

## **AU CROISEMENT DES PARTICIPATIONS CIVIQUE ET MÉDIATIQUE : UNE APPROCHE COMPRÉHENSIVE DE LA PARTICIPATION CIVIQUE MÉDIATISÉE DES JEUNES ADULTES ENGAGÉS**

Lara Burton

Université catholique de Louvain

**Résumé :** *Le présent article porte sur la participation civique médiatisée de jeunes adultes engagés dans un groupe civique. Il débute par une réflexion théorique invitant à reconsidérer la thèse du désengagement politique des jeunes à la lumière de l'expansion du répertoire de participation politique. Cette expansion appelle à conceptualiser trois formes de participation – politique, civique et médiatique – ce qui permet de définir la participation civique médiatisée comme l'utilisation de médias dans le cadre d'activités visant la poursuite d'un bien commun. Cet objet de recherche est ensuite interrogé, de façon compréhensive, à travers l'analyse des pratiques médiatiques de quatre jeunes adultes (25-30 ans) appartenant à une nouvelle vague de collectifs engagés. Le travail empirique aboutit à l'identification d'un ensemble de compétences médiatiques mobilisées par les jeunes adultes étudiés lors de leur participation civique médiatisée. Ces résultats préliminaires soulignent le nécessaire développement de compétences médiatiques pour participer à la vie civique.*

**Mots-clés :** *participation civique médiatisée, participation médiatique, participation politique, pratiques médiatiques, compétences médiatiques, éducation aux médias, jeunes adultes engagés, approche compréhensive.*

**Abstract :** *This paper focuses on the mediatized civic participation of young adults engaged in a civic group. It starts with a theoretical reflection inviting to*

*reconsider the thesis of young people's political disengagement in light of the expansion of the political participation repertoire. This expansion calls for the conceptualization of three forms of participation – political, civic and media – which makes it possible to define mediatized civic participation as the use of media in activities aimed at the pursuit of a common good. This research object is then comprehensively investigated through the analysis of the media practices of four young adults (25-30 years old) belonging to a new wave of engaged collectives. The empirical work leads to the identification of a set of media competencies mobilized by the young adults studied during their mediatized civic participation. These preliminary results highlight the need to develop media competencies to participate in civic life.*

*Keywords: mediatized civic participation, media participation, political participation, media practices, media competencies, media education, engaged young adults, comprehensive approach.*

## **Introduction**

L'influence des médias sur la participation civique et politique des jeunes est une thématique complexe, voire paradoxale. Dans la littérature scientifique, les médias sont présentés à la fois comme un des moyens d'engager les jeunes dans la vie civique et comme une des raisons de leur désengagement (Papaioannou, 2013). De même, la terminologie utilisée foisonne : aux noms « engagement », « participation » et « vie » sont accolés un ou plusieurs attributs tels « civique », « politique », « citoyen », « démocratique », « en ligne » ou « médiatique ». Le présent article vise à clarifier les composantes à l'œuvre dans ce paradoxe et à porter un regard neuf sur les pratiques médiatiques des jeunes adultes engagés.

Dans la partie théorique de l'article, la thèse du désengagement politique des jeunes est remise en question, puis la terminologie mobilisée est clarifiée. Trois formes de participation sont définies : la participation politique, la participation civique et la participation médiatique. Cette distinction permet de forger le concept de participation civique médiatisée, relevant de l'utilisation des médias (numériques ou non) dans le cadre d'activités volontaires et non-professionnelles visant la poursuite d'un bien commun.

Dans la partie empirique de l'article, la participation civique médiatisée est étudiée de façon compréhensive sous l'angle des compétences médiatiques. Quatre jeunes adultes (25-30 ans) membres d'un groupe civique ont été interviewés sur leurs pratiques médiatiques et les significations qu'ils y associent. Les résultats préliminaires issus de ces entretiens semi-directifs soulignent la nécessité du développement de compétences médiatiques pour participer à la vie civique.

### **Jeunes et (dés)engagement politique**

L'intégration sociale des générations successives de jeunes au sein du corps politique est essentielle au fonctionnement de la démocratie. En effet, les jeunes « peuvent aider à stabiliser les sociétés démocratiques en dirigeant leur mécontentement vers des voies constructives [et] être une force de changement politique, portant un regard neuf sur les problématiques politiques et proposant de nouvelles solutions » (Flanagan & Levine, 2010, p. 160, traduction libre). Leur intégration contribue également à leur formation identitaire : il remplit un besoin d'appartenance et leur donne le sentiment que la vie a un but au-delà de la poursuite du profit individuel (Flanagan & Levine, 2010).

Cependant, ces dernières années, cette intégration est remise en question. Aux États-Unis, certaines chercheuses et chercheurs soulignent que les jeunes se désengagent de la politique et ont une attitude cynique face à celle-ci. Se basant sur les données recueillies lors d'enquêtes nationales, Flanagan et ses collègues montrent que les jeunes états-uniens des années 2000 sont moins

enclins à présenter neuf des dix caractéristiques principales de la citoyenneté<sup>1</sup> que leurs homologues des années 1970 (Flanagan, Levine, & Settersten, 2009 ; Flanagan & Levine, 2010). Concernant l'attitude des jeunes, les entretiens de groupe réalisés par Andolina et ses collègues révèlent que les jeunes interrogés sont « généralement cyniques concernant le processus politique » (Andolina, Jenkins, Keeter, & Zukin, 2002, p. 192, traduction libre). En effet, « [l]a politique reste hors du radar de ces jeunes cohortes [qui] la considèrent comme largement non pertinente dans leur vie quotidienne » (Andolina et al., 2002, p. 194, traduction libre).

