'article journalistique desquels ils sont tirés.

MOYENNE ANNUELLE DES FRAIS DE SCOLARITÉ pour les étudiants canadiens à temps complet du premier cycle par province, 2011-2012 (données provisoires)	
Canada	5 366 \$
Colombie-Britannique	4 852 \$
Alberta	5 662 \$
Saskatchewan	5 601 \$
Manitoba	3 645 \$
Ontario	6 640 \$
Québec	2 519 \$
Nouveau-Brunswick	5 853 \$
Nouvelle-Écosse	5 731 \$
Ile-du-Prince-Édouard	5 258 \$

Ainsi, l'information est extraite de son contexte journalistique et reprise par l'utilisateur pour son propre argumentaire; elle est alors accompagnée d'un commentaire de l'utilisateur.

- D)** Enfin, notons que des **articles en provenance des médias étrangers** sont parfois partagés, et ce, généralement de l'une des deux manières suivantes : **i)** Premièrement, on peut utiliser la nouvelle étrangère un peu comme un argument d'autorité ou du moins pour débattre. Il s'agit alors le plus souvent de nouvelles issues de contextes très différents mais qui amènent de l'eau au moulin de la réflexion sociale qui est au cœur de la grève au Québec. **ii)** Deuxièmement, des usagers relaient des nouvelles parues à l'étranger mais portant sur la grève québécoise, cette fois pour souligner que « heille, on parle de nous » à tel ou tel endroit de la planète – comme lorsque le quotidien français *Le Monde* fait sa une sur « le « Printemps érable » des étudiants Québécois ». Cela peut servir à renforcer la motivation et à redorer le blason du combat, qui, sinon, peut sembler isolé, voire insignifiant.

T'as vu ça ce matin entre ton réveil à 11am et ta sieste de midi ? :p Le Monde qui fait la une avec le printemps "érable" des étudiants!



10.3.2 Informations de sources alternatives

Lorsque de l'information circule sur les profils Facebook de nos répondants, elle vient le plus souvent de sources alternatives ou indépendantes. Il s'agit généralement de quatre types de contenus.

- 1) On voit apparaître des **billets de blogues ou de vlogues**, plus ou moins amateurs, dont l'usage est très proche de celui qui est fait des contenus similaires en provenance des médias traditionnels. En effet, ils remplissent les mêmes fonctions, c'est-à-dire qu'ils sont relayés parce que l'utilisateur trouve que « c'est bien dit », qu'on y trouve des arguments riches et nuancés, ou bien pour exercer une sorte de mise à distance afin d'éviter d'écrire soi-même son opinion. En effet, nous avons vu qu'une sorte de netiquette du comportement adéquat sur Facebook se donne à voir dans les précisions que fournissent nos répondants au moment de la visite de leur historique : il n'est souvent pas considéré de bon ton d'amorcer des débats sur Facebook en émettant des opinions personnelles, d'où le recours à des liens externes pour exprimer un point de vue.
- 2) Très proche du rare usage de reportages plus approfondis en provenance de médias traditionnels (notamment ceux du *Devoir*), les répondants partagent des liens vers des **enquêtes indépendantes** (telles celles de l'IRIS) dans le but d'informer, non pas de l'actualité mais d'éléments qui servent à étayer une position déjà annoncée antérieurement.
- 3) On trouve par ailleurs des **témoignages originaux** ou d'autres formes de **journalisme citoyen**. Bien que plusieurs soient relayés à partir de blogues et d'autres sites, ces témoignages sont parfois spécifiquement créés sur Facebook, c'est-à-dire sous forme de « statuts » personnels, qui peuvent ensuite avoir fait l'objet de commentaires, de mentions « j'aime » ou de partages par nos répondants. Il peut s'agir d'annonces, communiquant par exemple le résultat du vote de grève tenu cet après-midi-là dans l'association étudiante de l'utilisateur, ou encore de témoignages qui constituent des

sortes de reportages de terrain. Ces témoignages peuvent certes avoir une dimension informationnelle et factuelle, mais ils sont parfois, voire souvent, de l'ordre de l'expérientiel : ils servent alors à parler de soi (comment on s'est senti dans telle situation, par exemple au cours d'une manifestation qui a mal tourné face à l'intervention policière) ou à exprimer ce qu'on a soi-même vu. Si plusieurs relaient cette information pour montrer que les médias traditionnels ne disent pas tout d'une situation quelconque, certains de ces témoignages font eux aussi l'objet, dans la zone de commentaires, de remises en question quant à leur authenticité.

- 4) Dans le même ordre d'idées, on voit circuler des documents, notamment vidéo, en provenance de **médias communautaires ou étudiants** (CUTV, c'est-à-dire la télévision étudiante de l'Université Concordia). Ces reportages de terrain servent à contourner le filtre (perçu) de la couverture médiatique. Dans certains cas, ils peuvent donner au récepteur l'impression d'*être là*, notamment s'il s'agit de liens vers des flux vidéo diffusés en direct (un peu comme nous avons vu que les *tweets* servent davantage à suivre l'action en temps réel, alors que Facebook est davantage utilisé en différé).

En somme, les contenus relatifs à la grève sont rarement informatifs. Ils sont d'abord à caractère **expressif**. Il s'agit de se défouler de sa frustration concernant diverses situations, d'en rire, d'exprimer une opinion sans forcément l'étayer, de s'indigner de la situation ou de la façon dont elle est (ou n'est pas) couverte, de se choquer que la police, le gouvernement ou les étudiants aient osé faire ceci ou cela, etc. Certains contenus, notamment défavorables à la grève et au mouvement étudiant, prennent ainsi la forme de textes très courts qui servent à exprimer une opinion ou un coup de gueule d'un individu ordinaire : « Manifestation en sous-vêtement = n'importe quoi » ou « calice que je suis tannée d'entendre parler des pleureux ; ciboire moi j'aurais plus que de la brutalité à leur endroit ».

Plus rarement, les contenus relatifs à la grève jouent un rôle **argumentatif** (informer, débattre, apporter des arguments à des opinions déjà émises, y compris hors ligne). Ces deux traits des

contenus (expressifs et argumentatifs) correspondent aux principes du Web participatif, où tout un chacun est censé pouvoir exprimer et partager un point de vue indépendamment de son niveau d'expertise reconnue. En conséquence, pendant le Printemps érable, Facebook a surtout permis d'être informé... du point de vue des autres, c'est-à-dire essentiellement de son entourage plus ou moins immédiat. On peut même dire que, comme le plus souvent l'opinion des gens de son entourage au sujet de la grève est déjà bien connue, il s'agit plus exactement d'être informé des réactions et des émotions du moment des autres, plus qu'il ne s'agirait de s'instruire à savoir s'ils sont pour ou contre la hausse des frais de scolarité, la loi spéciale, etc.

L'**information** qui circule par Facebook est assez rare, et elle consiste plutôt en de l'information citoyenne en provenance d'autres sources que les médias traditionnels. Facebook sert alors de catalyseur permettant l'accès à des sources souvent moins (re)connues, une autre pratique en concordance avec les principes du Web participatif. Certes, des contenus en provenance des médias traditionnels sont présents sur Facebook, mais ils sont généralement détournés de leur intention (informative) première – on les place sur Facebook pour les commenter ou les critiquer plutôt que pour transmettre l'information qu'ils contiennent. Or, même si ce n'est pas l'intention de ceux qui partagent ces informations, cette pratique peut néanmoins avoir pour effet indirect d'informer. Toutefois, il est difficile de le savoir avec notre corpus, car nous ne savons pas ce que les répondants ont suivi ou non comme liens, et ce qu'ils avaient déjà vu par eux-mêmes.

