

Université de Montréal

Discussions politiques sur Internet : les raisons expliquant le degré de
participation de jeunes adultes québécois

par
Frédéric Truax

Département de communication
Faculté des arts et des sciences

Mémoire présenté à la Faculté des arts et des sciences
en vue de l'obtention du grade de M. Sc.
en sciences de la communication
option Communication médiatique

Janvier 2012

© Frédéric Truax, 2012

Université de Montréal
Faculté des arts et des sciences

Ce mémoire intitulé :
Discussions politiques sur Internet : les raisons expliquant le degré de
participation de jeunes adultes québécois

Présenté par :
Frédéric Truax

a été évalué par un jury composé des personnes suivantes :

Claude Martin
président-rapporteur

Milton Campos
directeur de recherche

Micheline Frenette
membre du jury

Résumé

Ce mémoire porte sur les raisons qu'ont de jeunes adultes québécois de discuter ou non de politique sur Internet. Il s'inscrit dans le contexte général de l'avènement du Web 2.0 et dans le contexte particulier des élections canadiennes de mai 2011. Au niveau théorique, nous avons mobilisé la théorie de l'agir communicationnel du philosophe allemand Jürgen Habermas ainsi que sa conception de la sphère publique. Du point de vue méthodologique, nous avons étudié un échantillon composé de jeunes adultes québécois, hommes et femmes, âgés de 19 à 30 ans, qui habitent à Montréal et dans ses environs. Ces jeunes citoyens ont été interrogés dans le cadre de quatre *focus groups*. Les données recueillies ont été analysées selon une méthode d'extraction des arguments en accord avec la méthodologie de la reconstruction rationnelle. Les résultats ont permis d'exposer plusieurs raisons qu'ont avancées les jeunes adultes interrogés pour expliquer leur degré de participation à des discussions politiques sur Internet. Celles-ci ont été regroupées en quatre thèmes : le manque de connaissances et l'aspect public; la conscientisation et l'obtention de feedback; la réaction par rapport au contenu, la composition du réseau et la valeur de l'information; le face à face, l'anonymat et les sujets controversés. Ces résultats ont été discutés en considérant ceux obtenus par d'autres chercheurs afin de faire ressortir les apports de cette étude au domaine de la communication. La discussion a également permis d'adopter un point de vue théorique critique pour explorer ce que les résultats de ce mémoire révèlent sur l'état de la sphère publique québécoise.

Mots-clés : Discussion politique, Internet, jeune adulte, sphère publique, Montréal.

Abstract

This master thesis deals with the reasons some young adult Quebecers have to be or not to be involved in political discussions on the Internet. It was written within the general context of the rise of Web 2.0 and within the specific context of the Canadian elections of May 2011. At the theoretical level, we have worked with German philosopher Jürgen Habermas' Theory of Communicative Action along with his conception of the Public Sphere. From a methodological standpoint, we have studied a sample made up of young adult Quebecers, both men and women, aged between 19 and 30, living in Montreal and its surroundings. These young citizens were questioned throughout four focus group sessions. The collected data was analysed with an argument extraction method in accordance with the rational reconstruction methodology. The results allowed us to expose many reasons that could explain the questioned young adults' level of involvement in online political discussion. These reasons were regrouped in four themes: the lack of knowledge and the public aspect; awareness and feedback; reaction based on content, the nature of the network and the value of information; face-to-face conversation, anonymity and controversial topics. In order to highlight the contributions of this study to the field of communication, the results were discussed while considering those obtained by other researchers. The discussion also allowed us to adopt a critical and theoretical point of view to explore what the results of this thesis reveal on the state of the Public Sphere in Quebec.

Keywords: Political discussion, Internet, young adult, Public Sphere, Montreal.

Table des matières

INTRODUCTION.....	1
1 CHAPITRE 1 : PROBLÉMATIQUE.....	6
1.1 Le thème de la recherche	6
1.1.1 Les attraits du Web 2.0	6
1.1.2 La participation politique à l'ère d'Internet.....	7
1.1.3 Revigorer la démocratie avec Internet	8
1.1.4 Internet, de logique commerciale à utopie démocratique?	9
1.1.5 Des possibilités tangibles.....	10
1.1.6 Un taux de participation qui inquiète.....	11
1.2 La revue de la littérature	13
1.2.1 La participation politique	13
1.2.2 L'intérêt politique.....	19
1.2.3 L'information politique.....	21
1.2.4 L'efficacité politique.....	22
1.2.5 La discussion politique	23
1.2.6 Internet compris comme espace public utilisé par les jeunes adultes.....	24
1.3 La question de la recherche	28
2 CHAPITRE 2 : CADRE THÉORIQUE	30
2.1 La théorie de l'agir communicationnel	30
2.1.1 L'importance du langage : détranscendantaliser Kant	30
2.1.2 Les trois mondes.....	31
2.1.3 L'importance du monde vécu.....	32
2.1.4 Le système.....	33
2.1.5 La question morale et l'agir communicationnel	35
2.2 La conception de la sphère publique	37
2.2.1 L'utilisation publique de la raison.....	37
2.2.2 La liberté d'expression : Une logique marchande	38
2.2.3 La détérioration de la sphère publique	39
2.2.4 Les conditions nécessaires de la sphère publique	39
2.2.5 Quelques apports supplémentaires au concept de sphère publique.....	40

3	CHAPITRE 3 : MÉTHODOLOGIE	45
3.1	La démarche méthodologique	45
3.1.1	La composition de l'échantillon	45
3.1.2	La technique de la « boule de neige »	46
3.2	La technique de collecte de données	47
3.2.1	Le <i>focus group</i>	47
3.2.2	La constitution des <i>focus groups</i>	48
3.2.3	Le prétest méthodologique	51
3.2.4	La composition de chaque groupe	51
3.2.5	Le rôle du chercheur en tant que modérateur	53
3.2.6	Le déroulement	53
3.2.7	Les <i>focus groups</i> pour favoriser le débat	54
3.2.8	Les caractéristiques de la sphère publique comme notions critiques	55
3.3	L'analyse des données	57
3.3.1	L'extraction des arguments	57
3.3.2	La reconstruction rationnelle	60
4	CHAPITRE 4 : RÉSULTATS	68
4.1	Focus group 1	68
4.1.1	La pertinence des discussions en ligne	69
4.1.2	Face à face contre en ligne	71
4.1.3	L'anonymat	73
4.1.4	Connaître les autres opinions	75
4.1.5	Conscientiser	77
4.1.6	Débattre	79
4.1.7	La facilité	80
4.2	Focus group 2	81
4.2.1	S'exprimer en ligne : pas une habitude	81
4.2.2	Les discussions tournent en rond	83
4.2.3	Le manque de connaissances	84
4.2.4	Le caractère public	85
4.2.5	Touché	86
4.2.6	Rectifier les faussetés	86
4.2.7	La valeur de l'information	87
4.2.8	Avoir du feedback	89

4.3	<i>Focus group 3</i>	90
4.3.1	Le contenu partagé	90
4.3.2	Le manque d'intérêt	91
4.3.3	Le manque de connaissances	91
4.3.4	La composition du réseau	93
4.3.5	Considérer ses contacts	94
4.3.6	L'anonymat	95
4.3.7	Les sujets rassembleurs	96
4.3.8	La valeur de l'information	96
4.4	<i>Focus group 4</i>	98
4.4.1	Le contenu partagé	98
4.4.2	Le manque de connaissances	100
4.4.3	Les opinions impopulaires	102
4.4.4	Conscientiser les autres	103
4.4.5	Avoir du feedback	105
4.4.6	L'anonymat	105
4.5	Mise en commun des arguments	108
4.5.1	Le manque de connaissances et l'aspect public	108
4.5.2	La conscientisation et l'obtention de feedback	110
4.5.3	La réaction par rapport au contenu, la composition du réseau et la valeur de l'information	111
4.5.4	Le face à face, l'anonymat et les sujets controversés	113
5	CHAPITRE 5 : DISCUSSION	115
5.1	Le manque de connaissances et l'aspect public	115
5.2	La conscientisation et l'obtention de feedback	120
5.3	La réaction par rapport au contenu, la composition du réseau et la valeur de l'information	122
5.4	Le face à face, l'anonymat et les sujets controversés	125
	CONCLUSION	129
	Contributions méthodologiques	129
	Contributions théoriques	131
	Contributions aux champs d'études	133
	BIBLIOGRAPHIE	135

ANNEXE I : GRILLE DE <i>FOCUS GROUP</i>	I
ANNEXE II : MAQUETTE DE <i>FOCUS GROUP</i>	V
L'objectif de la recherche.....	V
Le déroulement du <i>focus group</i>	V
L'utilité de cette étude	VI
Le schéma général du <i>focus group</i>	VI
Quelques thèmes envisagés	VI
Quelques questions envisagées.....	VI
ANNEXE III : APPORTS DU PRÉTEST MÉTHODOLOGIQUE	VII

Remerciements

Merci à ma famille pour son soutien infailible. Merci à Milton pour ses conseils, ses recommandations et ses encouragements. Merci au corps professoral et au personnel du département de communication pour leur encadrement. Merci à mes collègues pour leur bonne humeur. Merci à Louis-Jean pour sa maîtrise de la langue anglaise. Merci aux autres pour tout le reste.

La réalisation de ce mémoire a été possible en partie grâce aux bourses suivantes :

Bourse départementale de fin d'études de maîtrise (2011), octroyée par le Département de communication de l'Université de Montréal.

Bourse Henri-Audet/F.E.S. (2011), octroyée par le groupe COGECO et la Faculté des études supérieures de l'Université de Montréal.

Bourse Jacqueline-Blouin (2011), octroyée par le Fonds Jacqueline-Blouin.

INTRODUCTION

Ce mémoire présente une étude sur les raisons qu'ont de jeunes adultes québécois de discuter ou non de politique sur Internet. Au cours des dernières années, nous avons assisté à l'avènement de ce qu'on nomme aujourd'hui le Web 2.0, qui offre aux internautes plusieurs fonctions interactives par l'entremise de nombreux sites à caractère « social ». Ces sites ont souvent comme résultat de permettre une plus grande communication numérique entre les gens, ébranlant les frontières autrefois établies entre la vie personnelle, le travail, les loisirs ou les devoirs citoyens. C'est ce dernier aspect qui sera au centre de ce mémoire, plus particulièrement par rapport à la communication politique sur Internet. Notre étude est d'autant plus pertinente compte tenu du contexte québécois de participation politique chez les jeunes adultes. En effet, une grande partie de ce groupe s'abstient, élection après élection, de se rendre aux urnes. Plusieurs chercheurs ont déjà qualifié cette situation d'alarmante. Il importe donc d'analyser la situation en se penchant sur une caractéristique essentielle de la vie démocratique, soit celle de discuter et de débattre de ses opinions et points de vue politiques avec les autres citoyens. Les élections canadiennes de mai 2011 nous ont offert un contexte idéal pour explorer les raisons qu'ont de jeunes adultes de discuter ou non d'affaires politiques sur Internet.

Dans la section portant sur la problématique, nous présenterons le thème de la recherche, en soulignant les attraits du Web 2.0 quant à la participation politique. Nous présenterons les points de vue s'exprimant en faveur d'une revigoration de la démocratie grâce à Internet, et ceux qui soutiennent que les prétentions démocratiques d'Internet ne sont qu'illusions. Ayant exploré le thème, nous serons en mesure de présenter les nombreuses études présentes dans la littérature scientifique qui ont déjà analysé, sous un angle ou sous un autre, le phénomène de la participation politique, que ce soit par rapport à l'intérêt politique, à l'information politique, à l'efficacité politique ou à la discussion politique. Ce dernier point est central à ce mémoire : il nous donnera

les bases nécessaires pour exposer la littérature qui analyse Internet compris comme un espace public, notamment chez les jeunes adultes. Après cette exploration approfondie des textes pertinents, nous serons en mesure de formuler la question de recherche à laquelle ce mémoire répondra : Quelles raisons est-ce que de jeunes adultes québécois donnent pour expliquer leur degré de participation à des discussions politiques sur Internet?

La section du cadre théorique portera sur la théorie sociale du philosophe allemand Jürgen Habermas, plus particulièrement, sur sa théorie de l'agir communicationnel et sur la conception de la sphère publique. Pour Habermas, c'est en communiquant qu'on accède aux conditions rendant possible l'attribution de vérité, de justesse et de véridicité. La pratique discursive rationnelle s'accorde avec la conception de la sphère publique en visant l'entente intersubjective des participants par la communication. Ceux-ci font reposer leurs efforts d'intercompréhension sur un système référentiel qui comporte trois mondes : le monde objectif, le monde social et le monde subjectif. L'ancrage subjectif traversant ces trois dimensions aux frontières floues est le monde vécu. La structure symbolique de celui-ci permet la compréhension mutuelle, la coordination de l'action et la socialisation entre les individus. Toutefois, Habermas soutient que le monde vécu de la société moderne n'est pas à l'abri de forces autres que celle du meilleur argument dans des contextes communicationnels. En effet, le monde vécu peut être colonisé par le système, qui abrite des mécanismes administratifs (ou gouvernementaux) et économiques qui peuvent exercer des contraintes téléologiques empêchant l'émergence de l'agir communicationnel comme moyen d'arriver à une entente. Cependant, se refusant à adhérer à une conception sociale pessimiste, où la société tomberait entièrement dans les pièges d'un système obéissant à des intérêts téléologiques, Habermas accorde beaucoup d'importance à l'activité communicationnelle qui a lieu dans la sphère publique. Celle-ci permet l'utilisation publique de la raison. C'est notamment une manière pour le peuple de contrebalancer le pouvoir quasi absolu dont peut jouir un monarque ou même un gouvernement élu démocratiquement. Trois caractéristiques essentielles de la sphère publique peuvent être soulignées : la sphère publique

doit être accessible à tous, être indépendante des intérêts gouvernementaux et commerciaux et permettre la tenue de débats critiques rationnels.

La partie suivante du mémoire présentera la méthodologie utilisée pour répondre à la question de la recherche. L'échantillon étudié était composé de jeunes adultes québécois, hommes et femmes, âgés de 19 à 30 ans, qui habitent à Montréal et dans ses environs. Quatorze participants et participantes ont été sélectionnés en tenant compte de deux variables. Premièrement, la variable « occupation », à savoir s'ils étaient des étudiants (universitaires) ou s'ils étaient des non étudiants (pour la plupart, au travail). Deuxièmement, la variable « milieu », selon qu'ils appartenaient à un milieu motivant ou non motivant quant à la participation politique sur Internet. Dépendamment du domaine d'étude ou du milieu professionnel, les jeunes adultes étaient plus ou moins encouragés par leur milieu à discuter sur Internet. L'échantillon a été formé en utilisant la technique de la « boule de neige ». Les jeunes citoyens ont été interrogés dans le cadre de quatre *focus groups*. Grâce à des séances au déroulement semi-structuré, les participants et participantes ont pu discuter de différentes questions reliées à la participation politique sur Internet. Les données recueillies ont été analysées selon une méthode d'extraction des arguments, formés par des prémisses et des conclusions. Cette extraction a permis de constater de quelle manière les jeunes adultes interrogés construisaient et exprimaient, dans le contexte d'une rencontre, les raisons qu'ils ont de discuter ou de ne pas discuter en ligne. Cette méthode a permis de voir si les arguments donnés par les jeunes adultes étaient repris ou contestés par les autres, et si ces arguments semblaient influencer ou non les points de vue d'autrui. Cette méthode est en accord avec la méthodologie de la reconstruction rationnelle, qui s'appuie directement sur la méthode que Habermas utilise pour élaborer ses écrits théoriques. Les principes de la reconstruction rationnelle ont été pris en compte lors de la comparaison des arguments utilisés dans un même *focus group*, mais également lors de la comparaison des arguments des différents groupes entre eux.

Lors de l'analyse des résultats, les arguments soulevés seront regroupés en thèmes permettant d'exposer les raisons exprimées par ces jeunes adultes pour justifier s'ils discutent ou non de politique sur Internet. En effet, les *focus groups* qui ont été menés dans le cadre de ce mémoire ont révélé plusieurs raisons de discuter ou de ne pas discuter de politique sur Internet. Une fois que nous aurons fait le tour des principaux arguments qui sont ressortis dans chaque séance, il sera possible de comparer tous les groupes entre eux pour faire ressortir les points de convergence et les points de divergence. Ainsi, qu'est-ce que les jeunes adultes de notre étude recherchent sur Internet? Est-ce qu'ils ont suivi la campagne électorale de mai 2011 en ligne? Comment réagissent-ils lorsqu'ils sont exposés à des informations politiques? Est-ce qu'ils sont à l'aise pour trouver de l'information en ligne et pour s'exprimer? Est-ce qu'ils prennent part aux discussions ou est-ce qu'ils s'en tiennent loin? Pourquoi?

Les réponses à ces questions seront au cœur de la discussion qui suivra et qui permettra de comparer les résultats de ce mémoire avec ceux obtenus par d'autres études présentées dans la revue de la littérature. De quelle manière est-ce que les résultats de ce mémoire se rapprochent ou s'éloignent de ceux obtenus dans le cadre d'études similaires, notamment en considérant les particularités du contexte Québécois? Pour ce faire, la discussion sera divisée en quatre thèmes, qui sont ressortis lors de l'analyse des résultats : le manque de connaissances et l'aspect public; la conscientisation et l'obtention de feedback; la réaction par rapport au contenu, la composition du réseau et la valeur de l'information; le face à face, l'anonymat et les sujets controversés. La discussion sera également l'occasion d'adopter un point de vue théorique critique en étudiant à quel degré les résultats obtenus répondent ou non aux caractéristiques nécessaires de la sphère publique. Qu'est-ce que cela révèle sur la qualité démocratique de la communication en ligne chez les jeunes citoyens québécois?

La conclusion sera l'occasion de revenir sur l'ensemble du mémoire en traitant des contributions qu'il offre au niveau méthodologique, au niveau théorique et au niveau des champs d'études. Tout d'abord, les apports méthodologiques

expliqueront le nombre de participants et de participantes qui nous a semblé idéal lors de la réalisation des *focus groups*. Ensuite, les apports théoriques exploreront les limites révélées par notre étude quant à la considération d'Internet comme un élément important de la sphère publique contemporaine au Québec. Finalement, les apports aux champs d'études présenteront les pistes de solution que ce mémoire met de l'avant quant à la basse participation politique d'un pourcentage important de jeunes adultes québécois.