D'autres chercheuses et chercheurs posent des constats plus nuancés. En France, Jacques Ion souligne qu'à côté de données quantitatives soutenant la thèse d'un désengagement politique<sup>2</sup>, d'autres tendent à indiquer le contraire, notamment « quelques très importantes et répétées manifestations de rues [...], la multiplication de conflits très durs, voire violents, dans les entreprises menacées de fermetures », mais aussi « la considérable expansion du nombre d'associations » (Ion, 2012, p. 12). Par ailleurs, interrogeant trois catégories de jeunes européens (des activistes, des jeunes issus d'écoles traditionnelles et des jeunes vulnérables ou exclus), Cammaerts et ses collègues montrent qu'ils sont

---

<sup>1</sup> Les neuf caractéristiques en déclin sont : voter, appartenir à un syndicat, lire le journal au moins hebdomadairement, travailler à un projet communautaire, assister au moins mensuellement à un service religieux, assister aux réunions d'un club, appartenir à au moins un groupe, être contacté par un parti politique et croire que les gens sont dignes de confiance. Seul le bénévolat est en augmentation.

<sup>2</sup> À savoir la baisse des adhésions aux partis politiques, la montée de l'abstention aux élections et le déclin des adhésions aux syndicats.

critiques plutôt qu'apathiques : la plupart des jeunes interrogés ont une vision et des opinions politiques claires, mais sont mécontents de la façon dont les politiciens abordent ces thèmes (ou les ignorent). Leur non-participation n'équivaut donc pas à un manque d'intérêt politique (Cammaerts, Bruter, Banaji, Harrison, & Anstead, 2014). Enfin, Dahlgren & Olsson soulignent que s'ils doivent s'engager sur des questions sociales, les jeunes valorisent le fait d'avoir de l'influence, revendiquent la participation et désirent faire partie d'une communauté, ce que les partis politiques et l'identité de classe ne parviennent plus à leur fournir (Dahlgren & Olsson, 2008).

### **Expansion du répertoire de participation politique et mutations historiques**

Les nuances décrites précédemment invitent à considérer que les jeunes sont engagés différemment plutôt que désengagés : ils investissent de nouvelles formes de participation politique « extra-institutionnelles, personnalisées, auto-expressives et individualisées » au détriment des formes institutionnalisées (Theocharis & van Deth, 2017, p. 6, traduction libre). Il en résulte une expansion du répertoire de participation politique, laquelle peut être rapprochée de la notion de répertoire d'action collective, théorisée par Charles Tilly. Cette dernière « permet à la fois de décrire l'éventail des choix stratégiques à la disposition d'un groupe mobilisé, mais aussi d'éclairer plus largement les transformations historiques des formes d'action collective » (Dormagen & Mouchard, 2010, p. 226). La notion de répertoire de participation politique s'en distingue cependant, car elle ne se limite plus aux actions d'un groupe mobilisé, mais englobe des formes individuelles.

Parmi les mutations historiques concomitantes à l'expansion du répertoire de participation politique, deux changements sont particulièrement intéressants au regard de l'engagement des jeunes. D'une part, le processus de changement intergénérationnel des valeurs transforme la définition normative de la citoyenneté. Le citoyen idéal, anciennement consciencieux (*dutiful citizen*), devient auto-réalisateur (*self-actualizing citizen*) (Bennett, 2008). Ce dernier s'intègre dans une société où les individus sont devenus davantage responsables de la définition, la production et la gestion de leurs identités sociales et politiques (Bennett, 2008). Leurs parcours de vie sont dès lors « déstandardisés » et beaucoup de temps et d'énergie sont nécessaires à chacun pour formuler une biographie réflexive sur son identité, ses objectifs de vie et sa vocation (Dahlgren & Olsson, 2008). Ce processus « réduit les allégeances à l'État et le respect des autorités, tout en mettant au premier plan de nouvelles questions politiques et de nouvelles façons de les défendre » (Theocharis & van Deth, 2017, p. 5-6, traduction libre). Il encourage, par exemple, le développement du plaidoyer (*advocacy*) qui se centre sur des enjeux précis dans le cadre de « campagnes continues ou de mouvements sociaux situés en dehors de la politique partisane parlementaire » (Dahlgren & Olsson, 2008, p. 495).

D'autre part, la popularisation d'Internet ainsi que le développement de plateformes médiatiques et de réseaux socio-numériques « repositionnent leurs utilisateurs au sein la société, les rendant à la fois producteurs et consommateurs d'information » (Bennett, 2008, p. 9, traduction libre). Du point

de vue technique, « [l]a portée et la vitesse de l'infrastructure en réseau ont considérablement augmenté dans la plupart des régions du monde, ouvrant plus de possibilités et permettant une expérience d'immédiateté » (Cammaerts, 2015, traduction libre). Dans le cadre du militantisme, les réseaux socio-numériques permettent « des niveaux sans précédent de production et de distribution des idées, de délibération publique et d'organisation en réseau » (Bennett, 2008, p. 1, traduction libre). Ils remplissent de nombreuses fonctions, qu'il s'agisse d'activités qui existaient hors ligne (organiser le mouvement, coordonner des actions, disséminer les axes du mouvement, discuter et décider) ou d'activités rendues possibles par internet ou une plateforme associée (attaquer les ennemis idéologiques, surveiller les surveillants, préserver les artefacts de contestation) (Cammaerts, 2015; Theocharis & van Deth, 2017). Ces nouveaux modes de participation peuvent se matérialiser partout sur le terrain social et se manifester dans de nombreux contextes, y compris la culture populaire (Dahlgren & Olsson, 2008).