Qu'ils aient ou non un caractère expressif, argumentatif ou informatif, les contenus relatifs à la grève permettent d'apporter de l'eau au moulin de ceux qui les partagent. Certes, ces partages n'ont généralement pas pour effet de convaincre des gens, mais ils permettent à des usagers qui ne se seraient pas commis d'une opinion explicite de se prononcer sur une question politique. En revanche, l'essentiel des échanges au sujet de la grève se joue non pas autour des contenus qui circulent, mais dans la discussion qui s'ensuit dans les commentaires, ce à quoi sera consacrée la prochaine section.

11. FACEBOOK, ESPACE DE DÉBAT ?

Une des questions majeures à la base de cette recherche est de savoir si la plateforme socionumérique Facebook a pu constituer un espace de débat et, si oui, dans quelle mesure, pour qui et avec qui. Dans le cas contraire, est-ce que les usages sociaux de cette plateforme se résumeraient plutôt à se retrouver entre semblables, entourés exclusivement de gens qui partagent le même profil social et la même opinion ? Le débat public n'aurait alors pas lieu ou en tout cas pas dans l'environnement de Facebook. Sur ce plan, il nous est apparu que nous avons affaire à un phénomène complexe : l'intérêt de la démarche que nous avons adoptée est qu'elle permet de mettre en lumière des dynamiques en apparence contradictoires.

11.1 L'ambivalence face au débat en ligne

À peu près tous nos répondants ont été confrontés, *notamment* sur Facebook, à des divergences d'opinions dans leur entourage ou plus largement dans l'ensemble de leur réseau, ce qui, pour certains, a d'ailleurs débouché sur des conflits qui n'étaient toujours pas résolus un an plus tard. Par exemple, des répondants racontent :

J'avais parmi [...] mes amis des gens qui étaient [...] pour la grève. Pis souvent, ça faisait [...] des conversations, des débats assez enflammés, là. [...] Des fois, c'était difficile parce que tu sais, veux veux pas, tu te chicanes [...]. Mais en même temps, je trouve que ça fait réfléchir le monde. Ça [...] a permis de confronter les idées. Ça, c'est quelque chose que j'ai trouvé intéressant. (Homme, 25 ans, étudiant)

Je me rappelle... J'avais un gros débat avec un ami du secondaire qui était quand même militant, si on veut, pis qui avait dit qu'on était juste des caves d'avoir fait ça [des dommages importants à l'intérieur du cégep en réaction à l'irruption des policiers] [...]. Pis [...] ce gars-là, je ne lui ai plus jamais reparlé après, tu sais. (Femme, 24 ans, étudiante)

La majorité des répondants trouvent dans leur réseau une proportion importante de gens qui partagent leur opinion, mais à peu près tous ont aussi des contacts dont les opinions divergent

des leurs. Dans l'ensemble des traces consultées, même si le débat et les antagonismes idéologiques sont présents et visibles, ils le sont beaucoup moins que les expressions d'appui et de partage d'une même opinion. Ce n'est apparemment pas parce que l'on aurait un réseau parfaitement homogène et ne serait exposé qu'à des propos qui confortent son opinion, mais plutôt parce qu'on manifeste plus volontiers son approbation qu'on est enclin à s'engager dans le débat et à risquer la confrontation. Un répondant explique :

J'essayais d'éviter les... tu sais, les débats [...] en ligne, là. [...] J'avais pas nécessairement envie [...] d'écrire des pages de texte pis de confronter des idées sur Internet. (Homme, 25 ans, étudiant)

Plusieurs disent clairement, à un moment ou l'autre, s'être abstenus de commenter ou de réagir. Ils ont intériorisé les conséquences éventuelles de leurs interventions sur Facebook : il y a des contenus qu'on évite de publier ou de commenter parce qu'on veut éviter la confrontation et qu'on craint les dérapages. Et quand le débat s'engage, certains sont mal à l'aise et y mettent un terme rapidement. Plusieurs réaffirment ce qui apparaît comme une norme : il faut éviter de débattre sur Facebook, car la discussion finit par se polariser, voire s'enflammer, et le débat devient stérile. L'extrait suivant synthétise bien ce que beaucoup de répondants ont exprimé :

Un débat, déjà, de deux individus qui se parlent, c'est assez complexe [...]. Là, quand on arrive dans un média comme Facebook, c'est toujours plus difficile à articuler. Ou en tout cas, t'as pas un *feedback* qui s'applique pour savoir : « [Ce] que je dis, est-ce que c'est vraiment [ce] que je veux dire ? Est-ce que l'autre a vraiment compris ? » Puis, souvent, ça dégénère parce que justement, [...] on a eu des faux pas de communications [et] tant qu'à faire des faux pas, je veux pas les faire sur Facebook parce que ça dégénère. [...] au tout début, j'ai sûrement dû utiliser Facebook pour dire des affaires comme monsieur et madame Tout-le-Monde. J'ai vu les réactions [...]. La perte de contrôle, le dérapage. [...] [Sur] Facebook, c'est très rare que j'ai vu une discussion que je jugeais bien structurée qui dégénérerait pas et puis qui consistait pas juste à reformuler, à recritiquer de façon non constructive les *statements* précédents. (Homme, 24 ans, étudiant)

En somme, les jeunes que nous avons interrogés ont été régulièrement confrontés à d'autres usagers de Facebook qui ne partageaient pas leur opinion, mais ils trouvaient aussi largement de quoi les conforter dans leurs convictions. Or, on exprime plus volontiers son accord que son désaccord. On confronte ses idées à celles des autres, mais pas trop :

J'essaie de commenter le moins possible. J'essaie d'être une source d'informations pertinentes [...]. C'est certain que les gens savaient de quel bord j'étais. Les statuts, je les commente peu. J'aime pas débattre sur Facebook, je trouve que c'est une perte de temps. (Homme, 23 ans, étudiant)

Une autre explique :

Des fois, c'est bon de sortir de son cercle parce qu'il faut toucher d'autres personnes, mais d'aller toucher des personnes qui sont à l'opposé de toi [...] Les confrontations ça marchait pas. Il y avait des gens... c'était des insultes personnelles, c'était rendu ridicule, des intrusions dans ta vie privée... Tu viens pas faire une intrusion dans ma vie privée par Facebook pour ensuite me ressortir ça dans un débat [sur les] gaz de schiste. Ça fait que j'ai arrêté ça, je trouvais que c'était malsain. (Femme, 23 ans, non-étudiante)

Pour résumer, nous avons observé dans notre corpus de traces une prépondérance des expressions d'appui et de partage d'une opinion ; inversement, la rareté des interventions de nature polémique dans les traces d'échange semble indiquer un évitement des affrontements idéologiques et une intériorisation de leurs conséquences. Cela n'est cependant pas systématique. Par exemple, les étudiants directement affectés par la grève étaient davantage susceptibles de prendre part à des débats en ligne, notamment au sein de « pages » Facebook tenant lieu de babillard pour plusieurs associations étudiantes. Cela rejoint un autre constat de fond : lorsqu'on les interroge sur ce qui les pousse à s'engager dans un débat en ligne, plusieurs de nos répondants évoquent l'importance ou le caractère émotif de l'enjeu pour eux :

[...] c'est quelque chose qui me touche... qui me touche plus directement. [...] Sinon, mis à part ça, je dirais que c'est assez contextuel.