1 CHAPITRE 1 : PROBLÉMATIQUE

1.1 Le thème de la recherche

1.1.1 Les attraits du Web 2.0

Le Web 2.0 se caractérise par la possibilité de participation qu'il offre aux internautes. Par le passé, l'expérience en ligne de la majorité des utilisateurs se résumait à consulter des contenus. Aujourd'hui, Internet est devenu hautement convivial pour la population en général et les possibilités de communication y semblent infinies.

Que ce soit en présentant des photos personnelles, en étalant ses états d'âme ou en donnant son opinion sur un sujet politique, les internautes ont constamment la possibilité de participer. C'est particulièrement le cas sur les réseaux sociaux, qui sont les principaux porte-étendards du Web dit « social ».

Les réseaux sociaux n'existent que depuis quelques années, mais, déjà, ils font partie intégrante de la vie de plusieurs Québécois et occupent un grand espace médiatique. Selon une enquête du CEFRIO (2011), 73 % des Québécois réalisent au moins une activité mensuellement sur un média social tel que Facebook, Twitter ou LinkedIn. La consultation de contenu demeure l'activité la plus populaire sur les réseaux sociaux (69,9 % des internautes), devant l'interaction avec les autres (56 %), le relais d'information (40,6 %) et la création de contenu (36 %). De façon quotidienne ou hebdomadaire, c'est 60 % des internautes québécois qui vont consulter du contenu sur les médias sociaux et 44 % qui interagissent avec d'autres utilisateurs.

Les jeunes adultes de 18 à 24 ans sont les plus grands utilisateurs des réseaux sociaux : 91,8 % d'entre eux y réalisent au moins une activité mensuellement. Cette proportion passe à 85,7 % chez les 25 à 34 ans. Notons que ces jeunes de la génération Y utilisent largement les médias sociaux pour interagir (CEFRIO, 2011). Un sondage réalisé par Newad (2011) confirme ce constat : les

principales activités réalisées par les 18-34 ans sur Facebook sont de « *liker* »¹ (65 %) et de commenter (65 %) des statuts ou du contenu partagé, comme des photos, des vidéos ou des articles.

En plus de l'âge, d'autres facteurs semblent influencer l'utilisation des médias sociaux, par exemple, la région où l'on vit (avec Montréal en tête à 64,5 % d'utilisation). Un autre facteur est l'occupation (les étudiants étant les plus grands utilisateurs à 89,9 %) : « Les internautes québécois de 18 à 24 ans et ceux qui sont étudiants sont près de deux fois plus susceptibles de créer du contenu sur les médias sociaux que l'ensemble de la population internaute. » (CEFRIQ, 2011, p. 15)

Un constat central ressort des résultats de ces études : les internautes utilisent différentes fonctions que leur proposent les sites du Web 2.0. Celles-ci leur permettent de socialiser avec des amis, des connaissances ou des inconnus. Elles offrent la possibilité de suivre l'actualité grâce à des sources d'informations traditionnelles (journaux, télévision, etc.) ou nouvelles (blogues, sites Web personnels, etc.). Finalement, elles donnent la chance de participer à une discussion avec des personnes pouvant se trouver n'importe où sur la planète, à condition d'avoir accès à la technologie. Cette possibilité de participation se manifeste particulièrement dans le domaine politique.

1.1.2 La participation politique à l'ère d'Internet

Dans le système démocratique nord-américain, le fonctionnement de la politique repose théoriquement sur la participation de tous. Traditionnellement, le moyen principal dont dispose le citoyen pour exprimer son opinion et pour se faire entendre publiquement est en votant lors d'élections. D'ailleurs, entre le début des années 1960 et le début des années 1990 (donc, avant l'avènement d'Internet), le taux de participation aux élections fédérales canadiennes a oscillé

¹ L'expression *liker* vient de l'anglais *to like* et est la fonction de Facebook qui permet à un internaute de signifier, par un simple clic, qu'il aime un commentaire ou un article partagé. Ce clic est appelé un « *Like* » ou, en français, un « J'aime ».

entre 69 % et 79 %. À partir des années 2000, ce taux a chuté à environ 60 % (Élections Canada, 2012).

S'informer sur la politique, que ce soit par les médias traditionnels, comme la radio ou la télévision, ou par la lecture de livres, est une pratique largement répandue chez les électeurs. Néanmoins, il semble beaucoup moins aisé de « répondre » à ces médias, vu leur caractère principalement unidirectionnel. Il est possible pour un individu d'écrire une lettre d'opinion à un journal, mais celui-ci a le pouvoir discrétionnaire de la publier ou non. Toutefois, l'avènement d'Internet semble avoir bouleversé certaines pratiques médiatiques dans le domaine de la politique.

Dans son étude sur les utilisations que font les gens d'Internet dans la vie de tous les jours, Maria Bakardjieva constate que leur relation par rapport aux médias traditionnels a changé grâce au Web : « Their main uses of the technology consisted of [...] talking back to traditionally one-way transmitters of information such as radio and television stations and branches of the government » (2005, p. 95). Ainsi, avec Internet, la population peut plus aisément répondre et critiquer l'information véhiculée par les médias de masse, ainsi que celle propagée par les élus. Les internautes ont également la possibilité de formuler leurs opinions politiques et de les opposer à celles d'autrui.

1.1.3 Revigorer la démocratie avec Internet

Communiquer ses idées et les confronter à celles des autres est un acte politique à part entière, souvent au cœur du fonctionnement des démocraties. Soulignons, entre autres, l'importance du débat télévisé des chefs de partis à chaque campagne électorale au Québec et au Canada. Pour que des discussions se produisent, il faut un endroit où les gens sont libres d'échanger et de donner leurs opinions. Selon le philosophe et sociologue allemand Jürgen Habermas, un tel endroit se présente sous la forme d'un espace public, qui permet de pratiquer une activité essentielle en démocratie, soit la délibération (Polat, 2005). Pour des raisons logistiques, temporelles et géographiques, il est plutôt ardu

d'organiser de telles rencontres délibératives en face à face. Cependant, plusieurs chercheurs et auteurs considèrent aujourd'hui qu'Internet offre cette possibilité. Ils n'hésitent pas à dire que le Web pourrait permettre de revigorer la démocratie. Éric George note qu'Internet, considéré comme un espace public, a la possibilité d'offrir aux citoyens la réappropriation des moyens de production du contenu médiatique, selon l'idéal marxiste (George, 2002, p. 51).

1.1.4 Internet, de logique commerciale à utopie démocratique?

D'autres chercheurs, tel que Dominique Wolton, se font moins optimistes : Internet pour tous serait plutôt un projet industriel et capitaliste, et non politique. Internet amènerait avec son avènement une utopie politique, comme ce fut le cas avec les médias qui l'ont précédé (Wolton, 2002, p. 34).

C'est aussi ce que soutient Lee Siegel, dans son livre intitulé *Against the Machine: Being Human in the Age of the Electronic Mob* (2008). Pour Siegel, il est évident qu'Internet repose aujourd'hui sur une logique économique et marchande, comme l'illustre la première communauté en réseau à avoir vu le jour aux États-Unis en 1985, le WELL (*Whole Earth 'Lectronic Link*), dont les objectifs sont rapidement devenus commerciaux. Les utilisateurs y offrent en performance leur vie privée, de la manière la plus intéressante possible. C'est ce que les propriétaires du site désirent, car un contenu intéressant est ce qui « fait vendre » et encourage les abonnements, générant ainsi des profits considérables. Cette mise en marché de la vie privée serait, selon Siegel, le moteur de la culture Web d'aujourd'hui. Ce raisonnement pourrait être étendu aux médias sociaux comme Facebook ou Twitter.

S'inspirant du sociologue et futurologue Alvin Toffler, Siegel ne parle pas de consommateurs, mais bien de *prosommateurs* (« prosumers »), car les gens, en plus de consommer, sont également des producteurs de n'importe quoi, principalement de leur vie privée, qu'ils « vendent » aux autres internautes, que ce soit par l'intermédiaire d'un blogue ou d'une vidéo YouTube. Souvent, ils ne se font payer qu'en popularité bien éphémère. En fait, sur Internet, la valeur d'une chose, que ce soit une opinion politique ou une production soi-disant artistique,

est déterminée par sa popularité, c'est-à-dire son rang lors d'une recherche Google ou son nombre de visionnements sur YouTube.

Ainsi, alors qu'Internet semble avoir été bâti sur les bases d'idéaux démocratiques, ceux-ci semblent avoir éventuellement fait place à des intérêts économiques privés, du moins en partie. Cette dichotomie entre la responsabilité publique et les intérêts personnels et commerciaux semble avoir toujours été au cœur du fonctionnement médiatique. De tout temps, les médias ont été déchirés entre servir le public en l'informant et les pressions plus ou moins contraignantes des gouvernements et des publicitaires sur les contenus. Aux États-Unis, au début du 19^e siècle, les principes démocratiques encourageaient l'abondance de journaux : la presse, autant nationale que locale, était considérée comme étant le média le plus important de la sphère publique. De manière contradictoire, à cette même époque, on a vu l'influence sur le contenu des journaux passer du gouvernement aux publicitaires. Ainsi, bien que les revenus publicitaires aient permis aux journaux de se libérer de l'emprise des gouvernements, ceci a permis l'ascension du pouvoir privé sur le contenu médiatique (Habermas, 1989; Starr, 2004). Il apparaît difficile, dès cette époque, de séparer la sphère publique des pouvoirs privés. Est-ce encore le cas aujourd'hui avec Internet?

1.1.5 Des possibilités tangibles

Malgré les réserves exprimées plus haut, Internet semble offrir des possibilités tangibles de participation politique. En plus des discussions, plusieurs initiatives visant des actions ou des mobilisations politiques peuvent être engagées dans le monde numérique, avant d'être étendues au monde physique. Selon le sociologue québécois et spécialiste des médias Serge Proulx, les médias numériques et les réseaux de communication jouent un rôle clé dans le phénomène de mondialisation. Ils favorisent les échanges financiers et servent à promouvoir le néo-libéralisme, certes, mais ils permettent aussi de nouvelles formes de solidarité citoyenne, notamment par la contestation politique. Ces

médias émergent de manière titanesque dans l'espace politique global (Proulx, 2002, p. 16-18).

À un niveau plus personnel, l'utilisation du Web 2.0 à des fins politiques est de plus en plus répandue. Les internautes peuvent l'utiliser pour s'informer, pour orienter leurs choix politiques ou pour débattre avec d'autres personnes. Les frontières géographiques et temporelles tendent à disparaître : les immigrants, par exemple, peuvent continuer à être actifs politiquement pour leur pays natal tout en demeurant dans leur pays d'accueil (Bakardjieva, 2005, p. 125). Pour ce qui est des politiciens, Internet leur offre l'occasion de rejoindre leurs électeurs et de se présenter comme étant à leur écoute. À l'instar des entreprises qui ont une présence sur le Web social, la classe politique a accès à des moyens de communication pour parler directement à son public, et ce, à faible coût : « Today, U.S. representatives can easily ask constituents for their opinions on every bill and resolution. » (Del Real, 2008, p. 202) Il reste à savoir s'ils le font.

Dans la section portant sur la revue de la littérature, nous verrons en détails les possibilités politiques qu'offre Internet autant aux politiciens qu'aux électeurs, et comment ceux-ci décident d'utiliser ce média. Notons pour tout de suite que, comme la population sur les réseaux sociaux est particulièrement jeune, son utilisation par la classe politique pourrait être une piste de solution au faible engagement politique de cette tranche de la population.

1.1.6 Un taux de participation qui inquiète

En général, le taux de participation aux élections québécoises et canadiennes est de moins en moins élevé. Aux élections québécoises de décembre 2008, il a atteint un creux historique : seulement 57,3 % des électeurs québécois se sont prévalus de leur droit de vote, ce qui représente le plus faible taux de participation depuis 1927. D'ailleurs, à la suite de ce scrutin, le Directeur général des élections, Marcel Blanchet, avait qualifié la situation de « catastrophique » et de « désolante » (Radio-Canada, 2008). Le taux de participation aux élections fédérales de 2011 a, quant à lui, été de 61,4 % (Radio-Canada, 2011), ce qui n'est pas très élevé non plus. Ce taux est caractéristique des élections fédérales depuis

l'an 2000, où en moyenne seulement trois électeurs sur cinq votent. Ceci représente une baisse de 10 % par rapport aux années précédant 1990 (O'Neill, 2009, p. 106).

Le taux de participation est particulièrement bas chez les jeunes adultes, et ce, depuis plusieurs années. Plusieurs raisons sont mises en cause, dont le désintéressement politique de cette génération. Joseph-Yvon Thériault, sociologue à l'Université du Québec à Montréal, constate cette réalité : « On note partout depuis 20, 25 ans une désaffection de l'électorat pour les institutions politiques de la représentation : moins de participation politique dans les partis, moins de votes. Surtout chez les jeunes. » (Radio-Canada, 2011) Il n'est pas seul à s'inquiéter. C'est ce qu'explique la chercheuse de l'Université de Calgary, Brenda O'Neill : « Many are concerned that democratic engagement, particularly among the youngest citizens, is at levels too low for the maintenance of healthy democracies. » (2009, p. 105) W. Lance Bennett s'ajoute à ces voix et soutient que les jeunes d'aujourd'hui sont beaucoup moins motivés par le devoir civique que les générations précédentes, ce qu'il décrit, avec d'autres auteurs, comme une crise de la citoyenneté. Selon lui, il faut trouver de nouvelles manières d'impliquer la jeunesse à la vie démocratique, des manières qui lui conviennent et qui sont basées sur la nouvelle réalité technologique (2008, p. 225).

D'ailleurs, les jeunes adultes sont ceux qui utilisent le plus Internet et les réseaux sociaux, notamment à des fins politiques. Selon un sondage de la *Pew Internet and American Life Project*, 40 % des utilisateurs américains des réseaux sociaux les utilisent pour s'engager dans une forme quelconque d'activité politique. Chez les jeunes adultes, la proportion de personnes qui utilisent les réseaux sociaux pour s'informer sur la politique grimpe à presque 50 % (Zhang, Johnson, Seltzer, & Bichard, 2010).

Il n'est donc pas surprenant que plusieurs auteurs, à l'instar de W. Lance Bennett, croient que les outils du Web 2.0 pourraient servir à renouveler l'engouement politique, et, du coup, revigorer la participation politique des générations futures. Cependant, comme l'écrit O'Neill, les nouveaux médias interactifs n'intéressent pas tout le monde également : « [they appeal] more to

younger Canadians, traditionally among the least politically engaged. » (2009, p. 106) Ce phénomène de société mérite qu'on lui porte attention.

1.2 La revue de la littérature

Plusieurs centaines d'articles scientifiques, publiés au cours des dix dernières années, justifient le caractère capital de ce dont nous venons de parler : la participation politique est un sujet amplement traité, selon différentes approches et dans différents contextes. Plusieurs chercheurs ont d'ailleurs étudié le sujet dans le contexte d'Internet. Une revue de la littérature approfondie a permis de trouver plusieurs articles traitant non seulement de participation politique, mais aussi de thèmes connexes à la participation politique : l'intérêt politique, l'information politique, l'efficacité politique et la discussion politique. De plus, il est important de noter les caractéristiques d'Internet compris comme un espace public, notamment pour les jeunes adultes, telles qu'elles ont été présentées dans plusieurs textes.

1.2.1 La participation politique

Plusieurs auteurs ont déjà étudié le phénomène de la participation politique sur le Web 2.0, autant du point de vue de la classe politique que de celui des électeurs. La participation politique se définit, en partie, comme l'ensemble des activités politiques qui s'inspirent, de près ou de loin, des activités politiques traditionnelles (mobilisation, vote, action de sensibilisation, discussion, information, etc.), mais qui ont lieu dans l'environnement numérique. Il est important de souligner la grande variété d'actions novatrices qui peuvent être considérées comme politiques, et qui dépassent ce qui a traditionnellement été considéré par les chercheurs. C'est ce que constate Maria Bakardjieva :

The political quality of users' resistance and creativity does not find expression in movements that have been conventionally and formally touted political. Rather, it lies in small gestures immersed in the current of daily life that despite their apparent triviality prove to be crucial in countering domination and instigating social change. (2005, p. 193)

De plus, alors que certains voient Internet (et les réseaux sociaux) comme un outil qui a le pouvoir d'héberger des mouvements voulant renouveler la démocratie, d'autres le considèrent comme un simple média supplémentaire qui n'a pas le pouvoir de changer les pratiques existantes.

1.2.1.1 La classe politique

On peut se positionner du point de vue des politiciens et voir comment les réseaux sociaux peuvent mieux les outiller pour rejoindre leurs électeurs.

Tout d'abord, les chercheurs s'entendent généralement pour dire que le premier politicien à avoir vraiment su tirer parti d'Internet a été Howard Dean lors des primaires démocrates américaines de 2003-2004 (Kreiss, 2009). Grâce aux dons en ligne, l'équipe de Dean a été capable de recueillir une importante somme d'argent, elle qui disposait au départ de ressources financières limitées par rapport à ses adversaires. Par diverses actions sur Internet, l'équipe de Dean a réussi à recruter de nouveaux supporteurs et à traduire une implication en ligne des supporteurs en un engagement hors ligne, par exemple, pour faire des collectes de fonds ou pour organiser des événements. À plusieurs égards, cette campagne est aujourd'hui considérée comme un exemple précurseur d'une bonne utilisation des ressources Internet par un politicien, précédant l'avènement du Web 2.0 et des réseaux sociaux comme Facebook, Twitter ou YouTube.

Ensuite, les élections occidentales, surtout américaines, qui ont suivi ont fait l'objet d'une utilisation constante du nouveau média Internet. La communauté académique a abondamment couvert le sujet. On a étudié l'utilisation d'Internet lors des campagnes politiques pour les élections présidentielles de 2004 (Vaccari, 2008; Xenos & Bennett, 2007). Celles-ci confirment qu'Internet permet de renforcer l'opinion du public, d'encourager l'activisme, de recueillir d'importants dons et d'encourager la mobilisation et le vote. Cependant, même si les politiciens commencent à utiliser efficacement Internet pour rejoindre les électeurs, ils ont de la difficulté à rejoindre précisément les jeunes adultes, peut-être parce que la classe politique a tendance à utiliser le Web pour la

transmission unilatérale d'information, et non comme une véritable plateforme d'interactions.