### **Distinguer participations politique, civique et médiatique**

L'expansion du répertoire de participation politique intègre sous un même vocable des réalités variées. De ce fait, j'introduis une distinction conceptuelle entre la participation politique et la participation civique. Toutes deux sont des activités ou des actions de nature volontaire (c.-à-d., non-contrainte) et non-professionnelle (Theocharis & van Deth, 2017). De plus, toutes deux correspondent « aux circonstances où la désorganisation de l'existence de tel individu est le fait, non de ses erreurs ou du hasard, mais des activités d'inconnus » (Zask, 2011, p. 194). Cependant, la participation politique est située à l'intérieur des sphères gouvernementales et étatiques, et vise « à influencer la sélection du personnel gouvernemental et/ou les actions qu'il entreprend » (Verba & Nie, 1972, cités par Theocharis & van Deth, 2017, p. 3, traduction personnelle). Elle relève, par exemple, du vote, des budgets participatifs ou des panels citoyens organisés par une entité politique. La participation civique, quant à elle, est extérieure à ces sphères (bien que pouvant les cibler) et relève de l'ensemble plus vaste des situations où « des collectifs se forment, s'interrogent ou s'engagent autour d'enjeux où il y va d'un bien commun/public à atteindre ou d'un mal commun/public à éviter » (Cefaï, 2011, p. 546). Je note que cette définition de la participation civique n'intègre pas les formes individuelles de participation (p. ex., le consumérisme politique ou la diffusion d'une publication à vocation politique sur son mur Facebook personnel). Un élargissement de cette définition aux formes individuelles pourrait donc être envisagé.

Une autre distinction essentielle concerne la participation médiatique dont la nature diffère des deux précédentes. En effet, si les qualificatifs « politique » et « civique » spécifient la sphère d'application de la participation et sa finalité, la participation médiatique concerne le canal ou moyen par lequel l'individu participe. Comme le souligne Buckingham, « [l]a participation des jeunes à la production culturelle via les médias numériques contribue au développement de leurs identités, mais cet effort représente sans doute des formes d'engagement médiatique plutôt que civique (Buckingham, 2006) » (Papaioannou, 2013, traduction libre). Autrement dit, l'engagement médiatique n'implique pas nécessairement l'engagement civique. Cette distinction m'inspire d'ailleurs une réflexion sur l'importance d'éviter de tomber dans un déterminisme technique naïf concernant les effets bénéfiques des médias numériques sur les participations civique ou politique.

En effet, les médias numériques offrent de nouvelles possibilités techniques, dont celle de produire et de diffuser des contenus variant en vitesse (du temps réel à la médiation en différé) et en portée (entre *one-to-one*, *one-to-many*, *many-to-many* et *few-to-few*) (Cammaerts, 2015). Cependant, ces possibilités ne présagent en rien la sphère d'application des contenus produits et diffusés. De ce fait, la participation médiatique peut viser d'autres finalités que celles politiques et civiques – par exemple, le divertissement ou l'épanouissement culturel ou social.

Par ailleurs, « [b]ien que les technologies en réseau aient le potentiel de diminuer certains coûts et de réduire les obstacles à la participation, il existe de nouveaux obstacles tels que la répartition inégale de l'accès et le besoin de compétences numériques spécifiques » (Cammaerts, 2015, traduction libre). Il apparaît donc nécessaire de déconstruire le mythe du *digital native* – postulant que les compétences médiatiques « sont largement partagées par toute personne atteignant l'âge adulte à l'ère des réseaux » – et de reconnaître qu'il est nécessaire « de développer les compétences et de soutenir les jeunes qui apprennent à influencer sur le changement social, [car] la production "médiatique" est "une arène critique de lutte intentionnelle" et de développement de compétences » (Shresthova & Jenkins, 2016, traduction libre).

### **Participation civique médiatisée et compétences médiatiques : pour une approche compréhensive**

Cette distinction conceptuelle entre trois formes de participation me permet de situer mon objet de recherche à l'interface des participations civique et médiatique, dans ce que je nomme la participation civique médiatisée. Ce concept permet, entre autres, d'interroger les façons dont les individus utilisent les médias (numériques ou non) dans le cadre de leurs activités volontaires et non-professionnelles visant la poursuite d'un bien commun, ou encore, l'évitement d'un mal commun.

Spécifiquement, mon étude vise à identifier les compétences médiatiques mobilisées lors de cette participation civique médiatisée. La compétence étant

la capacité d'un individu à mobiliser ses propres ressources (internes) et celles de son environnement (externes) face à des situations complexes et inédites (Scallon, 2004), les compétences médiatiques sont donc celles « caractérisant l'individu capable d'évoluer de façon critique et créative, autonome et socialisée dans l'environnement médiatique contemporain » (Fastrez & De Smedt, 2012, p. 47). Elles sont actualisées à travers les pratiques médiatiques des individus.