[Je ne] peux pas [nommer] une cause [...]. Ça va plus dépendre de [ce] qui se passe dans l'actualité... (Homme, 25 ans, étudiant)

11.2 Les formes du débat en ligne

Cette étude portant sur le cas du Printemps érable nous permet d'interroger la possibilité qu'un débat public prenne naissance et se déploie sur les plateformes du Web social, et d'en examiner les formes. Il nous faut d'ores et déjà préciser la nature « multiscaire » d'un tel débat. Autrement dit, il se manifesterait de façon diffuse (par petits îlots ou « bulles » de discussion) et sur plusieurs échelles imbriquées. Il arrive ainsi qu'une chaîne de commentaires soit essentiellement composée de propos sans lien avec la grève étudiante, mais qu'un ou deux commentaires s'y rapportent, ou qu'une allusion y soit faite. Inversement, une amorce de débat sur la hausse des frais de scolarité peut dévier sur un sujet assez distant, comme, par exemple, les meilleures recettes de cuisine « étudiante » (à petit budget). C'est le cas d'un exemple que nous avons analysé plus en profondeur, une discussion assez longue, assez peu fréquente dans le corpus (un enchaînement de 72 commentaires) générée autour du partage d'un extrait vidéo YouTube capturé sur RDI (une analyse par un fiscaliste de l'offre gouvernementale de bonification du programme de prêts et bourses). Dans un autre de ces cas de débat assez long (75 commentaires suscités à la suite de la prise de position d'un répondant à la fois contre la grève et contre la loi 78), la discussion animée est entrecoupée de souhaits de bon anniversaire, ce qui illustre bien ce phénomène d'entrelacement de différents flux de messages, certains en lien avec une discussion et d'autres sans aucun rapport avec elle.

11.2.1 Structure temporelle

Trois constats peuvent être faits à propos de la façon dont la discussion collective se déploie dans le temps sur la plateforme Facebook. **Premièrement**, les événements qui scandent le conflit étudiant ainsi que sa couverture par les « grands médias » semblent donner la « note » des discussions sur Facebook. Nous avons pu le vérifier par notre dispositif de collecte de données qui nous a

permis de voir une **correspondance** assez bonne des sujets de discussion **avec les points tournants du conflit**. Par exemple, au lendemain de l'adoption de la loi 78, la photographie d'un exemplaire du *Journal de Montréal* titrant, en Une, « Fin de la récréation » est abondamment partagée et commentée y compris par une de nos répondantes. Chez d'autres répondants on voit passer des images satiriques (« mèmes ») dénigrant l'adoption de la loi et mettant en scène le premier ministre.

Deuxième observation relative à la temporalité des échanges : les discussions qui peuvent éventuellement prendre place à la suite d'une publication (un « statut », une image, un partage d'article ou de capsule vidéo), s'étirent **rarement sur plus de vingt-quatre heures**. Le plus souvent, l'échange se déroule sur quelques heures, voire en l'espace d'une heure. Ce qui fait dire à cette répondante que la discussion, lorsqu'elle s'emballe, prend la forme d'une session de clavardage, autrement dit d'un échange quasi synchrone entre les participants :

C'était fou... Tu pouvais suivre la conversation « *live* », presque ; on aurait dit un *chat*, genre. [...] Ça se passait en un claquement de doigts et tout le monde était connecté... C'était plus [calme] vers la fin mais au début c'était l'enfer. (Femme, 23 ans, étudiante)

Un aspect intéressant de cette quasi-synchronie des échanges est la *mutabilité* des commentaires, c'est-à-dire leur propension à changer voire à disparaître. Ce phénomène était difficilement observable par l'analyse à posteriori des discussions, qui permet tout au plus de relever que des commentaires ont été modifiés. En revanche, notre méthode nous a permis de recueillir des informations contextualisées par le récit accompagnant la visite guidée des traces. Certains répondants nous ont ainsi expliqué que des commentaires étaient parfois effacés, soit par leur auteur, soit par le modérateur d'un groupe le cas échéant (ex : groupe Facebook d'une association étudiante). Certains usagers ont développé une parade : la copie d'écran, permettant d'archiver un commentaire pour le bénéfice d'amis à qui on veut pouvoir les montrer, ou afin de le produire en preuve de la position d'un autre participant à l'échange :

[Les gens] copiaient les images en faisant « *print screen* » puis après [ils] se [les] envoyaient, genre, pour un back-up. Tu sais, on était rendu là. [...] G. était pour la grève. F. était contre mais s'affichait pas. C'est la première personne qui a *print-screené* ce que l'autre a effacé et qui me l'a envoyé en me disant : « Check, t'as un back up si jamais... », parce qu'au début c'était [presque] une confrontation un contre un. (Femme, 23 ans, étudiante)

Dans une discussion observée dans les traces que nous avons analysées, un intervenant déplore qu'un commentaire qu'il avait apprécié ait été effacé par son auteur, sans raison apparente.

Bien sûr, ce schéma général (avec un pic d'intensité sur quelques heures suivi d'un abandon de l'échange) est parfois contredit par des commentaires tardifs pouvant donner un « second souffle » à une discussion, ou pas. En effet, si nous avons bien noté des occurrences de commentaires « tardifs » dans notre corpus, nous n'avons pas vraiment observé de relance de la discussion. Ce qui ne veut nullement dire que ladite discussion ne resurgira pas plus tard, mais *ailleurs*, dans un autre « cercle » d'interlocuteurs, voire au sein du même. La discussion peut en effet très bien se poursuivre le lendemain dans les commentaires à la suite d'une nouvelle publication de la même personne ou d'une autre. En d'autres termes, on n'abandonne pas forcément la discussion elle-même, mais plutôt le « fil de discussion » sur laquelle elle a commencé. Ce qui fait dire à l'auteur d'un commentaire : « [Venez-vous] d'avoir exactement la même discussion que [sur] notre autre *post*? ». En d'autres termes, on n'abandonne pas forcément la discussion elle-même, mais plutôt la séquence d'échange sur laquelle elle a commencé et qui, elle, s'éteint rapidement. Notre méthodologie nous permet difficilement d'observer ce phénomène de possible « rebond » d'une discussion d'un « mur » à l'autre ou d'une publication commentée à l'autre, du fait que nous n'avons sélectionné que quelques périodes assez courtes et espacées les unes des autres.

Notre **troisième** constat eu égard à la temporalité du débat est cet *effet d'écho*, par lequel nous désignons une répétition des mêmes discussions tenues en petit cercle à une échelle plus vaste, mais avec des décalages dans le temps, liés au fait que même si l'actualité médiatique joue un rôle dans la fixation de l'ordre du

jour, les contenus numériques servant de matériau de base à partir desquels les discussions surgissent, eux, circulent de façon erratique et parfois désynchronisée avec l'actualité « chaude ».

11.2.2 *La participation au débat*

Un des constats que nous avons pu faire, tant auprès de nos répondants « directs » qu'en analysant les conversations dans leur réseau, est que les usagers québécois de Facebook ont conscience de la difficulté de débattre dans un tel cadre : de façon très éclatée, dans un format contraignant (l'interface de Facebook, qui tronque dans l'affichage par défaut les commentaires dépassant quelques lignes, incite à la concision, d'autant plus qu'il est perçu comme contraire à une norme implicite de s'exprimer trop longuement dans cet espace) et avec des personnes informées à des degrés très divers sur les faits et sur les enjeux relatifs à la grève étudiante, ce qui oblige à répéter constamment les mêmes éléments (faits, données), à refaire les mêmes démonstrations. Petit à petit, il semble que les usagers de Facebook aient appris à mobiliser les ressources informationnelles existantes pour se simplifier la tâche. Ainsi, certains contenus ayant fortement circulé ont acquis le statut de « ressources discursives » permettant de faire l'économie de longues démonstrations. Cela peut être l'éditorial d'un chroniqueur, la capsule vidéo d'un vlogueur (ex : Gaétan Maudit), ou encore des agrégateurs (petitpetitgamin.com, UQAM Mêmes, etc.).