Williams et Gulati (2007) ont étudié particulièrement Facebook lors de la campagne américaine de mi-mandat de 2006. Ce réseau social permet de cibler précisément quels électeurs on désire rejoindre. En ce qui concerne Facebook, ces électeurs sont souvent les jeunes de 18-24 ans, puisqu'ils représentaient 34 % des utilisateurs à l'époque. Ainsi, les politiciens semblent dorénavant mieux équipés pour rejoindre les jeunes adultes (comparativement aux élections de 2004). Les auteurs positionnent également Facebook comme le réseau social par excellence pour les politiciens américains : ceux-ci l'utilisent plus que MySpace et YouTube. Facebook peut servir à recruter de nouveaux supporteurs ou à organiser une mobilisation qui prendra place hors ligne, tout en encourageant de potentielles discussions et en tentant de faire paraître les candidats comme plus accessibles et plus authentiques.

Pour cette même élection, Vassia Gueorguieva (2008) s'est plutôt intéressée aux sites YouTube et MySpace, même s'ils étaient moins populaires que Facebook. Contrairement à Facebook, les grands utilisateurs de MySpace et de YouTube ne sont pas les jeunes adultes. En effet, environ la moitié des utilisateurs étaient âgés de 35 ans et plus (ce qui diffère des données démographiques concernant les utilisateurs de Facebook). De plus, YouTube semble être plutôt utilisé par les politiciens pour nuire à leurs adversaires, notamment par des messages publicitaires négatifs.

Afin d'étendre à d'autres contextes, Carlson et Strandberg (2008) se sont penchés sur les vidéos sur YouTube de candidats politiques finlandais lors des élections nationales de 2007, en prenant soin de les comparer avec les élections américaines de 2006. L'étude a permis de constater que l'utilisation de YouTube lors des élections finlandaises a été marginale et plus ou moins populaire auprès des citoyens. Le contenu le plus populaire était souvent à caractère négatif, en présentant les politiciens sous un mauvais jour, souvent filmés à leur insu. De plus, les vidéos de partis politiques marginaux ou extrémistes, au contenu parfois controversé, ont remporté un certain succès sur YouTube.

Williams et Gulati (2009) ont par la suite suivi la campagne présidentielle américaine de 2008. Ils notent que l'utilisation de Facebook par la classe politique américaine a augmenté drastiquement en 2008 par rapport à son niveau de 2006. Du coup, le nombre de supporters de politiciens sur Facebook a lui aussi augmenté. Selon les auteurs, deux raisons principales avantagent Facebook par rapport aux autres sites Web : la facilité d'utilisation ainsi que la possibilité de cibler un public bien précis. Les facteurs les plus importants d'utilisation de Facebook sont le parti politique (les Démocrates), la position de *challenger*, le niveau de compétition dans la course ainsi que les ressources financières du candidat. Un autre point important souligné dans cet article est que les politiciens se trouvant dans des régions avec un haut pourcentage d'étudiants sont plus portés à utiliser Facebook : ainsi, ce réseau social se révèle être un moyen privilégié pour rejoindre les jeunes adultes.

Les auteurs que nous venons de présenter adoptent généralement un point de vue plutôt favorable par rapport à l'utilisation d'Internet par la classe politique. Par contre, certains articles plus critiques dénoncent le fait qu'Internet soit trop souvent utilisé par la classe politique à des fins de manipulation ou de diffusion d'intérêts personnels, rejetant ainsi l'aspect interactif du Web 2.0 (Boyd, 2008; Rojas, 2008; Sampedro & Seoane Pérez, 2008). Ainsi, ces chercheurs considèrent qu'Internet sert plutôt aux politiciens à des fins propagandistes, au lieu de servir à créer un dialogue réel avec les électeurs.

1.2.1.2 Les citoyens

Une multitude d'études approchent la question de la participation politique du point de vue de l'électorat plutôt que de celui de la classe politique. Qu'est-ce qui encourage la participation politique des citoyens en ligne?

Ce peut être les opportunités de création et d'organisation en communautés, en ligne ou non (Jensen, Danziger & Venkatesh, 2007; Quintelier, 2008; Vaccari, 2008). Ainsi, les communautés politiques en ligne intéressent généralement les citoyens, qui ont alors l'impression de faire partie d'un grand projet, auquel ils s'identifient et auquel ils veulent participer.

Les fonctions interactives sont aussi un facteur qui encourage la participation des citoyens (Bachen, Raphael, Lynn, Mckee, & Philippi, 2008; Collin, 2008; Gil de Zunega, Veenstra, Vraga, & Shah, 2010; Kavanaugh, Kim, Perez-Quinones, Schmitz, & Isenbour, 2008; Tedesco, 2007; Xenos & Bennett, 2007). Les citoyens ont tendance à vouloir tirer partie de la possibilité qu'offre Internet de contribuer au contenu publié et de donner son opinion, et ce, sans trop d'efforts techniques. Cette fonction peut être un élément important qui encourage les citoyens à participer.

Quand vient le temps de contribuer, le caractère informel du Web semble encourager la participation, par exemple sur les blogues (Collin, 2008; Gil de Zunega et al., 2010; Hermes, 2006). Les personnes qui sont moins actives politiquement donnent parfois leur opinion politique sur Internet, mais seulement à travers d'autres songeries à propos de leur vie. De cette manière, les discussions politiques semblent parfois s'immiscer en ligne de manière informelle. C'est justement ce qui permet à un plus grand nombre de voix de s'exprimer ponctuellement.

Cette informalité amène certains auteurs à parler d'opportunités politiques offertes par Internet, dans le sens où les citoyens sont motivés ou mobilisés à participer par le contenu qu'ils trouvent sur la toile, contenu qui les fait réagir (Collin, 2008; Hermes, 2006; Kavanaugh et al., 2008; O'Neill, 2009; Rojas, 2010). Il s'agit donc d'une participation spontanée, et non planifiée.

Dans tous les cas, certains chercheurs se sont beaucoup intéressés aux effets qu'a Internet sur la participation politique : est-ce que ça l'encourage? (Anduiza, Cantijoch & Gallego, 2009; Boulianne, 2009; Quintelliers & Visser, 2008) En général, il ressort de la littérature qu'Internet n'a pas d'effets négatifs sur la participation, bien qu'il ne soit pas certain que, au contraire, le Web ait des effets positifs. Au mieux, on s'entend pour dire qu'Internet a des effets positifs modérés sur la participation politique.

Plusieurs auteurs se sont plutôt intéressés aux facteurs socioéconomiques qui amènent les gens à participer ou non : le milieu social, ce qui passe par

l'influence des proches et de la famille (Cross & Young, 2008; Pronovost, 2007); l'âge, les personnes âgées participant plus que les jeunes (Best & Krueger, 2005; Cross & Young, 2008; Mannarini, Legittimo & Talo, 2008; Toguchi Swartz, Blackstone, Uggen & Mclaughlin, 2009); le genre, car les hommes seraient plus enclins à participer politiquement que les femmes, du moins dans les instances traditionnelles (Cross & Young, 2008; O'Neill, 2009; Mannarini et al., 2008); la position politique, parce que les progressistes auraient plus tendance à faire de l'activisme que les conservateurs (Mannarini et al., 2008); la situation économique, reliée à l'éducation, les moins bien nantis ayant moins tendance à participer que les plus fortunés (Best & Krueger, 2005; Di Gennaro & Dutton, 2006; O'Neill, 2009; Toguchi Swartz et al., 2009; Whiteley, 2010); même les gènes, dans le sens où le fait de voter ou non serait dû à des facteurs génétiques, du moins en partie (Fowler, Baker & Dawes, 2008).

À la lumière de ces constats, plusieurs auteurs soulignent le fait que les inégalités sociales quant à la participation hors ligne sont reproduites sur Internet : les gens les plus éduqués, même chez les jeunes citoyens, sont ceux qui participent le plus (Di Gennaro & Dutton, 2006; Best & Krueger, 2005; O'Neill, 2009). Cette observation met en évidence le phénomène de la fracture numérique, c'est-à-dire les différences dans l'accès à Internet selon des variables socioéconomiques et géographiques, entre autres. Harry C. Boyte explique que ce sont les pauvres et les minorités qui en souffrent le plus aux États-Unis, qualifiant la situation de « ségrégation du 21^e siècle » (2008, p. 211). Ainsi, la fracture numérique semble amplifier la voix et l'importance des personnes socialement et économiquement privilégiées, tout comme c'est le cas hors ligne, lorsque la participation politique est considérée par rapport aux variables socioéconomiques vues plus haut. Toutefois, il y a au moins une étude, celle de Gil de Zunega et de ses collaborateurs, qui suggère le contraire : ce sont ceux avec le moins d'éducation qui s'expriment le plus politiquement sur Internet, plus particulièrement parmi les lecteurs de blogues : « the ease of use of the Internet, as well as its potential anonymity, may allow those disengaged from conventional politics to begin to close this gap and allow for a more democratically equal society. » (2010, p. 46)

1.2.2 L'intérêt politique

Il est bien de se demander comment les politiciens et les internautes utilisent Internet à des fins politiques, mais il faut aussi savoir si les électeurs ont un intérêt pour la politique en ligne. L'intérêt politique est le degré d'importance qu'a la politique aux yeux des électeurs, et qui les pousse à éventuellement participer politiquement.

L'intérêt politique a été étudié chez les jeunes Québécois : celui-ci serait dépendant d'influences sociales, que cela passe par les personnes côtoyées ou par les expériences en société (Dostie-Goulet, 2009; Jarvis, Montoya & Mulvoy, 2005; Pronovost, 2007). La réussite à intéresser les jeunes à la politique peut également dépendre de la manière dont on s'adresse à eux sur le Web, manière qui doit être susceptible de les captiver : il faut leur donner des moyens concrets de participer, il faut leur proposer un format qui les accroche et il faut leur parler de sujets qui les préoccupent (Baumgartner & Morris, 2009; Boyd, 2008; Delli Carpini, 2000; Lupia & Philpot, 2005).

Ce dernier aspect est particulièrement décisif. En effet, l'intérêt politique dépend grandement de l'intérêt personnel qu'un citoyen a pour un enjeu politique. Si une question de société le touche directement et a une influence sur sa vie, alors il sera beaucoup plus enclin à s'impliquer et à essayer d'améliorer les choses, si ce n'est qu'à des fins individualistes. Il en va de même si cette implication permet au citoyen d'en retirer un bénéfice plus grand que le coût associé à la participation. Cette façon de penser est particulièrement prononcée chez les personnes qui sont politiquement passives, c'est-à-dire qui s'intéressent aux affaires politiques, mais qui participent peu (Rojas, 2010; Kavanaugh et al., 2008).

Il faut aussi considérer les orientations politiques, qui sont susceptibles d'influencer l'intérêt qu'ont les gens pour la politique, notamment sur Internet. Par exemple, nous avons déjà noté que les jeunes œuvrant au sein de groupes activistes sont plus portés vers la politique via le Web que les jeunes impliqués dans des partis. Il faut alors se demander d'où proviennent ces orientations

politiques, qui ont une incidence sur l'intérêt politique sur Internet. Pensons aux facteurs socioéconomiques nommés précédemment quant à la participation politique, plus particulièrement les facteurs sociaux, qu'ils viennent des proches, de la famille ou des supérieurs hiérarchiques, qui sont toutes des catégories de personnes qui peuvent influencer les choix politiques des individus. On peut alors littéralement qualifier les choix politiques de « choix sociaux », et ceux-ci pourraient avoir une incidence sur le niveau d'intérêt politique sur Internet (Zuckerman, 2007; Cross & Young, 2008; Richey, 2009).

Un autre fait intéressant est à noter concernant l'intérêt politique. S'il est peu probable qu'Internet puisse infuser un certain intérêt politique chez les personnes qui n'en ont que faire des affaires publiques, les auteurs de la littérature consultée s'entendent généralement pour dire que ce nouveau média peut tout de même encourager un intérêt politique préexistant. Gilles Pronovost, lors d'une étude décrivant les grands univers des temps libres chez de jeunes Québécois de 11 à 15 ans, traite notamment des usages de l'Internet à des fins politiques. Il explique que « les usagers du Web sont plus intéressés aux événements d'actualité et aux campagnes politiques [...] L'intérêt pour les questions politiques croît avec l'usage de l'internet. » (Pronovost, 2007, p. 130)

Deux constats ressortent de cette affirmation. Tout d'abord, il apparaît que les jeunes qui utilisent Internet, du moins les adolescents, sont, en général, plus intéressés par la politique que les jeunes qui ne l'utilisent pas. Rien d'étonnant là-dedans, considérant la fracture numérique, c'est-à-dire que les personnes utilisant Internet, tout comme ceux qui participent politiquement, sont, en moyenne, socialement et économiquement avantagés. Ensuite, il est intéressant que l'auteur souligne que l'intérêt pour les affaires publiques croît avec le Web, en présumant que le jeune avait au départ un certain intérêt pour la politique. Cependant, il serait hasardeux, et probablement erroné, d'aller plus loin et d'affirmer qu'Internet suscite un intérêt pour la politique chez les jeunes qui ne s'en préoccupent guère.

1.2.3 L'information politique

Les citoyens qui ont un intérêt pour la politique trouveront sur Internet une vaste étendue d'information politique. L'information politique peut se définir comme l'ensemble des renseignements qu'on peut aller chercher en ligne concernant les enjeux qui touchent au processus démocratique. Internet se présente comme un nouveau moyen de communication, qui peut être très efficace pour s'informer sur des enjeux politiques. Cependant, il se différencie souvent des anciens médias de masse, en offrant des possibilités plus personnalisées et plus directes que ceux-ci. Les médias traditionnels nord-américains semblent avoir bien saisi cette nouvelle réalité, en adaptant leur contenu écrit ou télévisuel afin de proposer un format, un ton et une cadence propres à la plateforme Web.

Revenons aux partis politiques, afin de voir comment ceux-ci ont adapté l'information qu'ils diffusent aux citoyens à l'ère numérique. Comme nous l'avons vu dans la section traitant de l'utilisation d'Internet par les partis politiques, ceux-ci essaient de rejoindre les citoyens, notamment les jeunes, afin de leur transmettre leur façon de voir le monde. Cependant, ce n'est pas toujours ce que les internautes recherchent. Ils veulent souvent avoir recours à d'autres sources d'information sur le Web, des sources alternatives comme des blogues ou des réseaux sociaux, et non à des sources officielles comme les sites de partis politiques (Gibson, Ward & Lusoli, 2003; O'Neill, 2009). Les jeunes adultes veulent qu'on leur parle dans le langage du Web 2.0, c'est-à-dire par interaction, et non par diffusion unidirectionnelle d'information, et à propos de sujets qui les touchent (Bachen et al., 2008; Xenos & Bennett, 2007).

La recherche d'information politique en ligne est une tendance marquée chez les jeunes. Par exemple, les 18 à 24 ans ont beaucoup plus de chances de chercher de l'information politique en ligne que de participer politiquement de manière interactive en ligne. En fait, l'activité politique la plus commune, peu importe l'âge, est la recherche d'information. C'est beaucoup plus fréquent que d'écrire un courriel à son député, par exemple (Di Gennaro & Dutton, 2006; Gil de Zuniga

et al., 2010). Donc, même si Internet offre des fonctions interactives et même si celles-ci peuvent être intéressantes pour certains, il y a encore une bonne partie de la population qui désire simplement s'informer.

1.2.4 L'efficacité politique

Les internautes qui sont informés sur la politique doivent croire en leur efficacité politique pour participer. L'efficacité politique se définit comme la confiance que les citoyens ont de pouvoir changer les choses par leur participation politique. Ainsi, les gens qui croient pouvoir faire une différence auront plus tendance à participer politiquement que les autres, notamment en donnant leur opinion en ligne. En effet, Internet peut servir à augmenter le sentiment d'efficacité des utilisateurs, notamment en ce qui concerne l'influence sur les décisions des gouvernements (Whiteley, 2010; Kavanaugh et al., 2008; Di Gennaro & Dutton, 2006). De plus, les gens peuvent s'exprimer sur Internet afin de contrer les effets des médias de masse, à condition de croire en leur efficacité politique. À l'opposé, les gens cyniques se retireront de la participation politique et engendreront ce que les auteurs appellent une spirale du silence (Kavanaugh et al., 2008; Rojas, 2010; Xenos & Bennett, 2007).

L'efficacité politique sur Internet dépend aussi des habiletés qu'ont les gens à utiliser le média lui-même. C'est pourquoi les jeunes l'emploient plus à des fins politiques que leurs parents : non pas à cause de leur âge, mais bien à cause de leur efficacité à l'utiliser. Ils sont très à l'aise pour trouver de l'information ou pour s'exprimer en ligne parce qu'ils vivent avec Internet depuis l'enfance. Ceci contribue à augmenter leur efficacité politique (Di Gennaro & Dutton, 2006; O'Neill, 2009; Pronovost, 2007).

Un autre aspect qui détermine l'efficacité des gens en ligne est relié à la différence entre les discussions en ligne et hors ligne. Au cœur de cette différence se trouve la question de l'identité en ligne et celle de la possibilité d'anonymat total ou partiel. Ainsi, l'identité sur Internet serait plus montrée aux autres par les actions que les internautes entreprennent en ligne qu'affichée comme une biographie, ce qui peut différencier l'identité en ligne de l'identité

hors ligne (Suler, 2005; Morio & Buchholz, 2009; Zhao, Grasmuck & Martin, 2008). De plus, les interactions en ligne se différencient des discussions en face à face, si ce n'est que par l'absence d'indicateurs non verbaux lors de la communication et par une moins grande présence d'influences liées aux normes sociales et aux figures d'autorité (Gastil, 2000; Morio & Buchholz, 2009; Suler, 2005; Tanis & Postmes, 2007). Ainsi, les gens peuvent augmenter leur efficacité politique en ligne parce que la participation se déroule dans un contexte moins intimidant, ce qui peut être favorable aux personnes qui ont tendance à être gênées (Collin, 2008; Suler, 2005). Néanmoins, certains auteurs soutiennent que, dans le domaine politique particulièrement, l'interaction en face à face peut être préférable au contexte numérique, que ce soit parce qu'il est ainsi plus facile de discuter d'enjeux complexes ou parce que l'environnement numérique anonyme manque de sérieux et favorise l'expression de points de vue irréflectifs, voire hargneux (Gastil, 2000; Tate & Wilson, 2008).