En sciences de l'information et de la communication, les études liant participation civique et compétences médiatiques relèvent le plus souvent de deux champs : la fracture numérique et l'éducation aux médias (EAM). Dans ces deux champs, les méthodologies mobilisées sont majoritairement quantitatives et déductives. Les compétences médiatiques, conceptualisées suivant une approche normative, relèvent de référentiels élaborés *a priori* par des expertes et experts externes au milieu étudié. Il n'est pas rare que leur mesure repose sur des questions à réponses fermées ou préformées portant sur les pratiques médiatiques du répondant ou sur ses compétences déclarées (Hobbs, Donnelly, Friesem, & Moen, 2013; Kahne, Lee, & Feezell, 2012; van Deursen & Helsper, 2015).

Concernant la participation civique, celle-ci est, la plupart du temps, réduite à l'adhésion de la répondante ou du répondant à des affirmations portant sur sa participation à des activités civiques (Kahne et al., 2012; van Deursen & Helsper, 2015), voire à son intention d'y prendre part dans un futur parfois

lointain (Hobbs, Donnelly, Friesem, & Moen, 2013; Martens & Hobbs, 2015). À ma connaissance, seul Mihailidis mobilise une méthodologie mixte, complétant une approche déductive des compétences médiatiques (questionnaire à réponses ouvertes) par une partie inductive (entretiens de groupe) portant sur la perception du rôle démocratique des médias par les apprenants (Mihailidis, 2008).

Mon étude se distingue de ces méthodes couramment appliquées dans les champs de la fracture numérique et de l'EAM, car elle reconnaît non seulement les facettes normatives, mais aussi descriptives, des concepts de participation civique et de compétences médiatiques. De plus, le versant normatif de ces concepts est construit en dialogue avec les actrices et acteurs interrogés, ces derniers étant considérés par la personne menant la recherche comme aptes à considérer leurs pratiques médiatiques de façon critique.

La méthode mobilisée dans mon étude est donc mixte. D'une part, une revue de la littérature a été menée afin de circonscrire un objet de recherche : la participation civique médiatisée. D'autre part, une approche compréhensive et davantage inductive a permis de circonscrire des compétences médiatiques liées à cet objet.

Pour ce faire, des entretiens semi-directifs ont été réalisés auprès de quatre jeunes adultes (25-30 ans) engagés au sein d'un groupe issu d'une nouvelle vague de collectifs civiques. Cette approche qualitative et compréhensive visait

à acquérir une compréhension fine des pratiques médiatiques mobilisées par les interviewés et des significations qu'ils attachaient à celles-ci. Plus précisément, j'ai abordé la façon dont ils utilisaient les médias et la technologie lors des activités de leur groupe civique, au sein d'autres groupes civiques, et lors de leurs activités quotidiennes liées à l'engagement. J'ai également été sensible aux jugements normatifs qu'ils associaient à l'utilisation de médias, par exemple, à ce qu'ils trouvaient utile, agréable, compliqué, inefficace ou novateur.

### **Des jeunes adultes issus d'un groupe civique**

Mon étude porte sur la période de vie couverte par le terme « jeune adulte », laquelle relève de la transition entre l'adolescence tardive et l'âge adulte, traditionnellement marquée par cinq expériences-clés : quitter la maison, finir l'école, entrer sur le marché du travail, se marier, et avoir des enfants (Flanagan et al., 2009). Il est particulièrement intéressant d'étudier la participation civique médiatisée de cette catégorie de la population car « les identités politiques formées [à cette période] sont hautement prédictives des positions que les individus tiendront à l'âge adulte moyen et avancé » (Flanagan & Levine, 2010, p. 161, traduction personnelle). Par ailleurs, comme explicité précédemment, leur engagement civique – essentiel au fonctionnement de la démocratie – fait l'objet de nombreuses interrogations.

Plus spécifiquement, le groupe civique choisi comme terrain d'étude reflète une nouvelle vague de collectifs engagés, issue d'un mouvement de déconnexion progressive entre sphère associative et politique (caractère apartisan) et de dé-

fédéralisation (indépendance, autonomie de décision, structures décisionnelles horizontales) (Ion, 2012). Il s'agit d'un groupe local de citoyennes et citoyens issus de villes et villages voisins, rattaché à une organisation plus vaste couvrant la Région wallonne et Bruxelles-Capitale (Belgique) et traitant d'une thématique plutôt large : la création d'une société meilleure (plus égalitaire, juste, durable, etc.) et la recherche d'alternatives aux mesures d'austérité. Le caractère généraliste des thématiques abordées par le groupe civique m'apparaît comme un autre symptôme de cette nouvelle vague de collectifs engagés. En effet, au-delà d'une vision idéale du futur, cette thématique laisse toute latitude aux membres d'exprimer leur individualité à travers le choix des sujets à traiter et des actions à organiser. Dans une logique de gouvernance horizontale, les membres de chaque groupe sont amenés à choisir et à développer leurs propres activités et actions en fonction de leurs envies et des possibilités de chacun.

Par ailleurs, le groupe étudié est un groupe civique dont je suis membre, et les entretiens menés auprès des quatre jeunes adultes ont fait émerger des pratiques et points de vue différents au sein d'un milieu connu. Ceci m'a permis de me décentrer, de complexifier ma compréhension des relations entre médias et participation civique, et d'identifier un ensemble de compétences médiatiques mobilisées par les quatre jeunes adultes interviewés dans le cadre de leur participation civique médiatisée.