Il est à noter que ce répertoire de ressources est constitué aussi bien de sources classiques (par exemple, des institutions comme Radio-Canada, *Le Devoir*, *La Presse* ou les associations et syndicats étudiants ; des éditorialistes, des chroniqueurs connus) que de sources « alternatives » : blogueurs plus ou moins célèbres, images satiriques anonymes, capsules vidéos amateurs, etc.). Le cas de la capsule vidéo *Gaétan maudit pète sa coche sur la hausse* est particulièrement intéressant. Stéphane Michon, alias Gaétan Maudit, y démonte en 15 minutes les principaux arguments pour la hausse et contre la grève étudiante. Cette production amateur, devenue « virale » (près d'un demi-million de visionnements deux ans après sa publication sur YouTube le 23 mai 2012) a servi de point de

référence et de ressource pour synthétiser les éléments clés d'une argumentation contre la hausse des droits de scolarité, trop longs à développer dans les discussions sur Facebook. On la retrouve citée en ces termes dans une publication d'un membre d'un groupe Facebook « sur les enjeux de la grève » destiné aux étudiants d'un programme de premier cycle dont fait partie l'une de nos répondantes : « ça résume assez bien ma vision des enjeux de la grève, donc je trouve que ça mérite d'être sur cette page ». Et dans l'une des chaînes de commentaires exceptionnellement longues que nous avons relevées, un des intervenants enjoint un autre participant à l'échange à visionner la capsule vidéo, ajoutant qu'elle lui apprendrait peut-être quelque chose, avant d'insérer le lien vers celui-ci.

Le partage de contenus issus des médias traditionnels apparaît aussi comme une façon de ne pas mettre de l'avant sa propre opinion, voire de tester la réaction de son réseau d'amis, dans la mesure où un partage non appuyé d'un commentaire est ambigu quant à l'accord exprimé avec le contenu. Commentant le partage d'un éditorial de Vincent Marissal, un participant explique : « J'ai lu l'article [et] le trouvais intéressant, [...] j'ai pensé que les gens voudraient le lire aussi ». Il nous dira préférer diffuser l'information que de prendre lui-même position. Cela concorde avec une autre de nos observations concernant la participation au débat en ligne : non seulement est-elle d'autant plus probable que l'utilisateur maîtrise bien l'outil et sa culture d'usage propre (par exemple, les rites de ratification par le bouton « J'aime »), mais elle semble toujours fortement tributaire d'une bonne maîtrise des codes linguistiques. Nous avons ainsi relevé des situations où un intervenant voyait sa contribution délégitimée par les fautes de syntaxe et d'orthographe. Le recours aux images légendées fabriquées par d'autres (et rassemblées dans des banques de « mèmes ») pourrait constituer une façon pour ces individus moins habiles à l'écrit de prendre part à l'échange en ligne.

CONCLUSIONS

L'objectif de la présente recherche, commandée par le Centre d'études sur les médias, était d'éclairer la circulation de l'information dans les médias sociaux pendant la grève étudiante du printemps 2012 au Québec. Cette période a en effet été marquée par une crise sociale majeure, née d'une mobilisation massive des étudiants contre la hausse des droits de scolarité décrétée par le gouvernement. À l'époque, nombre d'observateurs ont supposé que les médias sociaux avaient joué un rôle de premier plan dans cette crise. Facebook et Twitter, notamment, auraient constitué une source et un outil de partage d'informations qui, sans véritablement remplacer les médias de masse, auraient été utilisés de façon complémentaire par les individus pour s'informer, discuter et se forger une opinion sur les événements du Printemps érable.

Dans cette étude, nous avons cherché à explorer empiriquement si et comment les jeunes utilisaient Facebook à ces fins. Pour ce faire, nous avons procédé à des entrevues individuelles auprès d'un échantillon diversifié de 30 jeunes (18 à 25 ans), dont une dizaine n'étaient pas étudiants pendant l'année scolaire 2011-2012. La première partie de la rencontre prenait la forme d'un entretien semi-dirigé classique (portant sur les usages que faisaient les répondants des technologies de l'information en général, leur rapport aux médias et au politique, leur vécu de la grève, etc.), puis, dans une seconde phase, nous nous installions devant un ordinateur pour procéder, en compagnie du répondant, à une exploration des traces d'activités (partages, commentaires, mentions « j'aime ») archivées dans son historique Facebook personnel à certaines dates clés de la grève. Plutôt que d'« aspirer » ces traces avec un dispositif informatique permettant leur collecte exhaustive, nous avons plutôt

procédé à une « visite guidée » de l'historique Facebook des répondants en effectuant un enregistrement dynamique de l'image affichée à l'écran et du commentaire oral du répondant. Tout en laissant à celui-ci la maîtrise de ce qu'il acceptait de montrer, cette méthode nous a permis d'observer les pratiques numériques de manière rétrospective et d'effectuer une étude rigoureuse des contenus que renferment les historiques, en bénéficiant de la contextualisation et de la réflexivité des jeunes sujets. Ces données riches et denses nous ont permis de mettre en lumière la diversité des usages et des compétences de ces jeunes, trop souvent groupés sous le vocable trompeur et homogénéisant de « natifs du numérique ».

Tel qu'escompté, cet exercice nous a permis de documenter les pratiques informationnelles des jeunes sur Facebook. Nous voulions tout particulièrement voir dans quelle mesure elles s'avéraient circonstancielles ou plutôt révélatrices d'une évolution plus profonde des pratiques en ligne. Une de nos hypothèses était que l'engouement pour l'utilisation des médias sociaux à des fins informationnelles serait attribuable non pas uniquement aux attraits inhérents et aux affordances de la plateforme Facebook, mais surtout à l'intérêt suscité par l'enjeu social. En conséquence, nous anticipions qu'à l'automne 2012, c'est-à-dire après la période des grèves, les éventuelles pratiques informationnelles novatrices qui se seraient manifestées de façon exacerbée durant la période de grève auraient régressé pour revenir au point où elles étaient un an auparavant. Cela n'excluait pas que les médias sociaux aient pu contribuer, pour la génération des étudiants sur le point d'entrer ou tout juste entrés à l'université, à une socialisation aux médias et à la prise de parole. Nos résultats montrent toutefois que ces effets dépendent largement du profil du répondant : de sa vie en général, de la composition de son réseau social (hors ligne et en ligne), de ses représentations de Facebook, de son rapport à l'information et au politique, etc.

Dans l'ensemble, les répondants sont très branchés : tous possédaient un ordinateur personnel (portable le plus souvent) et un téléphone cellulaire, sans nécessairement disposer d'un accès mobile aux plateformes telles que Facebook. Les différentes technologies (courriel, texto, téléphone mobile, médias sociaux) sont

utilisées de manières complémentaires et pour des fonctions spécifiques. Facebook constitue le « média social » dont ils font l'usage le plus intensif et le plus complet, les autres plateformes étant le plus souvent fréquentées de manière « passive », comme source plutôt que comme outil d'expression. Twitter est utilisé par quelques-uns, la plupart du temps comme fil de presse pour suivre en temps réel des événements.

Deux grands types d'usage de Facebook se dégagent de nos analyses : la fonction « fil d'information » et la fonction « coordination ». Facebook est principalement utilisé comme un *agrégateur* de fils d'informations de natures diverses : contenus de presse, nouvelles des proches, divertissement. La consultation de ce « fil d'actualité » hétérogène s'inscrit dans des rituels quotidiens de pratiques médiatiques associant médias traditionnels et médias numériques, parfois sur plusieurs écrans en même temps. Facebook est aussi employé pour « organiser » sa vie, et plus spécifiquement pour coordonner des activités avec d'autres personnes. La fonctionnalité de gestion d'événements permet incidemment la communication de groupe, usage émergent de plus en plus prononcé et confirmé par l'intérêt croissant pour les « groupes ».