1.2.5 La discussion politique

Les internautes ont l'opportunité de soumettre leur point de vue en ligne, notamment par l'intermédiaire de discussions avec d'autres citoyens. Une discussion politique est un débat ou un échange d'idées qui a lieu entre au moins deux personnes et qui porte sur des enjeux relevant de la vie démocratique. Ceci représente un des aspects cruciaux de la participation politique, puisque que la discussion est à la base de la démocratie : « Talking together is the fundamental political act. » (Weinberger, 2008, p. 32)

Nul besoin de revenir en profondeur sur les arguments mis de l'avant dans la revue de la littérature pour expliquer pourquoi les gens décident de participer et de discuter sur le Web, que nous avons déjà présentés dans la section concernant la participation politique.² Ici, nous voudrions plutôt mettre l'accent sur le fait qu'Internet, particulièrement le Web 2.0, est souvent vu comme un endroit où des discussions éclairées et rationnelles ont l'opportunité de prendre

² Rappelons quand même que ces arguments ont été reliés aux fonctions interactives d'Internet, au caractère informel des discussions et à des facteurs socioéconomiques.

place (Gil de Zuniga et al., 2010; Kavanaugh et al., 2008; Quintelier & Visser, 2008; Rojas, 2010; Vergeer & Hermans, 2008; Zhang et al., 2010). Celles-ci peuvent avoir lieu dans divers environnements, allant du forum de discussion aux commentaires véhiculés sur Facebook. Soulignons la facilité à s'exprimer en ligne et les coûts très bas qui y sont reliés comme facteurs qui encouragent l'expression et la discussion politique.

Cependant, il serait naïf de considérer le Web 2.0 comme un endroit de délibération démocratique parfait, comme le souligne le fait qu'il y existe toujours des inégalités sociales favorisant l'expression des personnes avantagées socialement et économiquement. De plus, comme le souligne Hernando Rojas, plusieurs études ont montré que les gens qui s'expriment en ligne, par exemple, pour s'opposer aux opinions transmises par les médias de masse, peuvent véhiculer des idées politiques extrêmement partisans : « this could suggest that these efforts to correct public opinion might result in opinion polarization instead of public deliberation. » (2010, p. 357)

Toutefois, il demeure intéressant d'analyser Internet comme un élément important de la sphère publique, au sens où l'entend le philosophe allemand Jürgen Habermas (Vromen, 2008; Polat, 2005), afin d'analyser les raisons qu'ont les jeunes adultes de discuter de politique sur Internet et pour évaluer si ces interactions s'éloignent ou se rapprochent d'un certain idéal de démocratie délibérative.

1.2.6 Internet compris comme espace public utilisé par les jeunes adultes

1.2.6.1 Les jeunes et la sphère publique

Les sites de réseautage social peuvent jouer un rôle important lorsque vient le temps d'engager les gens dans le processus démocratique. Selon une étude réalisée par Zhang et ses coauteurs (2010), les discussions interpersonnelles sur la politique qui ont lieu sur ces sites sont reliées de manière significative à la participation civique et politique. Les auteurs montrent donc que, pour stimuler ces types de participation, il faut encourager les citoyens à participer à des

discussions politiques interpersonnelles, une possibilité qu'offrent les réseaux sociaux et le Web 2.0.

Cet argument, qui montre l'importance des discussions politiques pour favoriser la participation, est primordial si l'on considère Internet comme un espace public qui encourage le processus démocratique. Dans son livre analysant historiquement les différents médias qui se sont succédé aux États-Unis depuis la Révolution pour l'indépendance, qui a également été une révolution en information et en communication, Paul Starr donne cette définition de la sphère publique : « the sphere of openly accessible information and communication about matters of general social concern. » (2004, p. 24) Ainsi, deux aspects primaires de la sphère publique sont considérés : l'aspect informationnel (le fait de s'informer sur les affaires publiques, par l'intermédiaire de différents médias et sources d'information) et l'aspect communicationnel (le fait de discuter des affaires publiques avec ses concitoyens).

C'est d'ailleurs ce qu'a fait la chercheuse australienne Philippa Collin (2008), en montrant que la participation démocratique a lieu dans une variété d'espaces publics sur le Web. L'auteure a exploré comment 13 jeunes impliqués dans le site d'une organisation non gouvernementale (ONG), la *Inspire Foundation*, conceptualisent et expérimentent la politique à l'ère du numérique. Trois constats principaux s'imposent : Internet permet aux jeunes d'identifier les enjeux importants, d'en apprendre plus sur divers sujets et d'intégrer la participation à la vie de tous les jours; Internet donne aux jeunes des espaces de discussion considérés comme des microsphères politiques sur les sites des ONG (à l'opposé des sites gouvernementaux); les jeunes ont la possibilité de s'engager dans des formes de participation politique spontanées. Toutefois, il y a peu de preuves suggérant que les inégalités structurelles politiques classiques, qui peuvent être liées à l'éducation ou au travail, ont été bouleversées grâce à Internet. Ce point illustre encore une fois la fracture numérique. Toutefois, ces implications demeurent importantes à prendre en considération dans ce mémoire, car elles offrent une perspective sur comment les jeunes expérimentent Internet en tant qu'espace public.

De la même manière, Xenos et Kyoung (2008) ont étudié l'expérience politique d'étudiants américains de 18 à 29 ans sur Internet en tant qu'espace public, en considérant différents portails politiques américains. Les auteurs ont étudié la « youth political web sphere » lors de sessions de navigation sur les sites *Rock the Vote* et *New Voters Project*. Les conclusions auxquelles ils arrivent sont que, tout d'abord, les portails politiques encouragent beaucoup la participation politique chez les jeunes qui sont intéressés par le sujet, alors que les effets sont plutôt marginaux chez ceux qui s'intéressent peu à la politique. Ainsi, selon les auteurs, on ne peut considérer « les jeunes » comme un bloc monolithique. Ensuite, la même considération se rapporte à Internet : on doit le considérer comme un ensemble disparate de sites ayant des effets différents sur les visiteurs.

Avec le même objectif de comprendre la participation politique des jeunes adultes sur Internet compris comme un espace public, Ariadne Vromen (2008) a analysé trois sites Internet non gouvernementaux en Australie. Selon l'auteure, il y a trois utilisations primaires d'Internet en politique : comme source d'information, comme moyen de communication et comme sphère publique virtuelle. En s'inspirant de Habermas, elle définit la sphère publique ainsi : « [a space] where differences can be transcended through debate and rational discussion of important political and social issues. » (p. 91) L'auteure arrive à la conclusion qu'Internet présente des opportunités de discussion et de débat pour les jeunes qui désirent participer politiquement en ligne, bien qu'il y ait toujours certaines barrières à la participation pour les novices de l'expression politique.

1.2.6.2 Élargir la conception de la sphère publique et la notion de citoyenneté

Vromen apporte une contribution à la compréhension de la sphère publique et joint sa voix à celle de l'auteur d'origine suédoise Peter Dahlgren, qui ajoute une précision à la conception habermassienne : la sphère publique ne doit pas être, selon Vromen et Dahlgren, stricte et dichotomique (accord ou violence). Nous reviendrons en détails sur comment Habermas conceptualise la sphère publique, mais, pour l'instant, il importe de souligner que le philosophe allemand

considère que la valeur délibérative et consensuelle de la discussion publique détermine sa valeur démocratique. Par contre, selon Dahlgren, ceci privilégie les modes élitistes de communication et peut restreindre les opportunités de discussions (2005, p.95). C'est un peu l'argument qu'utilise Nancy Fraser lorsqu'elle soutient que les groupes dominants peuvent exclure de la sphère publique une multitude de « contre-publics », incarnés par des groupes marginalisés (par exemple, les minorités homosexuelles), sous prétexte que les voix qu'ils expriment ne sont pas en accord avec celles de la majorité, et que ces voix ne sont ainsi pas pertinentes (2001, p. 132-133).

Joke Hermes explique que ces « contre-publics », ou plutôt ces publics qui, traditionnellement, ne voulaient ou ne pouvaient pas participer aux débats politiques, ont maintenant un plus grand accès à la sphère publique via Internet, grâce à des liens culturels, qui élargissent la notion de « citoyenneté » à celle de « citoyenneté culturelle » :

Media events make clear that cultural bonds may be as strong as those forged in political arenas and perhaps even more valuable in the sense that they reconnect political issues and answers to worlds outside the in-crowd domain that politics still is. (2006, p. 306)

Selon la chercheuse, ces liens culturels peuvent être, par exemple, créés par une communauté d'internautes discutant de téléséries américaines et qui se mettent spontanément à discuter de politique et à jouer leur rôle de citoyen lorsqu'un événement majeur comme les attaques du 11 septembre se produit. Ceci pousse à voir les discussions politiques et les pratiques citoyennes non pas comme une pratique structurelle, mais plutôt circonstancielle. Dans cette nouvelle forme de citoyenneté générée sur Internet, Hermes soutient qu'une plus grande place doit être faite à l'expression des émotions et des expériences personnelles. Ceci élargit la notion de citoyenneté. Les pratiques qui s'y rattachent iraient au-delà de l'expressions de raisons purement rationnelles : « a broadened notion of citizenship is needed to see where there is democratic potential as yet unrecognized. » (Hermes, 2006, p. 303)

De retour à Dahlgren et à Vromen, les espaces publics en ligne leur paraissent plutôt importants principalement parce qu'ils permettent à une vaste étendue de personnes de se rassembler en communautés et, de cette manière, de se mobiliser et de débattre. Sans nécessairement en arriver à un accord, cette discussion peut tout de même permettre de faire avancer des idées et des points de vue. Ainsi, Internet permet de créer des ponts entre des membres de partis politiques ou entre des activistes pour que ceux-ci puissent débattre sur la base de leurs opinions politiques (Hermes, 2006, p. 304).

De plus, les barrières entre la sphère privée et la sphère publique semblent s'amincir avec le Web, puisqu'Internet permet aux gens de participer aux activités de la sphère publique directement du bastion traditionnel de la sphère privée, soit le domicile (Bakardjieva, 2005, p. 162; Hermes, 2006, p. 304). Ils n'ont qu'à avoir accès à un ordinateur branché à Internet. Ce phénomène pourrait augmenter l'accessibilité à la sphère publique.

Nous verrons en détails de quelle manière Habermas définit la sphère publique dans le chapitre portant sur le cadre théorique, et comment il répond à plusieurs des points soulevés plus haut. Pour le moment, à la lumière de ce qu'ont révélé les différents auteurs cités, soulignons qu'il apparaît tout à fait approprié de considérer Internet comme un espace public lorsque vient le temps d'étudier les discussions politiques qui y ont lieu, notamment chez les jeunes adultes.

1.3 La question de la recherche

Comme on peut le constater grâce à la revue de la littérature, plusieurs études en communication, en politique et en sciences sociales ont déjà porté attention à la participation politique sur Internet, notamment en ce qui a trait à l'information, à l'intérêt, à l'efficacité et à la discussion. Plus particulièrement, Internet a été étudié comme un espace public, offrant des possibilités d'implication aux jeunes citoyens.

Peu de recherches ont été réalisées au Québec sur la question de savoir ce que les jeunes adultes pensent de la participation politique en lien avec les

opportunités de discussion politique sur le Web 2.0. Or il est primordial de s'intéresser à cet aspect, car celui-ci nous informera sur les raisons des jeunes citoyens et nous permettra d'évaluer les possibilités qu'offre Internet pour les échanges politiques. Une raison donnée par quelqu'un peut être définie comme une manière pour cette personne d'expliquer un phénomène ou un comportement. Elle se construit au moyen d'un argument basé sur des prémisses et des conclusions implicites ou explicites.

Le but de ce mémoire est donc de comprendre les raisons qui incitent ou qui rebutent les jeunes adultes à discuter de politique sur Internet considéré comme un élément important de la sphère publique contemporaine au Québec. Pour ce faire, il faut cibler autant des jeunes adultes qui participent aux discussions en ligne, et qui ont un intérêt pour les outils mis à leur disposition sur le Web, que ceux qui n'y participent pas. C'est à partir de ces deux catégories de Québécois qu'a été formé l'échantillon de cette étude, dont nous verrons la composition en détails un peu plus loin. Évidemment, il ne faut pas considérer ces deux groupes de façon dichotomique : il y a différents degrés de participation à des discussions en ligne.

Ainsi, la question de recherche se pose comme suit : Quelles raisons est-ce que de jeunes adultes québécois donnent pour expliquer leur degré de participation à des discussions politiques sur Internet?

Maintenant que le thème de cette étude a été bien établi, que la revue de la littérature sur le sujet a été présentée et que la question de la recherche a été formulée, il importe de fournir le cadre théorique soutenant ce mémoire.

2 CHAPITRE 2 : CADRE THÉORIQUE

2.1 La théorie de l'agir communicationnel

Les auteurs de notre revue de la littérature qui parlent de sphère publique, ou d'espaces publics, s'inspirent toujours, de près ou de loin, de la conception qu'en a faite Jürgen Habermas, en la décrivant comme un espace intersubjectif partagé où peut avoir lieu l'agir communicationnel (Dalhberg, 2005, p. 111).

2.1.1 L'importance du langage : détranscendentaliser Kant

Habermas accorde une grande importance au langage lorsqu'il traite de la sphère publique. La validité des énoncés langagiers est primordiale à la tenue d'un espace public, et à l'atteinte d'une entente lors d'une discussion argumentative. Selon Habermas, il y a trois types universaux de prétentions à la validité : la personne qui parle doit dire quelque chose de vrai (la vérité, par l'agir constatif), ce qu'elle dit doit être valide selon les normes sociales (la justesse, par l'agir normatif) et elle doit être sincère par rapport à ce qu'elle dit (la véridicité ou sincérité, par l'agir dramaturgique) (Pedersen, 2008, p. 469). Ces trois types de prétentions à la validité se rapportent à chacun des trois mondes de la théorie habermassienne, que nous verrons plus bas.³

Habermas détermine que la seule manière de s'entendre sur la validité concernant ces trois types de prétentions est par le langage utilisé lors de l'agir communicationnel (aussi nommé « activité communicationnelle »), selon les conditions rigoureusement normatives de la pratique de l'argumentation (Habermas, 2003, p. 36-37). Ainsi, Habermas détranscendentalise la raison pure kantienne par le langage, véhicule de la raison pratique. C'est en communiquant qu'on accède aux conditions rendant possible l'attribution de vérité, de justesse et de véridicité : « The concept of reaching understanding suggests a rationally motivated agreement among participants that is measured against criticizable

³ Pour plus d'information sur ces trois types d'agir, voir les tableaux présentés aux pages 329 et 334 du premier volume de *The Theory of Communicative Action* (Habermas, 1984).

validity claims. » (Habermas, 1984, p. 75) En fait, la détermination de la vérité, de la justesse et de la véridicité, c'est la détermination de ce qui est accepté rationnellement par l'argumentation et de ce qui est pragmatiquement vérifiable.⁴

La pratique discursive rationnelle s'accorde avec la conception de la sphère publique, qui répond aux conditions suivantes : tenir un débat public qui comprend l'inclusion de toutes les personnes touchées; avoir une distribution égale du droit de communiquer; avoir un contexte non violent où la force de l'argument non forcé domine; présumer de la sincérité de la manière dont toutes les personnes touchées s'expriment. Cette pratique est toujours pragmatique, dans le sens où elle vise l'entente intersubjective des participants par la communication. Elle est à différencier d'une discussion entre participants ayant des buts téléologiques, cherchant à induire en erreur l'autre afin d'en retirer des bénéfices personnels.

Il est important de noter que l'accord intersubjectif auquel on arrive par l'agir communicationnel n'est ni définitif, ni exclusif (les contextes communicationnels pouvant être à la fois communicationnels et téléologiques). Celui-ci dépend de sa justification et peut être remis en question constamment.

2.1.2 Les trois mondes

Selon Habermas, « les participants à la communication font reposer leurs efforts d'intercompréhension sur un système référentiel qui comporte exactement trois mondes. » (Habermas, 1986, p. 151) Ces mondes sont le monde objectif, le monde social et le monde subjectif, et se rapportent aux trois sortes d'agir qui entrent dans le cadre de l'agir communicationnel (et qui excluent l'agir téléologique).

⁴ Notons qu'une proposition n'est pas vraie parce que les personnes concernées l'ont acceptée et en sont venues à un accord quant à sa véridicité : c'est plutôt que ces personnes l'ont acceptée et en sont venues à un accord justement parce qu'elle est vraie (Habermas, 2003, p. xvi).

Le monde objectif représente la « totalité de ce qui est effectif ou pourrait l'être » (Habermas, 1986, p. 45). Tout individu qui désire communiquer avec un autre doit présumer à l'existence du monde objectif, sans quoi il est impossible d'échanger sur des choses communes et d'avoir une discussion rationnelle. Ce monde se rapporte à l'agir constatif.

Le monde social désigne la « totalité des relations interpersonnelles légitimement établies » (Habermas, 1986, p. 45). Ce monde se rapporte à l'agir normatif.

Le monde subjectif est la « totalité des expériences subjectives, manifestables, auxquelles le locuteur a un accès privilégié » (Habermas, 1986, p. 45). Ce monde se rapporte à l'agir dramaturgique.

Les trois mondes abritent des prétentions à la validité (des faits, des normes et des expériences) à propos desquels les acteurs peuvent débattre. Habermas ne considère pas ces trois mondes comme séparés l'un de l'autre : il les voit plutôt comme trois dimensions aux frontières floues, mais qu'il importe de distinguer, si ce n'est qu'à des fins d'analyse. Ceci permet notamment de prendre du recul par rapport à ces trois mondes, afin de discuter des prétentions à la validité qu'ils abritent.

2.1.3 L'importance du monde vécu

Le monde vécu correspond à l'ancrage subjectif qui traverse les trois mondes. Pour les acteurs communicationnels, le monde vécu part de leur monde subjectif et permet l'accès au monde social, tout en tenant compte d'un monde objectif que tous considèrent être le même. Ceux-ci ne peuvent pas référer directement à l'expérience appartenant au monde vécu et en débattre, comme ils peuvent le faire pour ce qui relève des faits du monde objectif ou des normes partagés du monde social. Dans chaque cas, l'intercompréhension peut être atteinte, mais de façon dépendante de l'objet de la discussion (faits, normes, expériences) (Habermas, 1987, p. 126).

En ce qui concerne le monde vécu, sa structure symbolique permet la compréhension mutuelle, la coordination de l'action et la socialisation. Ces trois processus correspondent aux composantes structurelles du monde vécu, soit la culture, la société et la personnalité (Habermas, 1987, p. 137-138). C'est par le monde vécu qu'on accède à la sphère privée et à la sphère publique.

Habermas soutient que le monde vécu de la société moderne n'est pas à l'abri de forces autres que celle du meilleur argument dans des contextes communicationnels. En effet, le monde vécu peut être colonisé par des mécanismes institutionnels du monde social.