### **Analyse des données recueillies : des compétences médiatiques**

L'analyse des données recueillies lors des entretiens semi-directifs m'a permis de conceptualiser différentes compétences médiatiques : (1) gérer les

sollicitations médiatiques reçues via différents canaux à l'échelle individuelle et collective, (2) choisir des moyens médiatiques adaptés à l'objectif des échanges (et aux personnes visées), (3) connaître l'actualité, les problématiques civiques et l'agenda engagé, (4) créer et entretenir des liens sociaux entre individus et entre groupes engagés, (5) produire des contenus (et des canaux de diffusion) de différents niveaux de complexité, et (6) assumer l'identité collective du groupe.

La première compétence relève de la gestion des sollicitations médiatiques reçues via différents canaux (p. ex., courriels, réseaux sociaux, applications de messagerie, téléphone). Au sein du groupe civique étudié, de nombreuses informations sont échangées via la liste de diffusion des membres. Les sujets sont divers : informations sur les réunions et comptes rendus, demandes d'avis, organisation d'action, partage d'informations sur des thèmes civiques, etc. En découle un sentiment de « sur-sollicitation » partagé par tous les interviewés. Certains mettent en place des stratégies pour gérer ces flux médiatiques. Par exemple, Émilie<sup>3</sup> a créé un dossier dédié à l'engagement civique au sein de sa boîte de réception, assorti d'un tri automatique des courriels entrants. De plus, elle réserve l'usage de certaines plateformes à certains interlocuteurs : son compte WhatsApp (application de messagerie) est dédié aux conversations familiales et, lorsqu'elle reçoit un message en lien avec l'engagement sur WhatsApp, elle y répond par SMS.

---

<sup>3</sup> Les prénoms utilisés dans cet article sont des pseudonymes.

Par ailleurs, la gestion des sollicitations médiatiques reçues via différents canaux s'avère nécessaire à l'échelle du groupe civique. En effet, le groupe étudié est fréquemment contacté par des individus issus d'autres groupes (pour être le relai de leurs activités ou pour établir un partenariat), par des individus isolés (souhaitant faire part de leurs opinions ou s'engager au sein du groupe) et par des journalistes (en vue de réaliser une interview). La gestion de ces sollicitations médiatiques – souvent via un rôle dédié à cette tâche – permet, entre autres, de créer des synergies entre individus, groupes, voire avec les médias traditionnels.

La deuxième compétence relève du choix de moyens adaptés à l'objectif des échanges médiatiques (et aux personnes visées). Par exemple, pour la prise de décisions, Thomas préfère l'appel téléphonique au courriel, car, bien que le second ait un coût d'utilisation (financier et temporel) plus faible, il ne permet pas toujours de recevoir une réponse pertinente à la question formulée. De même, Émilie utilise Messenger (application de messagerie de Facebook) pour les questions organisationnelles simples et Framapad (éditeur de texte collaboratif en ligne) lorsqu'il s'agit de coordonner des actions à plusieurs (à distance ou en présence). Enfin, concernant le débat d'idée, Émilie insiste sur le fait qu'elle exclut Messenger qui n'est pas adapté à ce type d'échanges.

Il est à noter que les médias sont peu utilisés dans le contexte particulier des réunions. Un *flip-chart* (tableau de papier) sert à inscrire l'ordre du jour, tandis que l'ordinateur ou des feuilles de papier sont utilisées par la personne

volontaire en charge du compte rendu. Par contre, la dimension médiatique se situe en amont et en aval, dans la préparation collective et la diffusion du compte rendu. D'une part, l'ordre du jour est établi via des échanges de courriels envoyés à la liste de diffusion des membres ou individuellement, mais aussi à travers le site web participatif et, parfois, grâce à des appels téléphoniques. D'autre part, les comptes rendus des réunions sont diffusés via la liste de diffusion des membres et sur un site web participatif.

L'utilisation des médias peut également viser la recherche de reconnaissance individuelle ou collective. Par exemple, Thomas souligne que les apparitions du groupe dans les médias traditionnels sont republiées sur les réseaux sociaux afin de légitimer l'existence du groupe et de montrer la plus-value qu'il apporte sur une problématique.

La gestion des sollicitations médiatiques et le choix de moyens adaptés peuvent être liés à une troisième et une quatrième compétences : l'une porte sur la connaissance de l'actualité, des problématiques civiques et de l'agenda engagé, l'autre sur l'entretien de ses liens sociaux engagés et la création de synergies entre individus ou groupes civiques.

Au sujet de la troisième compétence, Facebook est la source d'information centrale des personnes interviewées et leur porte d'entrée vers d'autres médias traditionnels ou alternatifs. Le réseau social permet, en outre, de se tenir au courant de l'agenda engagé (c.-à-d., des actions prévues et de leurs modalités

pratiques) en étant *ami* avec des personnes engagées, en « aimant » des pages au contenu engagé ou en se faisant inviter à des événements. L'algorithme de Facebook est d'ailleurs mentionné comme utile, car triant l'information pour les utilisatrices et utilisateurs (Thomas, Manon), bien qu'il crée un « effet bulle » (Thomas). D'autres moyens permettent de s'informer, dont le traitement des courriels reçus. Par exemple, Agathe est abonnée à des courriels d'information d'associations engagées et à la liste de diffusion d'un groupe d'action directe non-violente. Outre l'information médiée, les personnes interviewées s'informent et cultivent leur engagement en assistant à des réunions, à des formations ou à des événements organisés par leurs groupes civiques ou par d'autres groupes (dont ils prennent souvent connaissance via les médias).