Les jeunes que nous avons rencontrés ne *produisent* que rarement de l'information originale sur les plateformes sociales, se contentant le plus souvent de lire celle qu'ils y trouvent et éventuellement de la faire circuler. Les quelques répondants qui sont d'actifs diffuseurs de contenus sont aussi les plus politisés et les plus impliqués socialement ; leur activité en ligne se conçoit alors comme l'extension de leurs pratiques militantes.

Dans l'ensemble, les habitudes de consommation médiatique des jeunes rencontrés dans le cadre de l'enquête sont variées et semblent assez étroitement liées à l'importance relative de leur engagement social ou politique et, dans une moindre mesure, à leur niveau de scolarité. Les répondants qui sont moins scolarisés de même que ceux qui sont faiblement ou non engagés manifestent moins d'intérêt pour les actualités que les autres. Un petit nombre de répondants disent s'informer exclusivement par la consultation de Facebook, alors que les autres ont l'habitude de visiter réguliè-

rement différents sites de presse. La tendance chez les répondants est manifestement au pluralisme des sources, la majorité ayant l'habitude de consulter plusieurs sites de nouvelles différents. L'usage de Facebook contribue à accroître cette diversité, en amenant les répondants à consulter des pages et des contenus publiés dans différents médias électroniques du Québec ou d'ailleurs dans le monde qu'ils n'auraient le plus souvent pas consultés autrement.

En ce qui a trait aux formes et niveaux antérieurs de politisation des participants, notre corpus inclut plusieurs jeunes qui ne sont pas du tout politisés: ils ne s'informent pratiquement pas, ne s'intéressent pas aux enjeux de société, dont ils ne débattent pas; ils ne passent donc pas à l'action (qu'elle soit participative ou contestataire). En outre, ces dispositions ne se transforment pas sous l'effet du déroulement du printemps 2012: ils suivent les événements de la grève de très loin et, le plus souvent, ne comprennent pas le point de vue des grévistes. Ces répondants proviennent souvent de milieux socioéconomiques peu scolarisés et Facebook n'agit pas chez eux comme un agent de socialisation compensatoire, car ces jeunes développent des stratégies d'évitement (dont les algorithmes de tri de la plateforme se font complices), écartant de leur champ d'attention, voire de leurs listes d'amis, les personnes qui utilisent Facebook à des fins politiques ou polémiques. Par contre, ceux de nos répondants qui, avant les événements du printemps, étaient déjà politisés à des degrés divers et de diverses manières (vie associative organisée, activité contestataire, production artistique engagée, pratiques personnelles engagées, volonté d'informer les autres) s'intéressent à la grève, plusieurs tentant de développer une position réflexive et nuancée.

Grâce à la mise en contexte par les répondants des traces de leurs activités sur Facebook, nous avons pu observer deux grands types de rapport au contenu politique sur la plateforme. Certains considèrent celle-ci comme un espace ludique et préfèrent y voir des contenus très personnels ou humoristiques; ils honnissent le débat politique et les discussions longues ou polémiques. D'autres au contraire s'impatientent des banalités partagées par ce type d'usagers et utilisent Facebook comme un espace de débat citoyen. Or, ce clivage ne recoupe que partiellement les niveaux de

politisation des répondants: de nombreux jeunes plutôt engagés politiquement adhèrent eux aussi à une représentation apolitique de Facebook; ils s'autocensurent et s'abstiennent de parler de politique sur la plateforme, soit parce qu'ils considèrent d'emblée eux-mêmes que c'est un espace qui se veut ludique, soit parce qu'ils ont été échaudés par l'expérience antérieure de discussions qui ont dérapé. En conséquence, les usages de Facebook ne constituent pas un miroir permettant d'estimer adéquatement les niveaux de politisation de l'usager.

Si tous utilisent Facebook d'abord pour entretenir des liens, s'informer et nourrir des échanges, l'enquête révèle que les répondants sont bien loin d'être tous exposés aux mêmes contenus. L'analyse des archives des répondants montre que les contenus qu'on trouve dans leur historique sont étroitement liés à leurs intérêts et à ce qui caractérise leur vie quotidienne et leur réseau social le plus proche (formé tantôt d'étudiants de leur programme d'études, tantôt de partenaires sportifs ou encore de passionnés d'un même genre musical, etc.).

Par ailleurs, les contenus qui circulent sur Facebook témoignent d'un constant mélange de la vie personnelle des uns et des autres et des événements relatifs à l'actualité et à la vie publique et collective. Les usages des répondants sont structurés par la tension entre ces deux pôles pensés comme opposés l'un à l'autre, les uns envisageant la plateforme d'abord comme un outil de communication avec des proches et centré sur la vie privée, les autres y voyant plutôt un espace d'échange à caractère public et centré sur l'actualité.

De façon générale, le degré de diversité des points de vue et des opinions auxquels les répondants sont exposés par Facebook semble refléter assez fidèlement le caractère plus ou moins homogène ou hétérogène du réseau social (au sens sociologique) des répondants. Ceux qui entretiennent des liens avec des personnes présentant des profils socioéconomiques variés et vivant dans une pluralité de milieux (autant sur les plans social et culturel que sur le plan géographique) sont exposés, avec Facebook, à une diversité d'opinions et de points de vue, alors que ceux qui ont à l'inverse un réseau social très homogène y retrouvent essentiellement des

opinions semblables à la leur. En somme, les usages de Facebook s'inscrivent en étroite continuité avec la vie sociale et le quotidien des répondants. La manière dont ils interagissent avec les autres et réagissent au contenu publié s'avère intimement articulée à leur expérience sociale, laquelle se joue autant en ligne que hors ligne.

En conséquence, l'étude des historiques d'activités sur Facebook révèle une grande variété dans la présence de traces de contenus relatifs au Printemps érable, que ce soient des textes, des images (retouchées ou non), des vidéos ou des combinaisons de ces formes. Si certains répondants interagissent souvent avec des contenus concernant la grève étudiante (occupant jusqu'à la moitié des traces observées dans leur historique), d'autres le font très peu, voire pas du tout, et ce, qu'ils soient ou non de forts utilisateurs de Facebook.

À travers cette variété se dessinent toutefois de grandes tendances dans les types de contenus et dans les usages qui en sont faits (information, opinion, humour, témoignage). En provenance des médias dits traditionnels, ce qui circule sur Facebook est rarement de l'information à proprement parler. Les usagers de Facebook partagent plus volontiers des billets, des articles d'opinion ou des caricatures, afin d'étayer leur position personnelle ou bien, dans certains cas, de s'en distancier. Ainsi, les contenus informationnels en provenance des médias traditionnels sont présents sur Facebook, mais ils sont généralement détournés de leur intention (informative) première. Selon le cas, il s'agira de réagir à la nouvelle, d'exprimer son adhésion ou, le plus souvent, de critiquer la couverture médiatique des événements. Certes, il arrive à l'occasion que certaines personnes partagent des articles de presse ou des nouvelles spécifiquement dans le but d'informer. Ceci est toutefois rare et généralement le fait d'usagers avec un profil particulier, notamment des jeunes dont le principal vecteur de politisation est de se tenir informé.

Lorsque de l'information circule sur les profils Facebook de nos répondants, elle vient le plus souvent de sources alternatives ou indépendantes : des billets de blogues ou de vlogues plus ou moins amateurs, des liens vers des enquêtes indépendantes, des

témoignages originaux ou d'autres formes de journalisme citoyen et des documents, notamment vidéo, en provenance de médias communautaires ou étudiants.