2.1.4 Le système

Le système social abrite des mécanismes administratifs (ou gouvernementaux) et économiques qui peuvent exercer des contraintes téléologiques empêchant l'émergence de l'agir communicationnel comme moyen d'arriver à une entente. Le système devient de plus en plus important dans les sociétés modernes parce que celles-ci deviennent de plus en plus complexes, notamment à cause d'une spécialisation et d'une différenciation internes ainsi qu'à cause de l'augmentation de la population. L'intégration sociale par l'agir communicationnel ne peut plus assurer à elle seule le fonctionnement de la société, comme c'était le cas dans les collectifs primitifs. C'est pourquoi l'on voit apparaître de plus en plus de mécanismes systémiques. Derek Layder explique bien cet aspect central de la théorie habermassienne, qui justifie son caractère critique :

The complexity of validity claims in the context of growing specialization in society (political, economic, occupational) makes it more and more difficult to reach understanding. There is pressure for sub-systems such as government and markets to become detached from the lifeworld and to operate on the basis of codified law. (Layder, 1994, p. 194)

Layder parle des sous-systèmes que sont le marché et le gouvernement. C'est ainsi que le système comprend plusieurs dimensions tels l'économie (capitaliste) et l'État. Ces deux sous-systèmes ne mettent pas de l'avant le

langage comme moyen de communication privilégié, mais plutôt des médias qui leur sont propres, soit l'argent et le pouvoir. De cette manière, l'évolution systémique de la société accompagne l'augmentation en importance de ces médias. L'argent et le pouvoir sont des médias qui, en remplaçant le langage comme moyen de coordonner l'action par l'entente intersubjective, technicisent le monde vécu (Habermas, 1987, p. 183).

L'argent, en tant que média non linguistique, connecte les organisations de la société. Ces organisations sont alors largement déconnectées des normes et des valeurs : les gens qui « communiquent » s'entendent sur la valeur de l'argent, au lieu de s'entendre sur la valeur des arguments. Les relations sociales elles-mêmes en viennent à être régulés par le média de l'argent (Habermas, 1987, p. 154). La situation est tout aussi peu reluisante lorsque c'est le pouvoir, par exemple hiérarchique, qui perverti les relations sociales.

Ainsi, plus le système colonise le monde vécu, moins l'agir communicationnel émerge pour que les individus s'entendent rationnellement. La conduite propre à l'agir communicationnel devient alors problématique, empêchant les citoyens de s'entendre de manière rationnelle sur des questions reliées aux trois mondes, particulièrement sur celles reliées à la morale. D'un point de vue critique, ceci peut être très dangereux, car les gens sont alors à la merci de médias qui définissent la validité d'affirmations normatives et morales : « The state and the market are no longer subject to the domain of communicative action whereby language is employed to criticize validity claims. » (Layder, 1994, p. 195) Cette colonisation du monde vécu par le système fait en sorte que les gens ont l'impression que les processus sociaux sont hors de leur contrôle, et qu'ils n'ont plus aucune influence sur les événements qui les entourent (Layder, 1994, p. 195). Pour reprendre un terme marxiste, c'est ce qui se rapproche le plus, chez Habermas, d'une situation d'aliénation.

Toutefois, et c'est là que l'aspect critique est le plus révélateur d'une possibilité d'émancipation, Habermas ne sombre jamais dans le fatalisme. Comme le souligne Layder (1994, p.197-198), par son analyse historique du développement de la société, Habermas soutient que la colonisation du monde

vécu n'est pas inévitable, et qu'elle peut être renversée par l'action politique, comme l'ont récemment prouvé les mouvements féministes, pacifistes ou homosexuels en Occident.

2.1.5 La question morale et l'agir communicationnel

Se refusant à adhérer à une conception sociale pessimiste, où la société tomberait entièrement dans les pièges d'un système obéissant à des intérêts téléologiques, Habermas accorde beaucoup d'importance à l'activité communicationnelle qui a lieu dans la sphère publique. C'est dans les relations qu'instaure l'activité communicationnelle, c'est-à-dire dans la fréquentation des trois mondes par le monde vécu, que se forment les opinions, les points de vue, les arguments, et, donc, les raisons des individus. L'activité communicationnelle repose sur une raison communicationnelle, qui aspire à l'atteinte d'un consensus démocratique par des procédures argumentatives :

According to Habermas, what is required is an appeal to the less restrictive, more open-ended meaning of reason embodied in democratic procedures of argumentation, procedures which do not predetermine or restrict in advance either the form or content of possible arguments. (Kompridis, 2000, p. 275)

En allant plus loin et en abordant la question du sens, Jean-Marc Ferry explique que, notamment sur ce point, l'activité communicationnelle s'oppose à l'activité stratégique :

Seule l'activité communicationnelle est d'elle-même productive de « sens »; et tandis que l'activité stratégique ne produit que de l'*expérience* d'autrui, seule l'activité communicationnelle produit en outre de l'*interprétation* de l'expérience sociale. Car elle seule est une activité *réflexive*. Elle seule peut ainsi établir *ce qui vaut socialement dans l'intersubjectivité* : représentations collectives, images du monde, normes sociales, valeurs morales, légitimations politiques, références esthétiques, symboles linguistiques, etc. (1987, p. 30)

C'est par la fréquentation des trois mondes que les gens peuvent en venir à l'intercompréhension, notamment à l'accord rationnel, en s'entendant

intersubjectivement sur les prétentions à la validité qui sont négociées : « The success of communicative action depends, as we have seen, on a process of interpretation in which participants come to a common definition of the situation within the reference system of the three worlds. » (Habermas, 1984, p. 119)

Selon Habermas, certaines règles universelles doivent être reconnues et acceptées pour que le jeu de langage de l'argumentation ait un sens. Le philosophe allemand fait référence à trois présuppositions pragmatiques formelles de l'agir communicationnel :

the common supposition of an objective world, the rationality that acting subjects mutually attribute to one another, and the unconditional validity they claim for their statements with speech acts. These presuppositions refer to one another and form aspects of a desublimated reason embodied in everyday communicative practice (Habermas, 2003, p. 83-84).

Ces présuppositions représentent des conditions *sine qua non* à la tenue d'une discussion rationnelle entre individus, et relèvent de certains principes moraux.

Ainsi, les questions morales sont au centre de toute discussion : souvent, les raisons mêmes sont motivées par la morale. Sur ce point encore, Habermas ne pense pas la morale comme quelque chose d'inatteignable ou de définitif, mais bien comme quelque chose qui s'illustre par des principes qui émergent dans l'agir communicationnel. Ce ne sont donc plus des principes ancrés dans les traditions ou dans les religions qui définissent la morale, mais bien des principes négociés rationnellement entre les individus : « the authority of the holy is gradually replaced by the authority of an achieved consensus. » (Habermas, 1987, p. 77) L'agir communicationnel prend la place du sacré (Habermas, 1987, p. 107) ou de la tradition : « Pour Habermas donc, la Norme n'est pas donnée dans l'autorité d'une tradition, mais dans la vérité d'une réflexion. » (Ferry, 1987, p. 103)

Christian Bouchindhomme, dans l'introduction de *Morale et communication* (1986, p. 15), souligne lui aussi la détranscendantalisation habermassienne du

processus de formation de la morale, où les limites morales ne sont pas édictées de l'extérieur des relations interpersonnelles et sociales, mais bien de l'intérieur, par les relations, dont le « vecteur authentifiant et constitutif » est le langage.

Maintenant que ces bases théoriques ont été établies, nous possédons les outils nécessaires pour présenter la conception habermassienne de la sphère publique.

2.2 La conception de la sphère publique

Comme nous l'avons souligné en début de chapitre, le concept de sphère publique, tel que l'a développé Habermas, est central à cette recherche.

C'est dans *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society* (1989), publié en allemand en 1962, que le philosophe expose pour la première fois le concept de la sphère publique, en explorant les changements que celle-ci a subi depuis la Renaissance. En 1990, Habermas a écrit une préface pour la 17^e édition allemande dans laquelle il émet certains commentaires et mises à jour par rapport aux constats et aux conclusions auxquels il était arrivé près de 30 ans plus tôt (Habermas, 1992).

2.2.1 L'utilisation publique de la raison

Habermas explique que la sphère publique permet l'utilisation publique de la raison. C'est notamment une manière pour le peuple de contrebalancer le pouvoir quasi absolu dont peut jouir un monarque ou même un gouvernement élu démocratiquement. Ainsi, la raison représente une menace aux relations de domination : c'est pourquoi les forces en place s'efforçaient, auparavant, à l'empêcher de devenir publique.

Pour ce qui est de la sphère publique politique en tant que telle, Habermas explique qu'elle dérive de la sphère publique littéraire, qui permettait aux Français et aux Anglais, notamment, de discuter rationnellement de culture et de littérature dans des cafés ou dans des salons au début du 18^e siècle. Trois critères institutionnels sont communs à ces deux manifestations de la sphère publique : l'indifférence par rapport au statut social; la discussion à propos de

sujets qui étaient jusqu'alors considérés comme non problématiques; l'inclusion théorique de tout le monde dans la discussion. Soulignons le mot « théorique », car Habermas prend bien soin de noter que les femmes et les personnes à charge ont historiquement été exclues de la sphère publique politique.

Toutefois, Habermas précise que, bien que la sphère publique politique ait émergé historiquement dans le cadre d'une société patriarcale, l'émancipation des femmes (tout comme celle des ouvriers), notamment par les luttes féministes, est exigée par « les droits à l'intégration et à l'égalité illimitée incorporés dans la compréhension que la sphère publique libérale a d'elle-même » (p. 167, 1992). Ainsi, la sphère publique a la possibilité de transformer les discours de domination pour refléter une nouvelle réalité égalitaire :

la sphère publique bourgeoise s'articule sur des discours auxquels non seulement le mouvement ouvrier, mais aussi son *autre* exclu, donc le mouvement féministe, pouvait se rattacher pour les transformer de l'intérieur – mais aussi pour transformer les structures de la sphère publique elle-même. (p. 167, 1992)

2.2.2 La liberté d'expression : Une logique marchande

La logique qui soutient le principe de la liberté d'expression des opinions individuelles en public dérive historiquement du capitalisme et de la logique marchande : « The social precondition for this "developed" bourgeois public sphere was a market [...] tending to be liberalized » (Habermas, 1989, p. 74). La liberté de marché est allée main dans la main avec la liberté d'expression. Par exemple, l'accès universel à la sphère publique a été garanti par le même principe économique qui garantissait l'accès universel au marché. Néanmoins, dans les deux cas, cette universalité était un leurre : comme nous l'avons noté plus haut, certains groupes ont été traditionnellement exclus. Ainsi, des rapports de domination étaient toujours présents au cœur même de la sphère publique. Ceux-ci remettaient en question la légitimité apparente de l'opinion publique qui en émergeait : « public opinion [...] could assume the appearance of the general interest » (Habermas, 1989, p. 88). Ceci rejoint la conception de l'opinion publique chez Marx, qui la décrit comme une fausse conscience, comme un

masque servant à cacher les vrais intérêts qui la motivent, soit les intérêts de la classe bourgeoise. Pour Marx, la sphère publique n'est qu'idéologie (Habermas, 1989, p. 124-125).

2.2.3 La détérioration de la sphère publique

Selon Habermas, ceci n'était que le début de la détérioration de la sphère publique. Celle-ci a été envahie par la publicité et par les relations publiques. Même les journaux, qui étaient sensés rendre la sphère publique plus accessible à tout un chacun, l'ont dépolitisée en misant sur le sensationnalisme et la recherche du profit. Les nouvelles s'effaçaient pour faire place au divertissement, une tendance qui a été encore plus marquée avec l'avènement de la radio et de la télévision. De toute façon, à cause de leur caractère unidirectionnel, ces médias ne permettaient pas le débat critique, car les citoyens ne pouvaient pas leur répondre : « The world fashioned by the mass media is a public sphere in appearance only. » (Habermas, 1989, p. 171) Pour ce qui est de la culture, les gens ont cessé de la critiquer et ont commencé à la consommer comme telle. Habermas remet aussi en question la légitimité des décisions politiques individuelles, qui étaient largement déterminées par des forces politiques et économiques. Par exemple, les parlementaires ne débattaient pas rationnellement : ils ne tenaient pas compte de ce que leurs adversaires politiques avaient à dire, se contentant de faire la sourde oreille afin de mieux exposer leurs propres arguments pour convaincre ou manipuler le public.

2.2.4 Les conditions nécessaires de la sphère publique

Malgré les dérives et les illusions, Habermas considère que le concept de sphère publique ne doit pas être abandonné. Il doit plutôt être restauré, car il est nécessaire à l'exercice démocratique. Il faut donc changer la tendance historique à la détérioration. Aujourd'hui, la sphère publique, bien qu'elle ne soit jamais assurée, demeure possible.

Pour qu'elle se réalise pleinement, il faut miser sur la rationalité de la discussion, qui est au cœur de la formation d'une opinion publique légitime basée sur la délibération de tous : « le principe majoritaire doit être compris comme un dispositif permettant de rendre compatible autant que possible une formation discursive de l'opinion, orientée ultimement vers la vérité » (Habermas, 1992, p. 182). Si l'opinion publique est souvent l'objet de rapports de domination, c'est parce qu'elle échappe à certaines règles universelles de la discussion politique. Ces règles se rattachent à trois caractéristiques essentielles de la sphère publique.

Rabia Karakaya Polat, dans un article intitulé « The Internet and Political Participation: Exploring the Explanatory Links » (2005), reprend l'idée que la sphère publique est une condition nécessaire à la démocratie. L'auteure énonce les trois caractéristiques essentielles de la sphère publique, telle que l'a développée Habermas (1989) : la sphère publique doit être accessible à tous, être indépendante des intérêts gouvernementaux et commerciaux et permettre la tenue de débats critiques rationnels. C'est en respectant ces trois conditions qu'on peut s'assurer de la légitimité des discussions publiques et peut-être sauver la sphère publique de sa tendance historique à la détérioration, contre laquelle Habermas nous met en garde.

Polat n'est, bien sûr, pas la seule à s'être appuyée sur l'analyse historique qu'a faite Habermas de la sphère publique en 1962. Plusieurs auteurs se sont depuis inspirés de sa description de cet espace de délibération pour y apporter des précisions ou des modifications. Avant d'aller plus loin, il importe de présenter les apports qui sont particulièrement pertinents dans le cadre de ce mémoire.

2.2.5 Quelques apports supplémentaires au concept de sphère publique

Nous avons déjà parlé de comment Vromen et Dahlgren, ainsi que Fraser, considèrent la sphère publique. Un autre auteur qui a abordé la question est Lincoln Dalhberg. Il identifie plusieurs conditions normatives présumées par les participants qui communiquent dans une sphère publique :

These conditions include the thematization and reasoned critique of problematic validity claims, reflexivity, ideal role taking (combining impartiality and respectful listening), sincerity, formal inclusion, discursive equality, and autonomy from state and corporate interests. Together they constitute an idealized or normative conception of the public sphere, useful for the evaluation of the democratic quality of everyday discursive practices. (Dahlberg, 2005, p. 112)

À la lecture de cette dernière phrase, la sphère publique apparaît comme une conception idéale à laquelle les citoyens doivent aspirer. Habermas est conscient que réunir ces caractéristiques relève d'une situation idéale et de possibilités. Toutefois, il met en garde contre la suppression de ces idéaux au profit d'un relativisme normatif : « Lorsque les idéaux bourgeois sont supprimés, lorsque la conscience devient cynique, ces normes et ces orientations normatives, sur lesquelles la critique idéologique doit supposer l'accord, si elle veut y faire référence, s'effondrent. » (Habermas, 1992, p. 177) De plus, les caractéristiques de la sphère publique donnent des points de critique solides pour juger toute situation communicationnelle et pour en évaluer la qualité démocratique (Fraser, 2001). Citons van Eemeren, Grootendorst et Henkemans, qui traitent des fondements de la théorie de l'argumentation : « In practice, the ideal speech situation will never be completely realized, but the basic assumptions of ideal communicative action and argumentation are implicitly anticipated. According to Habermas, they can therefore serve as a critical standard for judging everyday argumentation. » (1996, p. 342)

2.2.5.1 La formation de l'opinion publique

De cette manière, selon Dalhberg, Habermas ne fait pas de l'atteinte d'un consensus publique une condition *sine qua non* de l'agir communicationnel (ou de la sphère publique), mais bien un idéal que l'on doit viser : « Rational consensus can only be non-coercively achieved if discourse is continued indefinitely. » (Dalhberg, 2005, p. 127) Ceci ouvre la porte à un aspect de la conception de l'opinion publique chez Habermas : celle-ci est plus un processus qu'une finalité. C'est le processus communicationnel qui compte : c'est grâce à

lui que les gens en viennent à revoir ou à solidifier leurs positions. Il n'y a donc pas d'opinion définitive, comme il n'y a pas de vérité définitive. Cela permet de pouvoir tout remettre en question, et de ne rien considérer comme définitif, ce qui protège du dogmatisme, par exemple. Cette façon de conceptualiser l'opinion publique se distingue du libéralisme ou du communautarisme, où la légitimité démocratique vient de l'agrégat d'opinions individuelles prédiscursives. Pour Habermas, cette légitimité vient plutôt de la formation d'une opinion publique à travers un processus de délibération rationnelle qui respecte les différences (Dalhberg, 2005, p. 129; Habermas, 1992, p. 182).

Soulignons aussi une remarque de Joke Hermes : « Public opinion formation, in terms of a shared analysis or agenda for a common future, is ultimately the key ingredient of the type of bonding that we call citizenship. » (Hermes, 2006, p. 300) Ceci place la délibération rationnelle au cœur des sociétés démocratiques.

2.2.5.2 La place des émotions

Bien que Habermas ne semble pas prendre en compte les émotions dans sa description de l'agir communicationnel (ce qui lui est reproché par plusieurs critiques), Lincoln Dalhberg soutient qu'il est faux de concevoir la sphère publique comme un « endroit » où les émotions ne sont pas acceptées. En effet, les émotions peuvent être très bénéfiques pour exprimer un argument raisonné et pour se comprendre mutuellement. Par exemple, la rhétorique ne peut être séparée de la communication : « any discursive content and argument is embodied in situated style and rhetoric » (Dalhberg, 2005, p. 119). Celle-ci peut même apporter une contribution positive à la communication rationnelle, notamment lorsqu'elle sert à attirer l'attention sur des enjeux marginalisés ou lorsqu'elle permet à un plus grand nombre de personnes de s'exprimer (Hermes, 2006). Tant que la rhétorique sert à persuader et non à manipuler, son utilisation demeurerait acceptable dans un cadre rationnel.