Au sujet de la quatrième compétence, être au courant de l'agenda engagé (y compris en gérant les sollicitations médiatiques reçues) permet aux actrices et acteurs d'entretenir leurs liens sociaux engagés et les rend capables de créer des synergies entre des individus et avec d'autres groupes civiques. Par exemple, dans le cadre de ses engagements personnels, Agathe a créé un groupe Facebook rassemblant des personnes sensibles aux mêmes thématiques afin qu'ils se coordonnent pour aller à des activités ensemble. Par ce biais, elle renforce ses liens avec des individus engagés et crée un canal médiatique pour centraliser l'information les concernant. La création de synergies peut également avoir lieu à l'échelle des groupes civiques, lorsque des groupes se rassemblent autour d'une action commune.

La cinquième compétence touche à la production de contenus médiatiques de différents degrés de complexité. Les personnes interviewées mentionnent des productions allant de la réaction (via un « j'aime », un partage ou un transfert, voire la rédaction d'un commentaire ou d'une réponse) à des actes de création (événement Facebook, compte rendu, lettre d'information, billet d'opinion, etc.). Ces productions réactives et créatives touchent soit aux réunions et à la mobilisation (c.-à-d., à la coordination d'un groupe ou d'une action), soit à du contenu analytique ou argumentatif (c.-à-d., à l'idéologie du groupe).

Par ailleurs, il est nécessaire de créer ou de paramétrer différents médias pour faire exister le mouvement en ligne (p. ex., un site web traditionnel ou participatif, une page Facebook, une adresse courriel de contact ou des listes de diffusion). La mise en place de tels canaux nécessite de mobiliser des compétences spécifiques (p. ex., des compétences techniques en création de site web) qui – si aucun membre ne les possède – nécessitent l'intervention de personnes extérieures. Par exemple, Émilie explique qu'ils ont fait appel à une de ses amies graphistes pour créer les visuels d'une campagne. Ces compétences spécifiques – bien que mobilisées ponctuellement – sont essentielles à la production de contenus liés à la participation civique médiatisée.

Enfin, l'existence de certaines tâches médiatiques récurrentes au sein du groupe entraîne la création de rôles spécialisés, endossés par une personne en continu

ou redistribués ponctuellement entre les membres. Ceux liés à l'alimentation de la page Facebook, du site web ou à la rédaction de courriels d'information sont liés à la sixième compétence, à savoir la capacité à assumer l'identité collective du groupe lorsqu'on crée ou diffuse des contenus au nom du groupe. Par exemple, Agathe explique que le groupe est parfois sollicité par des journalistes pour s'exprimer sur une action ou un sujet d'actualité. Cependant, il arrive qu'aucun membre ne se sente compétent ou habilité à le faire. De même, Thomas explique que la fonction de gestionnaire de communauté (impliquant d'animer les réseaux sociaux du groupe) nécessite d'oser parler au nom du groupe à toutes les personnes ayant « aimé » leur page. Et même si le gestionnaire de communauté est relativement libre en terme de publications, il doit répondre à certaines attentes sociales et respecter certaines règles formellement établies par le groupe. Il ajoute que cette fonction demande des compétences techniques (savoir comment publier) et sociales (savoir quoi publier, savoir quand publier).

### **Conclusion**

Mon étude s'intéresse à la participation civique médiatisée de quatre jeunes adultes engagés dans un groupe civique issu d'une nouvelle vague de collectifs citoyens, apatrisans et défédéralisés. Elle interroge les pratiques médiatiques mobilisées par ces jeunes et les significations qu'ils y associent. Le travail empirique, mené de façon compréhensive, permet d'identifier des compétences médiatiques propres au terrain civique contemporain.

Les six compétences médiatiques identifiées sont : (1) la gestion des sollicitations médiatiques reçues via différents canaux à l'échelle individuelle et collective, (2) le choix de moyens médiatiques adaptés à l'objectif des échanges (et aux personnes visées), (3) la connaissance de l'actualité, des problématiques et de l'agenda engagés, (4) la création et l'entretien de liens sociaux entre individus et entre groupes engagés, (5) la production de contenus (et de canaux de diffusion) de différents niveaux de complexité, et (6) la capacité à assumer l'identité collective du groupe. Ces compétences peuvent être liées au développement de possibilités techniques – découlant d'internet, de plateformes médiatiques et de logiciels sociaux – qui rendent les actrices et acteurs civiques tant producteurs que récepteurs de contenus. Des pistes d'interprétation peuvent être dessinées suivant ces deux facettes.