En somme, les contenus relatifs à la grève sont rarement informatifs. L'information qui circule par Facebook consiste principalement en de l'information citoyenne en provenance d'autres sources que les médias traditionnels; Facebook sert alors de catalyseur de visibilité pour des contenus provenant de sources moins (re)connues et non légitimées par des institutions officielles. Par ailleurs, la plupart des contenus relatifs au Printemps érable ont d'abord un caractère expressif; il s'agit de se défouler de sa frustration concernant diverses situations, d'en rire, d'exprimer une opinion sans forcément l'étayer, de s'indigner de la situation ou de la façon dont elle est (ou n'est pas) couverte, de se choquer que la police, le gouvernement ou les étudiants aient osé faire ceci ou cela, etc. Les contenus relatifs à la grève jouent aussi, quoique plus rarement, un rôle argumentatif (informer, débattre, apporter des arguments à des opinions déjà émises, y compris hors ligne). En conséquence, pendant la grève étudiante, Facebook a surtout permis d'être informé... de l'opinion des individus de son entourage plus ou moins immédiat, ou, plus précisément, de leurs réactions et émotions du moment au sujet des événements qui ont jalonné le Printemps érable.

Notre démarche de recherche nous a permis de mettre en lumière une tension entre deux logiques contradictoires des usages communicationnels de Facebook: la propension à «se retrouver entre soi» (qui évacue tout débat) et la confrontation à des opinions divergentes. La prépondérance des expressions d'appui et de partage d'une opinion et la rareté des interventions de nature polémique dans les traces d'échange semblent indiquer un évitement des confrontations idéologiques et une intériorisation de leurs conséquences. Sur Facebook, la norme serait d'éviter le débat d'idées, car la discussion finit par se polariser, voire s'enflammer, et le débat devient stérile. On confronte ses idées à celles des autres, mais avec parcimonie.

Les usagers de Facebook ont appris à composer avec les difficultés soulevées par ce cadre d'interaction, en mobilisant les ressources informationnelles existantes pour gagner du temps dans les discussions. Ainsi, certains contenus ayant beaucoup circulé sont devenus des « ressources discursives » permettant de faire l'économie de longues démonstrations. Ce répertoire de ressources est constitué aussi bien de sources légitimes « traditionnelles » que de sources « alternatives » (blogues et vlogues amateurs, banques de « mèmes », etc.). Le partage de contenus issus des médias traditionnels apparaît aussi comme une façon de ne pas mettre de l'avant sa propre opinion, en jouant sur l'ambiguïté d'un partage non appuyé d'un commentaire quant à l'accord avec le contenu.

Les longues discussions ou « chaînes de commentaires » en réaction à une publication sont très rares et restent tout aussi rarement focalisées sur le sujet initial. En revanche, des allusions à la grève étudiante se retrouvent parfois au milieu d'une discussion qui portait sur tout autre chose. La temporalité des échanges est complexe, mais il arrive souvent qu'ils se tiennent de façon quasi synchrone, l'interaction s'étirant généralement sur quelques heures, voire moins. Des commentaires tardifs peuvent s'ajouter à une discussion mais la relancent rarement. Elle peut toutefois renaître et se poursuivre *ailleurs*, dans un autre « cercle » d'interlocuteurs, voire au sein du même, mais sous une autre publication. Les compétences linguistiques peuvent constituer un obstacle ou être disqualifiantes dans la participation à une discussion par écrit. Le recours aux images légendées fabriquées par d'autres pourrait constituer une façon pour des individus moins habiles à l'écrit de prendre part à l'échange en ligne.

En somme, et de manière très générale, on voit poindre dans notre corpus deux grandes silhouettes d'usagers de Facebook. D'un côté, des jeunes scolarisés (ou provenant de milieux qui le sont), étudiants ou non-étudiants au moment de la grève, qui ont un intérêt pour l'actualité et un intérêt pour la grève et qui sont généralement (quoique pas toujours) contre la hausse, mais parfois ambivalents sur la grève elle-même. Leurs formes d'engagement ou d'action politiques sont diversifiées et ils partagent parfois des contenus informationnels, mais seulement quelques-uns en

débattent. De l'autre côté, nous trouvons des répondants avec des niveaux d'éducation moindres, qui ne s'intéressent que peu (ou pas du tout) à l'actualité, qui n'ont pas beaucoup suivi les événements liés à la grève étudiante et qui lui sont généralement opposés. Leurs niveaux de politisation sont faibles; plusieurs participent bénévolement à des associations, mais celles-ci sont plus sociales que politiques. Sur Facebook, ils partagent très peu de contenus concernant le mouvement étudiant; ils participent très peu à des débats civiques et n'aiment pas quand d'autres le font sur la plateforme. On remarque que la distinction entre le fait d'être étudiant ou non au moment du printemps 2012 ne figure pas dans les deux grands profils qui émergent de nos analyses. En effet, le plus souvent (mais pas toujours), la différence entre les étudiants et les non-étudiants recoupe d'autres distinctions et notamment le clivage entre des répondants plus scolarisés (ou ayant l'ambition d'étudier longtemps ou issus de milieux plus scolarisés) et ceux qui sont moins scolarisés. Cette seconde distinction s'est avérée beaucoup plus signifiante dans l'analyse¹.

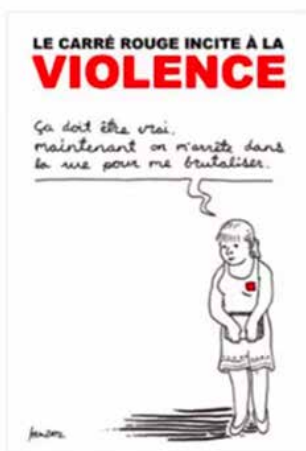
À l'intérieur de ces deux grands ensembles, on observe beaucoup de variété dans les usages qui sont faits de Facebook, ceux-ci étant étroitement associés, d'une part, à l'expérience de vie hors ligne autant qu'en ligne de l'individu et, d'autre part, à ses représentations de la plateforme comme étant un espace d'échanges avec des proches, une vitrine pour une activité professionnelle, un lieu de débats civiques, etc. Ces usages de Facebook ne sont pas particulièrement associés aux deux grands ensembles identifiés ci-haut, sauf que si l'utilisateur y parle de politique ou de nouvelles, il appartient toujours au premier groupe; en revanche, s'il ne le fait pas, il peut aussi bien être du premier groupe que du second. En conséquence, la simple observation de l'activité Facebook d'un

1. C'est peut-être là un effet des limites de notre échantillon. En effet, notre corpus ne comportait qu'une dizaine de répondants n'étant pas aux études pendant l'année scolaire 2011-2012. Ceci est trop peu pour développer l'analyse et la comparaison, surtout dans la mesure où ce groupe est lui-même hétérogène: quelques-uns avaient complété au moins un bac et d'autres avaient seulement un diplôme secondaire ou n'avaient aucun diplôme. Ce sous-échantillon était donc à la fois trop petit et trop éclaté pour qu'on puisse en tirer des conclusions probantes.

individu ne reflète pas forcément son degré de politisation ni son niveau d'intérêt pour l'actualité générale ou celle concernant les événements du Printemps érable.

ANNEXE :
APERÇU DU CORPUS
DE TRACES
(SÉLECTION D'IMAGES)





The police in Montreal asked students to give them a map showing the route of their march. THEY GAVE THEM THIS.





ma.PRESSE DÉCOUVREZ MA PRESSE

Publié le 14 juin 2012 à 06h44 | Mis à jour le 14 juin 2012 à 06h44

Politique, police et manifs



Manif de Casseroles! Casserole Demonstration started at 8pm, grew to 2000+ by 11pm
www.youtube.com

The people of Quebec are taking a page from protests in Chile and Argentina, banging pots and pans every night from their windows or in a march through the streets. It's spreading from Montreal all over the province. And why not to south of the border...?