2.2.5.3 La sphère privée et la sphère publique

Soulignons que Habermas, selon Ferry, ne conçoit pas la sphère privée et la sphère publique comme étant dans un rapport dichotomique :

Nous n'avons plus aujourd'hui la *polis* d'un côté – et son essence publique –, l'*oikos* de l'autre – et son essence privée –, ni même l'État d'un côté, et la société de l'autre, mais cette interpénétration croissante, depuis l'avènement de l' "État-social moderne", entre l'État et la société, le public et le privé, le politique et l'économique. (1987, p. 82)

Ainsi, il apparaît clairement que, du moins dans les sociétés modernes, on ne peut plus opposer le privé au public, comme le faisaient les Grecs. On ne peut plus définir le privé et le public comme deux sphères indépendantes l'une de l'autre (Bakardjieva, 2005; Ferry, 1987; Hermes, 2006). La réalité est beaucoup plus riche et complexe, et il serait hautement réducteur de concevoir la sphère publique de cette manière, comme détachée de la sphère privée ou de la subjectivité de chaque individu.

Soulignons également que la sphère publique ne se définit pas par son contenu, c'est-à-dire par les sujets abordés, mais plutôt par une forme de communication, l'agir communicationnel. Ainsi, la sphère publique n'est pas exclusive dans sa sélection des thèmes à débattre, dans le sens où il n'y a pas de « mauvais » sujets ou de sujets de moindre importance de prime abord : « the public sphere is constituted wherever and whenever any matter of living together with difference is debated. » (Dalhberg, 2005, p. 112) La pertinence politique et démocratique d'un débat se révèle dans l'idéal d'intercompréhension, dans l'agir communicationnel, et non de manière précommunicationnelle ou instrumentale.

2.2.5.4 Une sphère publique et des espaces publics

Bien que nous parlions dans ce mémoire de la sphère publique au singulier, il est important de noter que nous pourrions aussi parler de plusieurs sphères publiques sur Internet, par exemple, au sens où l'entend Fraser, qui explique que plusieurs sphères publiques permettent de donner un espace pour les groupes marginalisés afin de s'organiser en vue de leur participation à la sphère publique

« globale », où se trouvent les groupes dominants (2001). Habermas lui-même précise en 1990 que d'autres sphères publiques peuvent se former :

[il arrive que] plusieurs arènes se forment en même temps au sein des mêmes structures de communication, dans lesquelles, à côté de la sphère publique bourgeoise hégémonique, se présentent d'autres sphères publiques sub-culturelles ou particulières aux classes (1992, p. 164).

Nous pourrions tout aussi bien parler, comme Philippa Collin (2008), de « microsphères publiques ». Nous préférons néanmoins parler d'une seule sphère publique, qui englobe l'ensemble des activités démocratiques de la société. À l'intérieur de celle-ci, plusieurs espaces publics peuvent être formés, comme ce peut être le cas sur Internet, considéré comme un élément important de la sphère publique.

Grâce à la définition du concept de la sphère publique et à l'explication de ce en quoi consiste l'agir communicationnel, nous sommes maintenant en mesure de proposer une méthodologie conséquente qui nous permettra de comprendre et d'évaluer les arguments qui ont été recueillis auprès de notre échantillon.

3 CHAPITRE 3 : MÉTHODOLOGIE

3.1 La démarche méthodologique

3.1.1 La composition de l'échantillon

L'échantillon étudié était composé de jeunes adultes québécois âgés de 19 à 30 ans, ce qui représente l'âge d'étudiants universitaires ou de jeunes travailleurs. Ceux-ci habitaient à Montréal et dans ses environs, soit la région du Québec où il y a proportionnellement le plus grand nombre d'utilisateurs de médias sociaux (CEFRIQ, 2011). La représentativité entre les hommes et les femmes de l'échantillon a été la plus équilibrée possible, compte tenu des circonstances concrètes de la recherche (8 hommes, 6 femmes). Les participants et les participantes ont été sélectionnés selon deux variables principales.

Tout d'abord, ils ont été différenciés selon la variable « occupation », à savoir s'ils étaient des étudiants (universitaires) ou s'ils étaient des non étudiants (pour la plupart, au travail), afin de représenter la richesse des différences à l'intérieur de la population jeune adulte au niveau du statut d'étudiant ou de non étudiant. Ainsi, de manière plus spécifique, il a été possible de constater, lors de l'analyse, si le fait d'être étudiant ou non étudiant peut avoir une incidence sur les raisons de discuter ou non de politique en ligne, en prenant en compte que la littérature fait état d'une disparité participative en politique entre les gens éduqués et ceux non éduqués (Best & Krueger, 2005; Di Gennaro & Dutton, 2006; O'Neill, 2009; Toguchi Swartz et al., 2009; Whiteley, 2010).

Ensuite, l'échantillon a été séparé selon la variable « milieu », c'est-à-dire en groupes dont les membres appartenaient à un milieu motivant ou à un milieu non motivant quant à la participation politique sur Internet. Dépendamment du domaine d'étude ou du milieu professionnel (qui détermine, entre autres, leur réseau de contacts en ligne), les jeunes adultes étaient plus ou moins encouragés par leur milieu à discuter sur Internet. Ainsi, cet variable a permis de voir si le milieu peut avoir une incidence sur les raisons de discuter ou non de politique

en ligne, compte tenu de la littérature qui décrit que le milieu a une influence sur la participation politique (Cross & Young, 2008; Pronovost, 2007).⁵

De plus, ces jeunes adultes ont tous été sélectionnés en fonction de leur utilisation régulière d'Internet dans la vie de tous les jours. Pour ce qui est de l'utilisation qui est faite d'Internet à des fins politiques, celle-ci a non seulement varié d'un groupe à l'autre, mais également d'un participant à l'autre. Ainsi, certains individus interrogés discutaient abondamment de politique sur Internet, d'autres modérément ou pas du tout.

3.1.2 La technique de la « boule de neige »

La sélection des participants s'est faite selon la technique de la « boule de neige » (Hermes, 1995; Demers, 2010). Joke Hermes, qui a utilisé cette méthode lors d'une étude sur la lecture des magazines féminins, explique que cette façon de procéder est une sorte de solution au fait qu'aller sur le terrain et entrer en contact avec les informateurs peut être une étape difficile et frustrante (Hermes, 1995, p. 181).

En nous inspirant de la procédure proposée par cette technique, nous avons demandé à des personnes de notre entourage qui correspondaient à l'échantillon ciblé si elles connaissaient des jeunes adultes qui pourraient être en mesure de nous fournir des données pertinentes dans le cadre de notre mémoire. Ces personnes ont pu contacter leurs connaissances et leur donner les renseignements nécessaires pour entrer en contact avec le chercheur, ce qu'elles ont fait si elles étaient intéressées à participer à l'étude. De cette manière, en lançant plusieurs « boules de neige » dans différents milieux sociaux définis par nos deux variables, nous avons pu constituer quatre groupes qui

⁵ Précisons que cette variable, tout comme la variable « occupation » d'ailleurs, n'est pas absolue : certains jeunes adultes appartenant à un milieu défini comme non motivant peuvent quand même s'impliquer en politique. Il est clair que plusieurs facteurs personnels et sociaux entrent en jeu quand vient le temps de constater ce qui peut encourager un individu à être actif ou passif politiquement en ligne. De plus, nous ne présumons pas que tous les gens appartenant à un milieu défini comme non motivant ne s'impliquent pas en politique, mais simplement que, du point de vue de l'influence du milieu, telle que décrit dans la littérature citée, ils ont moins de chances d'être encouragés à participer que des gens appartenant à un milieu défini comme motivant.

correspondaient aux quatre milieux recherchés (selon les variables « occupation » et « milieu »).

On fait parfois la critique de cette technique en disant qu'elle crée un échantillon homogène, car les personnes interrogées ont tendance à référer le chercheur à des amis ou à des connaissances qui peuvent avoir des opinions semblables, étant donné les facteurs socioéconomiques probablement partagés. Toutefois, dans le cadre de cette étude, cette homogénéité à l'intérieur d'un même groupe était bel et bien recherchée. C'était plutôt entre les différents groupes qu'une hétérogénéité a été garantie (en tenant compte des deux variables). Celle-ci a été assurée en lançant plusieurs « boules de neige » dans différents milieux sociaux.

3.2 La technique de collecte de données

3.2.1 Le *focus group*

La technique qui a été utilisée pour collecter les données est celle du *focus group*. Celui-ci prend la forme d'une séance se déroulant en groupe restreint. Les participants sont amenés, par une série de thèmes et de questions évoqués par un modérateur, à débattre d'un sujet particulier, à avoir « une discussion centrée sur un objet précis » (Baribeau, 2010, p. 29). Dans le cadre de ce mémoire, les informateurs ont été interrogés par rapport à leur participation politique en ligne selon une série de questions reliées aux thèmes soulevés dans la revue de la littérature, soit l'information politique, l'intérêt politique, l'efficacité politique et la discussion politique, ce que reflète la grille de *focus group* utilisée lors des séances, disponible en Annexe I. Les élections fédérales de mai 2011 ont servi de toile de fond aux thèmes et aux questions, ce qui a permis aux personnes interrogées de pouvoir se référer à leurs expériences en ligne dans le cadre d'un contexte précis. Les *focus groups* ont tous eu lieu dans les mois suivants ces élections.

L'interaction de groupe mise en place permet explicitement de générer des données (Demers, 2010, p. 116). C'est pourquoi le groupe doit être considéré non pas comme un simple agrégat d'individus, mais bien comme une entité

constituée d'individus qui travaillent ensemble : « Les échanges servent alors à co-construire leur représentation sociale. » (Baribeau, 2010, p. 44) De plus, grâce aux *focus groups*, il a été possible d'observer comment se construisent rationnellement les raisons des participants (Van der Maren, 2010, p. 130). Selon un vocabulaire plus habermassien, on pourrait dire que les participants ont négocié ensemble leurs prétentions à la validité. Cette interaction a été prise en compte lors de l'analyse des données, car elle a été révélatrice du processus de coconstruction des arguments et des opinions.

Grâce aux *focus groups*, les participants ont pu débattre sur différents thèmes, en ayant des opinions préalables différentes. Selon l'approche habermassienne, c'est par le dialogue que les gens se forment une opinion, par la fréquentation des trois mondes (objectif, social et subjectif) dans un endroit public, dans ce cas-ci représenté à une échelle très réduite par un *focus group*. Ainsi, les *focus groups* ont permis d'assurer une certaine validité aux propos exprimés, car ceux-ci ont pu être négociés entre les participants. C'est un des aspects intéressants du *focus group*, contrairement à une entrevue individuelle, par exemple, où la personne est pratiquement libre de dire ce qu'elle veut sans voir ses arguments confrontés à ceux d'autres personnes. Dans un *focus group*, si un participant dit quelque chose d'erroné ou d'insensé, il s'expose aux commentaires ou aux corrections des autres participants. Il a été intéressant de voir si les gens arrivaient à se rapprocher de l'idéal de l'agir communicationnel, ou bien s'ils se retrouvaient toujours dans des impasses.

3.2.2 La constitution des *focus groups*

Les *focus groups* visaient une composition de trois à cinq membres. Bien que, traditionnellement, les *focus groups* comportent souvent dix ou douze participants, plusieurs auteurs ont mis de l'avant les avantages qu'il y a à tenir des séances avec un nombre plus petit de personnes, qu'on appelle parfois des « mini » *focus groups* (Carey, 1994; Davila & Dominguez, 2010; McLafferty, 2003; Morgan, 1996; Twinn, 1998).

Dans leur article traitant de l'utilisation du *focus group* en recherche sociale, Davila et Dominguez (2010) expliquent que restreindre le nombre de participants à entre trois et six permet de favoriser la tenue de débats argumentaires entre les membres, au lieu d'avoir une simple conversation orientée par le modérateur. Ainsi, moins il y a de participants dans un *focus group*, plus on augmente les chances que les personnes interagissent et débattent entre elles, tout en pouvant donner la chance à tout le monde de contribuer à la discussion. Dans les groupes plus larges, il arrive fréquemment que quelques personnes se démarquent et parlent beaucoup, au détriment des autres (Carey, 1994; McLafferty, 2003). Dans le cas de notre mémoire, rappelons que les groupes étaient hétérogènes quant à la participation politique, afin de connaître autant les raisons de discuter que celles de ne pas discuter en ligne. Ainsi, le risque aurait été grand que, dans un *focus group* à dix ou douze membres, ceux qui participent sur Internet et qui sont probablement plus intéressés par la politique s'expriment davantage que ceux qui sont moins intéressés par le sujet. Ces derniers, qui participent moins en ligne, auraient risqué une plus grande marginalisation.

Comparés aux grands groupes, les petits groupes sont également plus faciles à modérer et à orienter par rapport aux thèmes proposés (Carey, 1994; Morgan, 1996). Ces groupes sont également plus faciles à organiser, puisque réunir ensemble une douzaine de personnes dans une même pièce à une même heure peut être un exercice très ardu (Howard, Hubelbank & Moore, 1989; Twinn, 1998).

Dans le cadre de notre étude, les participants d'un même *focus group* se connaissaient généralement entre eux. Ceci a été un résultat indirect de l'utilisation de la technique de la « boule de neige », ainsi que de l'utilisation de la variable « milieu » (et, dans une moindre mesure, de la variable « occupation »), qui dicte de trouver des personnes appartenant à un milieu identique, ou du moins similaire. Utiliser des personnes qui se connaissent dans un même groupe comporte des avantages. Ceci permet de chercher à reproduire les facteurs sociaux dans lesquels vivent les participants (Kitzinger, 1994; Lunt &

Livingstone, 1996), en plus de permettre aux gens de se sentir plus à l'aise d'interagir et de discuter qu'avec des inconnus : « they hope to avoid the potentially exploitative use of focus groups, in which individuals who don't know each other meet for a hour or two and, because of the unfamiliarity of the situation, are constrained or controlled by the researcher » (Lunt & Livingstone, 1996, p. 8).

Pour ce qui est du temps consacré à chaque séance, il dépendait du temps pris par les membres pour discuter des thèmes proposés : toutefois, une heure était prévue. Les séances ont été enregistrées et filmées, afin de faciliter l'analyse des propos par la suite.

Nous avons réalisé quatre *focus groups*, afin de pouvoir explorer les quatre groupes de jeunes définis par les variables « occupation » et « milieu » (étudiants avec un milieu d'appartenance motivant; étudiants avec un milieu d'appartenance non motivant; non-étudiants avec un milieu d'appartenance non motivant; non-étudiants avec un milieu d'appartenance motivant). Cette division est illustrée dans le tableau suivant :

Occupation/Milieu	<i>Motivant</i>	<i>Non motivant</i>
<i>Étudiants</i>	Groupe 1	Groupe 2
<i>Non-étudiants</i>	Groupe 4	Groupe 3

De plus, ces quatre groupes ont permis d'atteindre une certaine saturation dans les données recueillies, c'est-à-dire qu'il est loin d'être certain que des *focus groups* subséquents auraient révélé des éléments significatifs qui n'auraient pas déjà été dits lors des quatre rencontres réalisées. En effet, Jenny Kitzinger (1994) note dans son article portant sur la méthodologie des *focus groups* que, habituellement, quatre ou cinq groupes suffisent pour atteindre un degré acceptable de saturation. De cette manière, nous nous sommes assurés de la validité de notre étude.

3.2.3 Le prétest méthodologique

Avant de tenir les quatre *focus groups*, nous en avons réalisé un qui a servi de prétest méthodologique. Il est à propos d'utiliser cette technique en guise de préparation : c'est une excellente occasion de tester la formulation des questions présentes dans la grille de *focus group* et de tester les questions de logistiques (par exemple, l'aménagement de la salle où auront lieu les séances). Qui plus est, le prétest offre la chance au chercheur de s'exercer à son rôle de modérateur, par exemple pour ce qui est de diriger un groupe de plusieurs personnes selon les thèmes proposés. C'est aussi pour le chercheur une excellente occasion de tester la maquette de *focus group* (disponible en Annexe II) remise aux participants avant la rencontre et qui leur permet de se familiariser avec le projet. Ainsi, il est possible de constater si elle répond convenablement aux interrogations que d'éventuels participants pourraient avoir.

C'est ce que soutient Jean-Marie Van der Maren, qui vante les vertus d'un prétest méthodologique et qui déplore que plusieurs chercheurs sautent cette étape : « La conduite d'une étude pilote n'est pas superflue, bien qu'elle soit souvent considérée comme un idéal auquel on tente d'échapper parce qu'on ne s'en donne pas le temps. » (2010, p. 137) Il suggère, pour cet exercice, « de recourir à un petit échantillon de personnes typiques des informateurs que l'on retiendra dans l'étude finale, ou bien à quelques comparses, des collègues, qui acceptent de jouer le jeu » (2010, p. 137).

Suivant ces conseils, nous avons réuni cinq étudiants et étudiantes de notre entourage, qui répondaient aux caractéristiques générales recherchées chez l'échantillon ciblé (jeunes adultes habitant à Montréal et dans ses environs qui utilisent régulièrement Internet). Une description détaillée des apports de ce prétest est disponible en Annexe III.

3.2.4 La composition de chaque groupe

Comme il a été dit, chaque groupe visait une composition de trois à cinq membres. En pratique, la composition de chaque groupe a varié selon le nombre

de personnes disponibles et consentantes à participer, compte tenu des deux variables de l'échantillon.

Ainsi, le premier groupe a été composé de quatre personnes, le deuxième groupe en comptait trois et le troisième, cinq. Lors de la préparation du quatrième *focus group*, trois personnes ont accepté de participer. La recherche de participants pour ce groupe s'est révélée plutôt ardue, considérant les contraintes qu'ils devaient tous travailler au même endroit (soit une même émission de variétés chez Radio-Canada) en plus de ne pas être âgés de plus de 30 ans. Les jeunes adultes qui ont accepté de participer se sont alors entendus sur une date, une heure et un endroit qui leur convenait. Cependant, lors de la tenue de la séance, une personne ne s'est jamais présentée, forçant la tenue de la session avec seulement deux participants.⁶

Compte tenu de la pertinence et de la valeur des données obtenues lors de cette séance, ainsi que de la qualité de l'interaction qui a eu lieu entre les deux participants (où le phénomène de coconstruction a été clairement observable), nous avons considéré que cette rencontre était légitime et que les résultats qui en sont ressortis apportaient une contribution significative à ce mémoire.