Sur le plan de la réception de contenus, les actrices et acteurs font face à de nombreuses sollicitations potentiellement porteuses d'informations pertinentes, d'invitations à des événements ou de propositions de collaboration. Or, à l'heure des médias numériques, la capacité à s'informer semble reposer davantage sur une démarche de traitement d'informations reçues que de recherche informationnelle. Entretenir son réseau social – tant humain que technologique – pourrait donc être bénéfique à cette capacité d'information. L'utilisation de Facebook permettrait de réduire certains coûts liés à la recherche et à l'agrégation d'informations émises par des pairs ou par d'autres entités (médias traditionnels ou alternatifs, groupes civiques, etc.), bien que la capacité d'information stimule simultanément la production d'échanges. Il s'agit alors

d'éviter l'écueil de la pratique virtuose : gérer ces sollicitations de façon compétente ne signifie pas seulement mettre en place des stratégies face au flux médiatique ininterrompu, mais aussi parvenir à s'en déconnecter pour réguler son engagement.

Sur le plan de la production de contenus, les médias numériques formalisent un niveau minimal de production : la réaction. Le « j'aime », le partage ou le transfert sont des actes d'expression simplifiés, où un ensemble de paramètres sont pris en charge par la plateforme de diffusion. Ces productions se situent à l'interface de la réception et de la production, car elles ne peuvent exister sans contenu sur lequel réagir. Elles se rapprochent du concept de ratification, qui les lie à l'estime de soi et à la reconnaissance (Denouël, 2014), au sens où ces actes permettent de porter un jugement sur un contenu produit par d'autres. Ceci rappelle que l'expression d'opinions civiques en ligne a un coût social associé : « à partir du moment où une personne décide de s'engager [...] sur sa page personnelle, l'acte prend un caractère public (généralement irréversible), car il devient visible pour son cercle social » (Theocharis & van Deth, 2017, p. 73). Les actrices et acteurs acceptant d'assumer l'identité collective d'un groupe civique font également face à ce coût vu les nombreuses attentes relatives à leurs publications, qu'elles soient originales ou non.

Entre la réception et la production de contenus, le problème de la « sur-sollicitation » médiatique peut être mis en perspective avec la capacité d'émettre des contenus « en bonne intelligence sociale ». Il s'agit, par exemple,

de choisir un moyen de communication adapté à l'objectif des échanges et aux personnes visées, voire d'éviter la production de messages non pertinents ou créant davantage de bruit que d'information. La gestion des sollicitations médiatiques, tant en production qu'en réception, pose donc la question des compétences spécifiques nécessaires pour recevoir, produire et diffuser du contenu à l'échelle individuelle ou collective.

Par ailleurs, il est à noter que l'analyse des données recueillies lors des entretiens semi-directifs a permis d'identifier d'autres compétences qui, bien qu'elles dépassent le versant médiatique de la participation civique, semblent pertinentes à souligner. D'une part, les jeunes adultes engagés doivent apprendre à gérer leur investissement personnel au sein des groupes civiques fréquentés. En effet, la plupart des personnes interviewées participent à plusieurs groupes, mais leur engagement oscille entre ces différents groupes car, comme le dit Agathe, il n'est pas possible d'être partout à la fois. Elle souligne plus particulièrement l'importance de savoir renoncer à certaines causes, suivies superficiellement, afin de pouvoir se consacrer pleinement à d'autres. Gérer son engagement, c'est donc être capable de gérer son temps, de faire des choix, mais aussi de se déconnecter pour se ressourcer. Cet impératif de régulation de l'engagement répond à l'idéal du citoyen auto-réalisateur qui, lorsqu'il participe civiquement, dépense beaucoup de temps et d'énergie à la définition, la production et la gestion de ses identités politiques et sociales.

D'autre part, les jeunes adultes engagés doivent retirer une certaine reconnaissance individuelle ou collective de leur participation civique. Cette

reconnaissance sociale apparaît comme une contrepartie à l'investissement important nécessaires à l'engagement civique. Cette notion peut être rapprochée de l'expérience du bénéfice – constitutive de la participation – où la communauté authentifie et tient compte des activités dans lesquelles l'individu s'investit (Zask, 2011).

En somme, les apports du présent article sont multiples. Premièrement, il nuance la thèse du désengagement politique des jeunes, précisant que leur cynisme n'est pas synonyme d'apathie. De plus, il illustre la thèse de l'expansion du répertoire de participation politique, soulignant le potentiel déplacement des jeunes de la participation politique (institutionnelle) vers la participation civique (extra-institutionnelle).

Deuxièmement, il définit trois formes de participation : politique, civique et médiatique. Cette distinction permet de forger le concept de participation civique médiatisée, un objet interrogeant l'utilisation des médias (numériques ou non) dans le cadre d'activités visant la poursuite d'un bien commun.

Troisièmement, le présent article interroge ce concept selon une approche compréhensive visant à identifier les compétences médiatiques mobilisées par quatre jeunes adultes (25-30 ans) engagés au sein d'un groupe civique appartenant à une nouvelle vague de collectifs engagés. Cette approche met en relation la participation civique médiatisée et les compétences médiatiques à travers les pratiques médiatiques de ces jeunes adultes et les significations qu'ils

y associent. Construite suivant une approche compréhensive, mon étude permet d'ouvrir le champ interprétatif en fondant la définition des compétences médiatiques sur le point de vue des acteurs, considérés par le chercheur comme aptes à adopter un regard critique sur leurs pratiques médiatiques.