Vincent Marissal
La Presse

J'étais en train de discuter avec Carl Vallée, attaché de presse de Stephen Harper, dans le hall du Hilton Bonaventure, où ce dernier venait de prononcer un discours, lorsqu'une policière du Service de police de la Ville de Montréal (SPVM) est passée en trombe, grosses lunettes de soleil lui bouffant la moitié du visage, un chewing-gum dans la bouche, un dossier vert fluo sur le dos et son bâton trainant presque par terre en raison de sa petite taille.

On a beau commencer à être habitués, à Montréal, de voir des flics partout, la scène, qui se déroulait entre gens affairés en costard dans le hall et des clients en maillot de bain couchés au bord de la piscine était néanmoins un peu surréaliste.

Wow, mon band est vraiment rendu mainstream. Même le premier ministre en parle!



Mise en demeure à la Fête nationale: inacceptable, dit Charest | Tommy Chouinard | Politique québécois
www.lapresse.ca

Le premier ministre Jean Charest trouve inacceptable que le

On dirait qu'ils se préparent pour un G 20.



Victoriaville se prépare

www.journaldemontreal.com

Le Centre des congrès est entouré de champs et de vastes espaces, ce qui permettra aux policiers d'établir un grand périmètre de sécurité pour tenir les manifestants à



Gaétan Mauduit pète sa coche sur la hausse

Concernant la hausse des frais de scolarité, Gaétan Mauduit réagit à l'argumentaire...

Afficher la suite

29 mai 2012, à 14:31 · J'aime · 4/1

Loi 78: le vol du siècle

18 mai 2012, 14:00 [js](#)

Aujourd'hui, j'ai mal à mon pays.

Rouges, verts, blancs, bleus, jaunes, on s'en câisse. Nous sommes aujourd'hui tou-te-s confronté-e-s à la plus grande atteinte à la démocratie et à la liberté d'expression et d'association, au moins depuis la Crise d'octobre. Plutôt que de laisser place à un réel débat sur les enjeux qui nous concernent, le gouvernement a préféré laisser pourrir la situation assez longtemps pour prétendre avoir la légitimité de faire taire la dissidence. Ce qui a été adopté aujourd'hui - et j'inclus là-dedans les lois anti-masques de Montréal et Québec - est digne d'un État totalitaire, où le gouvernement vise à encadrer ses opposants et à les intimider pour casser leurs mouvements.

Je ne resterai pas de marbre devant ce vol du siècle. Je n'accepterai pas tranquillement de me faire retirer mon droit à la dissidence et celui de l'exprimer.

Il y a un peu plus de trois ans, je commençais à mûrir et, par le fait même, à porter le symbole de lutte qu'est le carré rouge. Il me semblait impossible, à cette époque, que nos droits puissent être autant bafoués au Québec. Je n'avais aucune confiance envers ce gouvernement, mais j'assumais qu'il devait à tout le moins avoir un certain respect pour la liberté d'expression. J'avais encore une certaine confiance dans le système. Force est de constater que le Parti libéral et la Coalition avenir Québec ont opté pour briser ce peu de

[...]

[👍 J'aime](#) [💬 Commenter](#) [➔ Partager](#)

2 partages

BIBLIOGRAPHIE

- Allard, L. (2007). «Émergence des cultures expressives, d'Internet au mobile». *Mediamorphoses*, n° 21, p. 19-25.
- Bays, H. (2000). «La politesse sur Internet: le don des objets imaginaires» dans M. Wauthion et A.-C. Simon (dir.), *Politesse et idéologie: rencontres de pragmatique et de rhétorique conversationnelles* (Actes de colloque, p. 169-183). Louvain: Peeters Publishers.
- Benedicto, G. et Moran, M. L. (2015). «Les chemins complexes de la politisation. Frustration, impuissance et engagement civique chez les jeunes Espagnols désavantagés» dans S. Garneau et N. Gallant (dir.), *Les jeunes et l'action politique: Participation, contestation, résistance*, collection Regards sur la jeunesse, Québec: PUL.
- Blondeau, O. et Allard, L. (2010). UGC 4 Politics! De l'«empowerment» au «campaigning». En ligne: <http://www.fondapol.org/politique-2-0/1734/>
- Blondeau, O. et Allard L. (2007). *Devenir média. L'activisme sur Internet, entre défection et expérimentation*. Paris: Éditions Amsterdam.
- Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Prodsusage*. New York: Peter Lang.
- Bruns, A. et Burgess, J. (2011). *The use of Twitter hashtags in the formation of ad hoc publics*. Paper presented at the 6th European Consortium for Political Research General Conference, Reykjavik : University of Iceland.
- Boyd, d. (2011). «Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications» dans Z. Papacharissi (dir.), *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. New York: Routledge, p. 39-58.
- Boyd, d. et Ellison, N. B. (2007). «Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship», *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), p. 210-230.
- Bourdieu, P. (1979). *La distinction: critique sociale du jugement*. Paris: Éditions de Minuit.

- Castells, M. (2010). «Naissance des “médias de masse individuels”». *Manière de voir*, (109), p. 42-45.
- Deschamps, C. (coord.). (2012). Dossier : «La curation. Entre usages individuels et pratiques professionnelles», *Documentaliste-Sciences de l'information*, vol. 49, n° 1. En ligne : <http://www.cairn.info/revue-documentaliste-sciences-de-l-information-2012-1.htm>
- Domenget, J.-C. (2013). «La fragilité des usages numériques. Une approche temporaliste de la formation des usages», *Les Cahiers du numérique*, 9 (2), p. 47-75.
- Donnat, O. (2015). «L'évolution des pratiques culturelles. Dynamiques générationnelles et pesanteurs sociales», cycle de conférences de l'Observatoire Jeunes et Société «Les cultures juvéniles en France et au Québec», Paris/Montréal/Québec, janvier.
- Ellison, N. (2011). Réseaux sociaux, numérique et capital social. *Hermès*, 59, p. 21-23.
- Ellison, N. B., Steinfield, C. et Lampe, C. (2007). «The Benefits of Facebook “Friends:” Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites», *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12 (4).
- Fiske, J. (1992). «Audiencing: A cultural studies approach to watching television», *Poetics*, 21.
- Furlong, A. (2009). «Civic engagement and disengagement», *Handbook of Youth and Young Adulthood*, sous la dir. de A. Furlong, Routledge, p. 291-292.
- Gallant, N. (2012a). Les jeunes québécois engagés dans des mouvements globaux: Formes de participation, sentiments d'appartenance, utilisation des arts, conférencière invitée, CELAT, Québec, octobre. Vidéo: <http://vimeo.com/52683188>
- Gallant, N. (2012b). «Performative activism: Intersections of global and local cultures among national minority youth», *American Anthropological Association*, San Francisco, november.
- Gallant, N. et C. Friche (2010). «Être ici et là-bas tout à la fois: les réseaux sociaux en ligne et espaces d'appartenance chez les jeunes immigrants au Québec», *Lien social et politiques*, Numéro 64 («Les réseaux familiaux transnationaux: nouvelles familles, nouveaux espaces de citoyenneté?»), automne, p. 113-124.
- Garneau, S. (2015). «Pour changer le regard sur les jeunes et l'action politique: quelques idées de recherche» dans S. Garneau et N. Gallant (dir.), *Les jeunes et l'action politique: Participation, contestation, résistance, collection Regards sur la jeunesse*, Québec: PUL.
- Goffman, E. (1974), *Les rites d'interaction*. Paris: Éditions de Minuit.