De plus, il semble intéressant de souligner que les groupes ont été composés respectivement de deux, trois, quatre et cinq personnes. Ainsi, cette situation nous a donné l'occasion d'explorer certaines implications méthodologiques de la taille d'un *focus group* en comparant les uns avec les autres, notamment en ce qui a trait au phénomène de coconstruction des raisons qui ressortent des séances. Est-ce qu'un groupe plus grand ou plus petit semble favoriser ou défavoriser la coconstruction d'arguments basés sur des prémisses et des conclusions? Cette exploration, qui permet d'avancer des recommandations par rapport au nombre de participants à favoriser lors de la tenue d'un *focus group*, est disponible Annexe III.

⁶ Bien que la littérature parle rarement de *focus groups* comportant deux membres, nous pouvons toutefois en mentionner l'existence en contexte d'entreprise, chez *Beacon Technology Partners*, qui mise sur des mini *focus groups* composés de deux à cinq membres (2010).

3.2.5 Le rôle du chercheur en tant que modérateur

Le chercheur, en tant que modérateur, joue un rôle important lors d'un *focus group* : c'est lui qui a comme tâche de s'assurer que tout se déroule dans une ambiance qui incite à la discussion rationnelle, tout en intervenant aux moments opportuns afin d'inciter les participants à aller plus loin dans leurs raisonnements. Évidemment, notre rôle a dépassé les frontières des séances. Étant donné notre position d'observateur, qui nous a assuré une distance critique par rapport au débat, nous avons pu analyser « objectivement » le discours des participants, afin d'identifier les écarts quant à la situation de discours idéal : « an observer analyzing a discourse could more accurately spot such deviations from an ideal "speech situation" than could the engaged participants » (Habermas, 2003, p. 107). Ceci a permis, au besoin, de pouvoir réorienter le débat lorsqu'il déviait trop par rapport aux thèmes de la recherche.

3.2.6 Le déroulement

Les *focus groups* se sont déroulés de manière semi-structurée. Les questions posées étaient ouvertes et favorisaient l'expression de la pensée des sujets, pensée qu'ils ont négocié en présence des autres membres du groupe. Michel Demers explique pourquoi cette façon de faire est importante, en citant un texte de Paul Geoffrion (1993, p. 312) :

Ce contexte crée une dynamique de groupe où les énoncés formulés par un individu peuvent engendrer des réactions et entraîner dans la discussion d'autres participants. Les arguments présentés pour ou contre un point de vue peuvent aider certains participants à se former une opinion sur un sujet pour lequel ils n'avaient possiblement que peu d'intérêt auparavant (Demers, 2010, p. 116).

Bien que nous ayons dû diriger la discussion pour éviter les débordements, nous ne nous en sommes pas tenus strictement à la grille de *focus group*. Ceci a permis de donner la chance à certains aspects ou points importants, auxquels nous n'avions pas pensés, de ressortir naturellement des échanges : « Ce sont les informateurs qui savent et le chercheur qui a besoin de découvrir leurs

expériences, leurs émotions, leurs perceptions ou leurs appréhensions. » (Van der Maren, 2010, p. 133)

Cette manière semi-structurée de procéder a également permis de découvrir l'organisation des interprétations du passé des informateurs, tout en leur permettant naturellement de parler des événements les plus importants à leurs yeux, ce qui a fait ressortir, par le fait même, les raisons les plus grandes de discuter ou non de politique sur Internet.

3.2.7 Les *focus groups* pour favoriser le débat

Lors de *focus groups*, il est important de trouver un équilibre entre les intérêts du chercheur et ceux des participants : c'est pourquoi il est préférable de questionner les gens sur des sujets qui les intéressent. Questionner uniquement des personnes qui ne s'intéressent pas à la politique, notamment à la politique sur Internet, pour connaître leurs raisons, risquerait d'être peu révélateur : « people do not talk at length and with interest about an issue on which they have nothing meaningful to say » (Lunt & Livingstone, 1996, p. 14). C'est pourquoi il a fallu les placer dans une situation qui incite au débat, c'est-à-dire en présence de personnes qui pensent différemment (Toure, 2010; Davila & Dominguez, 2010) et avec un nombre restreint de participants (Carey, 1994; Davila et Dominguez; McLafferty, 2003). Selon Habermas (2003), les gens veulent se convaincre l'un l'autre, et utilisent les meilleurs arguments, qui relèvent de l'acceptabilité rationnelle, pour le faire. D'un point de vue plus phénoménologique, mais tout de même pertinent dans le cadre de cette recherche, les *focus groups* ont permis de faire ressortir l'intersubjectivité, qui est « l'unique moyen dont dispose le chercheur pour accéder à la connaissance du social. » (Toure, 2010, p. 9)

De cette manière, le *focus group* permet d'exposer les opinions des participants à celles des autres, afin qu'elles puissent être remises en question et que les gens aient la chance de se repositionner selon s'ils sont en accord ou non avec les discours d'autrui : « Participants do not just agree with each other, they also misunderstand one another, question one another, try to persuade each other of

the justice of their own point of view and sometimes they vehemently disagree. »
(Kitzinger, 1994, p. 113)

Ainsi, le *focus group* a permis aux participants de valider leurs opinions, rendant leurs arguments plus solides et résistants à la critique, ou de les ajuster à la lumière des arguments opposés. Cet exercice nous a permis d'avoir accès à des données qui ont été validées dans un processus communicationnel normatif, les rendant plus adéquates pour tirer des conclusions :

As such, the focus group is used to simulate some of the processes of public opinion formation, where public opinion is understood as the outcome of rational critical debate or negotiation, rather than as the agglomeration of individual attitudes (Lunt & Livingston, 1996, p. 11).

Grâce aux *focus groups*, les sujets ont pu coconstruire leurs arguments en s'appuyant sur les prémisses et sur les conclusions présentées par autrui afin de les développer ou de les réfuter.

3.2.8 Les caractéristiques de la sphère publique comme notions critiques

Habermas insiste sur trois conditions centrales nécessaires à la présence d'une sphère publique. Ces conditions, transposées au contexte du Web 2.0, ont été utilisées comme des notions critiques, qui ont permis d'évaluer la valeur démocratique des discussions entreprises ou non en ligne par les jeunes adultes, ainsi que les raisons qu'ils ont mises de l'avant pour s'expliquer. Ces caractéristiques ont été prises en considération lors de l'élaboration de la grille de *focus group*, dont les questions ont servi à diriger chaque groupe par rapport aux thèmes de la recherche.

La première caractéristique est celle de l'accessibilité universelle à la sphère publique. Ainsi, comment est-ce que les participants décrivent leur accès au Web 2.0? Est-ce qu'ils se considèrent libres de le visiter quand bon leur semble? Est-ce que certaines barrières à l'utilisation se dressent devant eux? Est-ce qu'ils possèdent les outils, les capacités techniques et cognitives et le temps pour utiliser Internet à des fins politiques? Plus spécifiquement, les jeunes adultes ont

été interrogés quant à l'accès qu'ils ont au Web et quant à leur degré d'habileté à naviguer et à discuter sur Internet.

La deuxième caractéristique de la sphère publique est celle de l'indépendance par rapport aux intérêts commerciaux et gouvernementaux. Comment est-ce que les participants de cette étude perçoivent la présence d'intérêts commerciaux ou gouvernementaux sur les sites Internet qu'ils visitent? Est-ce qu'ils décident de visiter des sites exempts de ces intérêts (par exemple, les sites indépendants ou à but non lucratif) lorsque vient le temps de s'informer sur la politique ou de participer? Le cas échéant, comment est-ce qu'ils décrivent les ressources que ces sites offrent? À l'opposé, de quelles manières décrivent-ils celles offertes par des sites commandités, directement ou indirectement, par des partis politiques? Comment expliquent-ils leur expérience sur ces sites? Sont-ils victimes de la publicité, et, le cas échéant, influence-t-elle leurs opinions? Leurs arguments sont-ils motivés par des intérêts commerciaux ou gouvernementaux, consciemment ou non? Les participants ont été précisément questionnés quant à leurs sources principales d'information politique et quant aux intérêts (professionnels, personnels, commerciaux) qui sont véhiculés dans les publications en ligne.

La troisième caractéristique que donne Habermas de la sphère publique est la nécessité de tenir des débats critiques et rationnels. Comment est-ce que les jeunes adultes de cette étude expérimentent les situations où ils sont invités et autorisés à participer sur les sites qu'ils visitent? Comment est-ce qu'ils expliquent ce qu'ils font de leur participation? Comment est-ce qu'ils décrivent le rôle qu'ils jouent dans le domaine politique? De quelles manières est-ce qu'ils participent ou non à des débats sur le Web 2.0 avec d'autres citoyens, ou encore avec des élus? Considèrent-ils qu'Internet leur offre la possibilité d'étayer des arguments rationnels qui expriment le fin fond de leur pensée? À l'opposé, est-ce que les débats sont sabotés par des insultes et des attaques personnelles? Les jeunes adultes des *focus groups* ont été interrogés pour savoir comment se déroulent habituellement les discussions en ligne : habituellement, se concluent-elles par un accord ou mènent-elles à une impasse?

3.3 L'analyse des données

3.3.1 L'extraction des arguments

Afin de mettre en évidence comment les participants des *focus groups* coconstruisent leurs arguments et débattent de leurs opinions, une méthode permettant d'extraire les arguments et de les comprendre dans leur contexte intersubjectif était nécessaire. Cette extraction a permis de constater de quelles manières les jeunes adultes interrogés construisaient et exprimaient, dans le contexte d'une rencontre, les raisons qu'ils ont de discuter ou de ne pas discuter en ligne. Cette méthode a permis notamment de voir si les arguments donnés par les participants étaient repris ou contestés par les autres, et même de voir si ces arguments semblaient influencer ou non les points de vue d'autrui.

Comme l'a constaté Milton Campos dans ses recherches sur les forums de discussion en réseau (2000; 2004; 2005), la collaboration et la communication entre personnes permettent la coconstruction de connaissances. En se basant sur les résultats qu'il a obtenus, il en vient à la conclusion que les réseaux ont la possibilité de permettre la mise en place d'une collaboration qui permet de faire avancer les connaissances par rapport à un domaine ou à un sujet. En s'inspirant de la méthodologie constructiviste critique que Campos a développé afin d'analyser la collaboration sur les réseaux, nous proposons ici une méthode d'extraction des arguments permettant d'attirer l'attention sur les raisons que les participants des *focus groups* ont mis de l'avant pour justifier leur participation à des discussions politiques en ligne.

3.3.1.1 La perspective constructiviste critique

Campos explique que c'est après avoir travaillé pendant plusieurs années avec l'analyse de transcriptions, à la recherche d'outils fiables permettant d'étudier les processus de construction de la connaissance, qu'il a élaboré une méthode qualitative qui prend également en compte les données quantitatives. Ainsi, cette méthode (qu'il désigne, du point de vue théorique, comme « *the ecological constructivist perspective* ») s'inscrit dans la perspective constructiviste critique

et permet d'intégrer, dans l'extraction des arguments, les éléments contextuels des discussions (ce qui relève du qualitatif) ainsi que les opérations logiques sous-jacentes (ce qui relève à la fois du qualitatif et du quantitatif). La méthode permet de considérer la production de sens comme un processus social : « *The ecological constructivist perspective suggests that the social environment and the individuals are part of a symbolic ecosystem which is the networked cognitive communication.* » (Campos, 2004, p. 7)

Cette méthode permet de mettre en évidence les différents arguments présents dans une transcription. Trois étapes sont effectuées lors du codage d'un texte (Campos, 2004, p. 11; Campos, Laferrière & Lapointe, 2005, p. 60).

La première étape consiste à identifier les opérations logiques sous-jacentes au discours dans chacune des phrases, afin d'en révéler la nature. Les cinq opérations logiques répertoriées sont l'affirmation, la négation, le conditionnel, la conjonction et la disjonction.

La deuxième étape consiste à identifier les fonctions principales d'un argument tenu. Ainsi, l'unité de codage est le message. Il s'agit donc d'identifier les fonctions principales des arguments en portant attention au contenu des messages. À cette étape, les arguments peuvent remplir une des trois fonctions suivantes : affirmer quelque chose (on avance quelque chose), présenter des données (on fournit une preuve de ce qu'on avance) et formuler une hypothèse (on s'engage dans un processus de formulation d'une hypothèse).

La troisième étape consiste à définir le sens propre à une série d'arguments énoncés par une ou plusieurs personnes. Ici, l'unité de codage est le fil d'une conversation (continue ou discontinue). Il appartient au chercheur de regrouper chacune de ces unités sous un même thème qui reflète le sens des arguments avancés. Le nom du thème est choisi par le chercheur, qui doit trouver la meilleure manière de l'identifier pour pouvoir développer une analyse évocatrice de sens.

3.3.1.2 La mise en évidence des arguments

La méthode de la perspective constructiviste écologique vise à analyser les processus menant à la construction de connaissances. Ceci, par contre, n'est pas le but de ce mémoire : c'est pourquoi la première et la deuxième étapes ont été utilisées comme des indicateurs pour enrichir la compréhension des arguments (ou des raisons) analysés, et non pour les débusquer. Cependant, la troisième étape s'est révélée fondamentale, car elle propose une manière efficace de mettre en évidence, en les regroupant par thèmes, les raisons des jeunes adultes composant l'échantillon de la présente étude, en considérant que celles-ci découlent d'arguments explicites ou implicites⁷.

Qu'est-ce qu'un argument? Nous nous appuyons sur la définition de Leonidas Hegenberg (citée par Campos, 2004, p. 7) pour définir un argument comme un ensemble de prémisses qui mènent à une conclusion. C'est avec ceci en tête que nous avons lu attentivement le verbatim de chacun des *focus groups* afin d'identifier dans chaque discours les prémisses et les conclusions qui forment les arguments pertinents dans le cadre de ce mémoire.

Il a été possible de souligner méthodiquement les arguments pertinents⁸ mis de l'avant par les participants pour constater s'ils servaient de prémisses ou d'oppositions aux arguments avancés par autrui, afin de révéler le processus intersubjectif propre à la communication en groupe. Ainsi, dans ce mémoire, la troisième étape de la perspective constructiviste écologique s'est révélée nécessaire pour faire des liens entre les arguments répertoriés (une fois qu'elle a été couplée à la méthodologie de la reconstruction rationnelle, présentée plus bas) afin de mettre en lumière les raisons qu'ont de jeunes adultes de participer ou non à des discussions en ligne.

⁷ Souvent, les prémisses des arguments avancés se révèlent être implicites : il appartient alors au chercheur de considérer le contexte pour pouvoir interpréter les prémisses sur lesquelles s'appuient les arguments (van Eemeren, Grootendorst et Henkemans, 2002, p. 76-77).

⁸ La pertinence des arguments est déterminée en prenant en considération ce que l'étude désire connaître et expliquer. Il en va de même pour la sélection des thèmes. Comme le soutiennent Grize et Piérait-Le Bonniec, « le nombre des objets mis en évidence relève [d'un certain] arbitraire. » (1991, p. 110)

Bien que Campos analyse des forums de discussion en réseau, les principes argumentatifs (prémisses, conclusions, etc.) sur lesquels la méthode s'appuie sont les mêmes dans le contexte d'un *focus group*. Les deux situations réunissent des individus qui mettent de l'avant certains arguments et qui peuvent s'opposer ou s'allier à ceux d'autrui, auxquels ils sont exposés. Bien que la dynamique de groupe soit différente lorsqu'on passe d'une discussion médiée par ordinateur à une discussion en face à face, l'application d'une méthode d'extraction et d'analyse des arguments tenus par les participants peut s'appuyer sur les mêmes bases méthodologiques.

3.3.2 La reconstruction rationnelle

3.3.2.1 Une méthode habermassienne

La reconstruction rationnelle s'appuie directement sur la méthode que Habermas utilise pour élaborer ses écrits théoriques : il reconstruit rationnellement les arguments pertinents de différents auteurs en les alliant les uns avec les autres, afin de faire émerger une nouvelle théorie, qui lui est propre. C'est de cette manière qu'il a bâti sa théorie de l'agir communicationnel, en s'inspirant de la pensée de Weber, de Mead, de Durkheim, de Parsons et de plusieurs autres figures contemporaines.

Dans le cadre de ce mémoire, cette méthodologie a permis de bonifier celle présentée plus haut afin de reconstruire le sens des arguments tenus par les sujets.

La reconstruction rationnelle a été traitée de long en large dans un texte de Jørgen Pedersen (2008), qui explique que cette méthode s'inscrit comme une alternative à la dichotomie habituelle entre l'objectivisme et le subjectivisme. Elle permet d'étudier ces deux aspects, en y ajoutant l'aspect social (ce qui complète les trois mondes de la théorie de Habermas).

Cette méthodologie accorde au langage une place centrale, car celui-ci modifie l'interprétation que les humains ont du monde. Ainsi, si on ne peut avoir

directement accès à l'interprétation subjective des autres, on peut toutefois savoir comment ils décrivent, verbalement, cette interprétation. C'est pourquoi il faut étudier les arguments des sujets, et non un quelconque contenu subjectif auquel on ne peut que prétendre avoir accès. Il ne faut toutefois pas s'en tenir à une description des arguments utilisés : il appartient au chercheur d'aller plus loin afin de comprendre, en interprétant ces arguments, de manière à saisir le sens profond que ces énoncés ont pour les sujets.

The social scientist can *not* confine himself to describing de facto views; he can understand the empirical power of convincing new ideas, and the devaluation, the loss of the power to convince, of old ideas only to the degree that he becomes aware of the *reasons or grounds* with which the new ideas established themselves. (Habermas, 1984, p. 192)

Habermas explique que cette approche pragmatique formelle, contrairement à une approche pragmatique empirique, a l'avantage de donner au chercheur les instruments conceptuels nécessaires pour reconnaître la base rationnelle de la communication linguistique parmi une panoplie complexe de situations observables de la vie quotidienne : « formal pragmatics can do more than even the most precise empirical description of the phenomena to be explained. » (Habermas, 1984, p. 331)

De plus, Habermas souligne que ce qui est parfois considéré comme de la subjectivité est plutôt de l'intersubjectivité, car les pensées d'une personne peuvent être influencées par celles des autres lors de discussions rationnelles (Habermas, 1987, p. 95-96). Cette influence est loin d'être néfaste : au contraire, elle assure une grande validité aux raisons mises de l'avant par les individus, puisqu'elles sont exposées au regard et à la critique des autres, par exemple dans le contexte d'un *focus group* : « it is through rational-critical communication that discourse moves away from coercion or non-public reason towards greater rational communication and a stronger public sphere. » (Dahlberg, 2005, p. 124)

3.3.2.2 La place centrale du contexte

Habermas considère l'importance que joue le contexte dans la compréhension des interactions langagières. Il s'appuie sur Garfinkel et sur sa définition de la communication de tous les jours comme étant dépendante du contexte pour s'expliquer : « utterances in which indexical expressions appear do not at all need to be "put in order", because context-dependency is not a defect but a necessary condition for the normal use of our language. » (Habermas, 1984, p. 125)

De cette façon, la personne qui interprète les propos d'un orateur doit connaître le contexte sur lequel celui-ci s'appuie, ou alors elle doit demander à ce que ce contexte soit explicite. Le contexte est également central à la compréhension de la suite logique des interactions : « the appearance of continuity across a number of action sequences can be secured only through reference to the given context » (Habermas, 1984, p. 124).