Enfin, les résultats préliminaires issus des entretiens semi-dirigés circonscrivent un ensemble de situations pour lesquelles les jeunes adultes engagés dans la vie civique doivent développer des compétences médiatiques. Ces résultats préliminaires soulignent la nécessité du développement de compétences médiatiques pour participer à la vie civique. Ces compétences seront remises en question et complexifiées dans la suite de mon étude auprès d'autres groupes civiques. Elles seront également présentées aux jeunes adultes étudiés afin qu'ils « affine[nt], amende[nt] ou conforte[nt] les analyses du chercheur » (Lejeune, 2014, p. 121).

## Références

- Andolina, M. W., Jenkins, K., Keeter, S., & Zukin, C. (2002). Searching for the Meaning of Youth Civic Engagement: Notes From the Field. *Applied Developmental Science, 6*, 189–195.
- Bennett, W. L. (Éd.). (2008). *Civic life online: learning how digital media can engage youth*. Cambridge, Mass: MIT Press.
- Berger, M., & De Munck, J. (2015). Présentation. Participer, entre idéal et illusion. *Recherches sociologiques et anthropologiques, 1–24*.
- Cammaerts, B. (2015). Social Media and Activism. In P. H. Ang & R. Mansell (Éd.), *The International Encyclopedia of Digital Communication and Society*. Hoboken, NJ, USA: John Wiley & Sons, Inc.
- Cammaerts, B., Bruter, M., Banaji, S., Harrison, S., & Anstead, N. (2014). The Myth of Youth Apathy: Young Europeans' Critical Attitudes Toward Democratic Life. *American Behavioral Scientist, 58*, 645–664.
- Cefaï, D. (2011). Vers une ethnographie (du) politique. In M. Berger, D. Cefaï, & C. Gayet-Viaud, *Du civil au politique: ethnographies du vivre-ensemble* (p. 545–598). Bruxelles; New York: P.I.E. Peter Lang.
- Dahlgren, P., & Olsson, T. (2008). Facilitating Political Participation: Young Citizens, Internet and Civic Cultures. In S. M. Livingstone & K. Drotner (Éd.), *International Handbook of Children, Media and Culture*. Los Angeles: SAGE.
- Denouël, J. (2014). Expressions de soi et modalités de reconnaissance en ligne : éléments pour une approche interactionnelle et socio-discursive des identités numériques. In H. Bourdeloie & D. Douyère, *Méthodes de recherche sur l'information et la communication : Regards croisés* (p. 209–225). Paris: Mare & Martin.
- Dormagen, J.-Y., & Mouchard, D. (2010). *Introduction à la sociologie politique*. Bruxelles: De Boeck.
- Fastrez, P., & De Smedt, T. (2012). Une description matricielle des compétences en littératie médiatique. In M. Lebrun-Brossard, N. Lacelle, & J.-F. Boutin (Eds.), *La littératie médiatique multimodale. De nouvelles approches en lecture-écriture à l'école et hors de l'école* (p. 45–60). Québec: Presses de l'Université du Québec.

- Flanagan, C., & Levine, P. (2010). Civic Engagement and the Transition to Adulthood. *The Future of Children, 20*, 159–179.
- Flanagan, C., Levine, P., & Settersten, R. (2009). *Civic Engagement and the Changing Transition to Adulthood*. Center for Information & Research on Civic Learning & Engagement (CIRCLE), Jonathan M. Tisch College of Citizenship and Public Service, Tufts University.
- Hobbs, R., Donnelly, K., Friesem, J., & Moen, M. (2013). Learning to engage: how positive attitudes about the news, media literacy, and video production contribute to adolescent civic engagement. *Educational Media International, 50*, 231–246.
- Ion, J. (2012). *S'engager dans une société d'individus*. In *Individu et société*. Paris: Armand Colin.
- Kahne, J., Lee, N.-J., & Feezell, J. T. (2012). Digital media literacy education and online civic and political participation. *International Journal of Communication, 6*, 1–24.
- Lejeune, C. (2014). *Manuel d'analyse qualitative: Analyser sans compter ni classer*. Louvain-la-Neuve: De Boeck Supérieur.
- Mihailidis, P. (2008). *Beyond Cynicism: How Media Literacy Can Make Students More Engaged Citizens* (PhD Dissertation, University of Maryland). University of Maryland.
- Papaioannou, T. (2013). Media and civic engagement: The role of web 2.0 technologies in fostering youth participation. In D. Lemish (Éd.), *The Routledge international handbook of children, adolescents and media* (p. 451–458). London ; New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Scallon, G. (2004). *L'évaluation des apprentissages dans une approche par compétences*. Bruxelles: De Boeck.
- Shresthova, S., & Jenkins, H. (2016). From Voice to Influence: An Introduction. *Journal of Digital and Media Literacy, 5*. Consulté à l'adresse <http://www.jodml.org/2016/06/27/from-voice-to-influence-an-introduction/>
- Theocharis, Y., & van Deth, J. W. (2017). *Political Participation in a Changing World: Conceptual and Empirical Challenges in the Study of Citizen Engagement* (1 edition). New York, NY: Routledge.
- van Deursen, A., & Helsper, E. J. (2015). The Third-Level Digital Divide: Who Benefits Most from Being Online? In L. Robinson, S. R. Cotten, J. Schulz, T. M. Hale, & A. Williams (Éd.), *Communication and Information*

*Technologies Annual (Studies in Media and Communications, Volume 10)* (p. 29–52). Emerald Group Publishing Limited.

Zask, J. (2011). *Participer: essai sur les formes démocratiques de la participation*. In *Les voies du politique*. Lormont: Le Bord de l'eau.