- Goldberg, B. (2014). Facebook is no longer a social network. It's the world's most powerful news reader. En ligne : <http://pando.com/2014/07/24/facebook-is-no-longer-a-social-network-its-the-worlds-most-powerful-news-reader/>
- Granovetter, M. S. (2000). « La force des liens faibles » dans *Le marché autrement*, Paris : Desclée de Brouwer, p. 45-74.
- Hargittai, E. et Hinnant, A. (2008). « Digital Inequality : Differences in Young Adults' Use of the Internet », *Communication Research*, 35 (5), p. 602-621.
- Hargittai, E. et Walejko, G. (2008). « The Participation Divide: Content creation and sharing in the digital age », *Information, Communication & Society*, 11 (2), p. 239-256.
- Haythornthwaite, C. (2005). « Social networks and Internet connectivity effects », *Information, Communication & Society*, 8 (2), p. 125-147.
- Jenkins, H. (2006). *Fans, bloggers and gamers. Exploring participatory culture*. New York : New York University Press.
- Jennings, M.K. (2002). « Generation units and the student protest movement in the United States: an intra- and intergenerational analysis », *Political Psychology*, (23), p. 303-324.
- Kelty, C. (2008). *Two Bits: The Cultural Significance of Free Software* Durham, NC : Duke University Press.
- Kessous, E., Mellet, K. et Zouinar, M. (2010). « L'économie de l'attention : entre protection des ressources cognitives et extraction de la valeur », *Sociologie du travail*, 52(3), p. 359-373.
- Lahire, B. (2004). *La culture des individus. Dissonances culturelles et distinction de soi*. Paris : La Découverte.
- Latzko-Toth, G. et Pastinelli, M. (2013). « Par-delà la dichotomie public/privé : la mise en visibilité des pratiques numériques et ses enjeux éthiques », *tic&société*, 7 (2), p. 149-175.
- Millette, M., Millette, J. et Proulx, S. (2012). Hashtags et casseroles : de l'auto-organisation du mouvement social étudiant. *Wi: Journal of Mobile Media*, 6 (2). En ligne : <http://wi.mobilities.ca/hashtags-et-casseroles-de-lauto-organisation-du-mouvement-social-etudiant/>
- Newburn, T. (2013). « Reading the Riots », *Journal of Youth Studies Conference: New Agendas On Youth And Young Adulthood*, Glasgow, avril.
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. New York : Penguin Press.
- Pleyers, G. (2010). *Alter-Globalization. Becoming Actors in the Global Age*, Cambridge : Polity Press : 316 p.

- Proulx, S. (2012). « L'irruption des médias sociaux : enjeux éthiques et politiques » dans Proulx, S., M. Millette et L. Heaton (dir.), *Médias sociaux : enjeux pour la communication*, Québec : PUQ, p. 9-31.
- Proulx, S. (dir.). (1988). *Vivre avec l'ordinateur : les usagers de la micro-informatique*. Boucherville (Québec) : Éditions G. Vermette.
- Quéniart, A. (2008). « The Form and Meaning of Young People's Involvement in Community and Political Work », *Youth and Society*, (40), p. 203.
- Quéniart, A. (2015). « Le sens des processus d'engagement hors du champ politique chez les jeunes » dans N. Gallant et D. Farmer (dir.), *L'engagement des jeunes dans diverses sphères de leur vie*, collection Regards sur la jeunesse, Québec : PUL.
- Rabello de Castro, L. (2015). « La survie à l'école, « le politique » et la participation des jeunes dans les écoles brésiliennes » dans S. Garneau et N. Gallant (dir.), *Les jeunes et l'action politique : Participation, contestation, résistance*, collection Regards sur la jeunesse, Québec : PUL.
- Rebillard, F. (2007). *Le web 2.0 en perspective. Une analyse socio-économique de l'internet*. Paris : L'Harmattan.
- Schäfer, M. T. (2011). *Bastard Culture! How User Participation Transforms Cultural Production*. Amsterdam : Amsterdam University Press.
- Schmidt, J.-H. et W. Loosen (2012). « (Re-)discovering the audience: The relationship between journalism and audience in networked digital media ». *Information, Communication & Society*, 15 (6), p. 867-887.
- van Dalen, A. (2014). *The impact of algorithms on political communication – How algorithms transform the way political opinion is formed*. Paper presented at the ECREA 2014, Lisbonne, Portugal.
- Verba, S., Scholzman, K. L. et Brady, H. E. (1995). *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*. Cambridge, MA : Harvard University Press.
- Weeks, B. E. et Holbert, R. L. (2013). Predicting Dissemination of News Content in Social Media: A Focus on Reception, Friending, and Partisanship. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 90 (2), p. 212-232.

À PROPOS DES AUTEURS

Nicole Gallant est professeure-chercheure agrégée au Centre Urbanisation Culture Société de l'INRS depuis 2008 et directrice de l'Observatoire Jeunes et société depuis 2010. Elle œuvre aussi au sein du projet *Métropolis* pour la recherche en immigration depuis huit ans. Ses recherches portent, d'une part, sur les jeunes et, d'autre part, sur les minorités ethnoculturelles (immigration, francophonie minoritaire, questions autochtones). Ses principaux champs d'intérêt sont l'identité et l'inclusion sociale, l'engagement citoyen, les réseaux sociaux, l'immigration hors métropole, et les technologies de l'information et de la communication.

Guillaume Latzko-Toth est professeur adjoint au Département d'information et de communication de l'Université Laval depuis 2011. Titulaire d'un doctorat en communication de l'Université du Québec à Montréal (2010), il consacre ses recherches et une partie de ses enseignements aux aspects sociaux des usages des médias numériques. Il codirige avec Florence Millerand le Laboratoire de communication médiatisée par ordinateur (LabCMO). Il est aussi membre régulier du Centre interuniversitaire de recherche sur la science et la technologie (CIRST) et coprésident du groupe d'intérêt « Technologie et médias émergents » de l'Association canadienne de communication (ACC).

Madeleine Pastinelli est professeure titulaire au Département de sociologie de l'Université Laval et membre régulier du Centre interuniversitaire sur les lettres, les arts et les traditions (CELAT). Ethnologue de formation et chercheure de terrain, elle s'intéresse aux identités individuelles et collectives et aux transformations de la sociabilité et des liens dans le contexte de la montée de l'individualisme et du pluralisme normatif. Depuis une première recherche entreprise dès la fin des années 1990 sur les liens développés dans des espaces Internet Relay Chat, elle a mené plusieurs enquêtes sur différents terrains en vue d'étudier les sociabilités qui prennent forme et se déploient à travers les usages du numérique. Elle s'intéresse en outre aux enjeux éthiques et méthodologiques de l'ethnographie en ligne.

Le Centre d'études sur les médias, un organisme sans but lucratif fondé en 1992, est un lieu de recherche, mais il est également un agent de concertation entre les entreprises de communication, les milieux gouvernementaux et universitaires. Il compte deux partenaires universitaires: le Département d'information et de communication de l'Université Laval et HEC Montréal.

Le Consortium canadien de recherche sur les médias qui a été créé en 2001 est un regroupement de diverses institutions canadiennes dont l'objectif est de réaliser des recherches concernant les aspects économiques, techniques et culturels liés aux médias et d'en diffuser les résultats. Ses partenaires sont: le Programme conjoint d'études supérieures en culture et communication de l'Université York et de l'Université Ryerson, l'École de journalisme de l'Université de Colombie-Britannique et le Centre d'études sur les médias.