Cette prise en considération du contexte met en garde les sociologues qui seraient tentés d'objectiver la réalité sociale en présumant que celle-ci existe en elle-même, indépendamment de variables contextuelles. Habermas va un pas plus loin en soulignant que le scientifique social contribue lui aussi, en tant que participant à l'interaction, à établir le contexte de l'action qu'il désire analyser comme un objet (Habermas, 1984, p. 125).

3.3.2.3 La reconstruction rationnelle pour analyser le discours

La reconstruction rationnelle permet donc d'analyser le discours d'individus réunis en groupe. Elle permet de réfléchir sur les arguments primordiaux et communs aux sujets, donc autant ceux sur lesquels ils s'entendent que ceux sur lesquels ils s'opposent. Il est pertinent non seulement de décrire ce que les sujets disent, mais également de l'interpréter dans son contexte. Ainsi, le langage interprété, exprimé par des arguments, nous a donné accès à la réalité symbolique structurée des jeunes adultes par rapport aux raisons qui les encouragent ou les découragent à discuter de politique sur Internet.

C'est à cette étape que la méthode d'extraction des données inspirée de la perspective constructiviste critique se conjugue à la reconstruction rationnelle pour faire émerger du sens des données recueillies lors des *focus groups*. En effet, alors que la troisième étape de la méthode présentée par Campos permet de mettre en évidence les arguments utilisés par les jeunes adultes interrogés (en les regroupant en thèmes), la reconstruction rationnelle permet non seulement de comparer les arguments utilisés lors d'un même *focus group* entre eux, mais également de comparer les différents groupes ensemble.

Afin de faire ressortir la coconstruction des arguments lors des *focus groups*, il importe d'analyser chacun des arguments pertinents tenus par les participants et de voir sur quoi ils se fondent, en mettant l'accent sur les prémisses et les conclusions (ce qui représente la base d'un argument tel que définit par Hegenberg). Est-ce qu'un argument se base sur un argument avancé par un autre participant, ou est-ce qu'il se base sur des prémisses implicites ou explicites? De plus, il faut examiner comment les autres participants réagissent : Est-ce qu'ils sont en accord ou en désaccord? S'ils sont en désaccord, est-ce qu'ils s'opposent aux prémisses ou à la conclusion à laquelle arrive un argument? N'oublions pas que la production d'arguments a toujours pour but de justifier ou de réfuter quelque chose (van Eemeren, Grootendorst & Henkemans, 2002, p. 39) : il importe donc d'étudier ce qui est justifié ou réfuté entre les participants.

Bref, comme nous le verrons sous peu, la reconstruction rationnelle a permis de comprendre, d'expliquer et d'analyser les raisons (exprimées sous la forme d'arguments lors des *focus groups*) qui incitent les jeunes adultes québécois à participer ou non à des discussions politiques sur Internet.

3.3.2.4 Les 10 principes méthodologiques

Pedersen énumère 10 principes méthodologiques qui régissent la reconstruction rationnelle. Dans le cadre de ce mémoire, ces principes ont servi d'indicateurs afin de s'assurer que la méthodologie utilisée demeurerait dans la lignée de la théorie habermassienne présentée dans le cadre théorique. Chacun de ces 10

principes est ici exposé, accompagné d'une explication de comment chacun d'eux rejoint la méthodologie utilisée pour l'extraction et l'analyse des arguments.

1. Les êtres humains vivent dans une réalité symbolique structurée, dont le système symbolique primaire est le langage. Ce système n'est pas clair et sans ambiguïté, ce qui impose interprétation de la part du chercheur.
 - Dans le cadre de ce mémoire, c'est bel et bien le langage qui a été étudié. Celui-ci, véhiculé par les participants des *focus groups*, donnait accès à leur réalité symbolique. Le principe 1 s'est appliqué notamment lors de la sélection des thèmes : nous avons effectivement dû interpréter les données afin de les regrouper.
2. La reconstruction rationnelle révèle des structures profondes qui régissent la production d'expressions linguistiques ayant du sens.
 - La production d'arguments, comme toute production d'expression linguistique, repose sur des structures profondes. Celles-ci ont été présumées lors de l'analyse des prémisses et des conclusions.
3. Cette méthode rend explicite la connaissance préthéorique implicite des sujets : le « know how »⁹ (connaissance implicite) et le « know that » (connaissance explicite). Par la reconstruction rationnelle, la connaissance implicite devient explicite. Ainsi, grâce à la connaissance implicite (« know how »), un acteur langagier peut être capable de dire des choses sensées et de développer des arguments consistants, sans nécessairement connaître les règles qu'il doit suivre lorsqu'il énonce ces actes de parole. À l'opposé, lorsque l'acteur est conscient de cette connaissance, on parle alors de connaissance explicite (« know that »).
 - Les participants des *focus groups* ont produit des arguments sans nécessairement avoir conscience des structures qui régissent cette production (connaissance implicite). C'est alors en analysant les

⁹ Dans l'édition française de *Théorie de l'agir communicationnelle* (Volume deux), « know how » et « know that » ne sont pas traduits en français. Par soucis d'exactitude, nous reprenons ici ces expressions anglaises.

arguments, sur la base des prémisses et des conclusions, que cette connaissance implicite est devenue explicite.

4. En plus de chercher à connaître les caractéristiques valides à l'intérieur d'un contexte particulier, les reconstructions révèlent une connaissance théorique implicite (« know how ») universelle, c'est-à-dire propre à une espèce et qui n'est pas dépendante de variables contextuelles limitées dans le temps et dans l'espace. Bref, la reconstruction rationnelle peut servir à exposer les structures qui régissent et permettent le langage.
 - Ce principe (qui s'apparente au principe 2) affirme que tout ce qui est exprimé a une structure, ce qui inclut la structure de l'argumentation analysée dans ce mémoire. Ainsi, en analysant les prémisses et les conclusions d'un argument, il a été possible de montrer comment celui-ci est formé de manière structurée.
5. La reconstruction a une revendication essentialiste, car elle prétend rendre explicite des caractéristiques intrinsèques de ce qui est étudié.
 - Tout comme le principe 4, ce principe soutient que l'on peut rendre explicite des structures implicites, comme cela a été le cas lors de l'analyse des arguments.
6. La reconstruction révèle des compétences à la fois fondamentales (reconstruction horizontale) et des compétences développées historiquement (reconstruction verticale).
 - Le principe 6 va au-delà de ce que nous désirions accomplir dans le cadre de cette recherche : il est plus pertinent au niveau de la construction de théories. Néanmoins, notre méthodologie est en accord avec ce principe, dans le sens où nous reconnaissons que certaines compétences sont fondamentales alors que d'autres sont construites.
7. Les hypothèses produites par les analyses reconstructives sont faillibles, car elles sont basées sur des analyses empiriques du langage.
 - Le principe 7 a été pris en considération dans le cadre de l'analyse empirique du langage proposée dans ce mémoire, pour ce qui a

trait au contenu des arguments, qui ne peut prétendre avoir une validité universelle.

8. La reconstruction rationnelle a une fonction à la fois critique, constructive et théorique. Puisqu'elle permet de mettre en évidence les énoncés considérés comme valides, cette méthode permet la mise en place d'un nouveau standard de validité à partir duquel l'on peut juger les énoncés subséquents.
 - Le principe 8 a été respecté aux niveaux critique et constructif dans cette recherche. Cela a notamment été le cas lors de la sélection et de l'analyse des raisons considérées comme pertinentes (et valides) dans le cadre de ce mémoire. Pour ce qui est du niveau théorique, il va au-delà du cadre de la présente étude.
9. Cette méthode repose sur un pluralisme théorique et méthodique, permettant une approche des phénomènes sociaux qui ne se restreint pas à une seule discipline.
 - Le principe 9 ne s'est pas vraiment appliqué à notre mémoire, car il relève plutôt de la construction de théories.
10. La validité des hypothèses se teste dans la vérification indirecte grâce à d'autres théories empiriques : la validité est basée sur la façon dont les hypothèses fonctionnent avec une variété d'autres théories en coopération productive. C'est donc en testant ces hypothèses avec d'autres théories empiriques que l'on peut s'assurer d'un certain niveau de validité.
 - Tout comme le principe 9, ce principe sert plutôt à la construction de théories et ne s'est donc pas vraiment appliqué à notre mémoire.

Nous pouvons ainsi constater que la méthodologie d'analyse des arguments de ce mémoire a respecté la plupart des principes de la reconstruction rationnelle.

Les principes non respectés (6, 9, 10) ne cadrent pas avec cette recherche, car ils servent plutôt à guider la construction de théories scientifiques.

C'est grâce à la méthode d'extraction des arguments présents dans les *focus groups*, méthode qui est en accord avec la reconstruction rationnelle, que nous sommes maintenant en mesure de présenter les résultats obtenus dans le cadre de ce mémoire.

4 CHAPITRE 4 : RÉSULTATS

Les *focus groups* qui ont été menés dans le cadre de ce mémoire révèlent plusieurs raisons qu'ont les jeunes adultes de discuter ou de ne pas discuter de politique sur Internet. Il est maintenant temps d'en présenter l'extraction des arguments. Celle-ci est d'abord séparée par *focus group*, puisque chacun d'entre eux était constitué de participants aux caractéristiques socioéconomiques relativement homogènes en soi (notamment en ce qui a trait au statut d'étudiant ou non), mais hétérogènes par rapport aux autres groupes. Les résultats sont ensuite regroupés selon différentes catégories par rapport à la participation politique et reliés aux raisons de discuter ou non sur le Web.

Une fois que nous aurons fait le tour des principaux arguments qui sont ressortis dans chacun des groupes, nous les comparerons entre eux pour pouvoir souligner les points de convergence et les points de divergence.

Notons que, afin de préserver l'anonymat des participants, nous les avons identifié par le numéro de leur *focus group* et par une lettre (1A, 1B, 2A, etc.). De plus, tous les noms ont été masculinisés : une représentativité la plus équilibrée possible ayant été assurée (notre échantillon était composée de 8 hommes et de 6 femmes), cette mesure supplémentaire a contribué à préserver l'anonymat.

4.1 *Focus group 1*

Le premier *focus group* était constitué de jeunes adultes appartenant à un milieu motivant à participer à des discussions politiques en ligne, soit un milieu hautement politisé. Les participants (1A, 1B, 1C et 1D) étaient quatre étudiants de 1^{er} cycle dans la même université et dans un domaine relié à la politique (sciences politiques, communication politique ou études internationales). Bien que tous avaient un intérêt préalable pour la politique, la question était de savoir si ces jeunes utilisent Internet pour en discuter, ou s'ils préfèrent s'en abstenir. Si tous se branchent quotidiennement à Internet, ce n'est pas tout le monde qui

utilise le Web pour exprimer son opinion politique ou pour débattre avec ses pairs.

4.1.1 La pertinence des discussions en ligne

Ce *focus group* révèle que tous les participants utilisent le Web afin de s'informer politiquement, même s'ils n'accordent pas tous la même valeur aux informations trouvées sur Internet. Si les participants s'entendent pour dire que les sources officielles, issues de sources traditionnelles comme les journaux ou les chaînes de télévision, sont fiables, ce n'est pas toujours le cas pour ce qui est des opinions exprimées dans le cyberspace par leurs concitoyens. Cette pertinence accordée à ce qui est exprimé en ligne semble être une raison à part entière qui justifie qu'ils discutent ou non de politique sur Internet. Et, sur ce point, les participants de ce groupe ont des visions bien divergentes.

À la suite de quelques échanges concernant les résultats des élections fédérales, 1B en réduit l'importance en affirmant que c'est « rien que les résultats des élections » (ligne 75). C'est pour cette raison qu'il affirme que les résultats ne le dérangent pas (même s'il aurait préféré un dénouement différent). 1D réplique alors en s'opposant à la conclusion de 1B, en affirmant que ces résultats le dérangent, lui, et que c'est pour ça qu'il n'accorde pas beaucoup de pertinence à l'information véhiculée par les quidams en ligne, fondant cette conclusion sur la prémisse que « c'est pas nécessairement brillant » (ligne 81). Ainsi, il semble tirer cette conclusion du raisonnement implicite que puisque les gens ne votent pas de manière « brillante » (prémisse), ce qu'ils diront en ligne ne sera pas non plus « brillant » (conclusion).

En guise de preuve, 1D fait une analogie avec la télévision, en se basant sur les prémisses que ce média offre la parole au peuple, qu'il suit la vague populaire et qu'il est très proche des gens. Ceci mène à la conclusion implicite que ce qui est à la télévision n'est pas toujours brillant. Selon lui, c'est la même chose sur Facebook, qui réunit des prémisses semblables : « ce qui est écrit sur Facebook ou sur les blogues ou n'importe quoi, c'est beaucoup plus proche de ce que les gens pensent » (ligne 95). Il ajoute comme exemples les sites d'extrémistes, qui

le découragent, afin de soutenir sa conclusion selon laquelle ce qui est dit sur Internet n'est pas brillant.

Plus loin, 1D revient à la charge en ajoutant qu'il préfère lire « des articles, mettons, scientifiques, d'économistes qui pensent vraiment pas comme [lui], pour voir l'argument étoffé contraire. » (ligne 384) Ainsi, il semble accorder moins de valeur aux opinions du peuple et plus de valeur à celles des « experts », le menant à cette conclusion : « Donc, je m'intéresse pas à ce que le monde *post* sur Facebook, pis je m'intéresse pas vraiment à ce qu'ils disent sur Facebook » (ligne 395)

À un certain moment, 1B, 1C et 1D dénoncent que les gens peuvent être facilement influençables et peuvent changer d'opinion trop rapidement, au gré de ce qui est dit dans les médias ou par les politiciens. 1A conclut et résume cet argument : « Moi, ce que je remarque, c'est que Facebook fait ça aussi. Le monde change d'opinion relativement rapidement » (ligne 597).

Quelques minutes plus tard, 1D reprend cette conclusion (« le monde change d'opinion relativement rapidement ») et l'explique en se basant sur la prémisse « que y'a comme pas de *bullshit* filtre » sur Internet (ligne 634). De plus, il ajoute une autre prémisse : « le monde s'en fout un peu de ce qu'il écrit. » (ligne 642) C'est à cause de ces deux prémisses que, selon lui, les gens vont changer d'opinion (conclusion) (même si ce changement est dû à des faussetés véhiculées sur le Web). Cet argument justifie pourquoi les discussions en ligne ne volent pas haut (prémisse), appuyant sa conclusion : « J'ai pas eu la chance d'expérimenter des discussions intéressantes, sur Facebook, euh, souvent. » (ligne 643) Cette conclusion ajoute à l'argumentaire de 1D, qui soutient que les discussions en ligne ne sont pas pertinentes (prémisse), et que c'est pourquoi il ne s'y intéresse pas (conclusion).

1B s'oppose éventuellement implicitement à la conclusion « le monde change d'opinion relativement rapidement », qui sous-entend un jugement sous la forme de la prémisse implicite qu'il n'est pas bien de changer d'opinion aussi vite. Il soutient son contre-argument en apportant une nuance à cette

affirmation et en s'opposant à la prémisse implicite, en expliquant que, si le changement d'opinion se base sur une réflexion aboutie (prémisse), alors il peut être positif de changer d'opinion (conclusion) :

y'a des gens qui le font, qui hésitent pas à changer d'idée, parce qu'il faut faire la distinction entre ce qui est bien et ce qui est pas bien de changer, d'avoir ce changement d'idée. J'pense que Internet apporte ça. Y'en a qui changent d'idée aux deux secondes, qui vont changer de parti politique comme de coiffeur. Mais y'en a que tu peux changer d'idée [de manière réfléchie], pis ça permet ça j'pense Facebook plus qu'en personne. Pis j'pense que c'est bien, j'pense que c'est la base de la démocratie aussi. (ligne 667)

Ainsi, l'argument de 1B est le suivant : Facebook permet de changer d'idée de manière réfléchie par la discussion (prémisse), changer d'idée est la base de la démocratie (prémisse), donc Facebook est un outil démocratique (conclusion). 1D ne réplique pas à cet argument.

4.1.2 Face à face contre en ligne

Un autre aspect qui rejoint la pertinence des discussions en ligne est la comparaison avec les discussions hors ligne. Sur ce point encore, les participants ont des opinions différentes, comme le montre la coconstruction argumentaire suivante.

1B explique qu'il aime utiliser Facebook pour connaître les opinions des autres (nous reviendrons sur cette raison), notamment en prenant connaissance du contenu que ceux-ci partagent. Souvent, ce contenu peut permettre de générer des discussions, en ligne ou en personne.

1D remet alors en question la pertinence des discussions tenues en ligne, en affirmant qu'il préfère parler de politique en face à face plutôt qu'en ligne. Pour soutenir cet argument, il avance comme prémisse que, sur Internet, « t'es un peu comme caché » (ligne 306). Ceci le mène à la conclusion que les conversations en ligne ne sont pas pertinentes, alors que celles hors ligne le sont : « Moi, j'aime ça parler de politique avec le monde, mais en face à face, pis directement. J'trouve

que y'a comme quelque chose de plus vrai, que derrière un média, sur Internet.
(1D, ligne 306)

Après quelques échanges sur un sujet connexe, 1C reprend la prémisse de 1D, mais en tire une conclusion complètement opposée. Il est d'accord que sur Internet, les gens sont plus cachés que hors ligne : néanmoins, ceci le mène à la conclusion qu'Internet permet aux personnes gênées de s'exprimer : « quand t'es caché, ça ouvre la porte à d'autres gens plus gênés, qui sont plus mal à l'aise, pis ça leur permet de s'initier à la joute politique. » (ligne 333) Il appuie cette conclusion sur trois prémisses : « la joute politique conventionnelle, style "on est les quatre ensemble pis on parle", la majorité de la population va être gênée et va avoir de la misère à faire son point » (ligne 335); « vu que t'es derrière un écran, t'as comme un voile, pis tu te sens plus à l'aise d'exprimer tes points de vue » (ligne 337); « si tu vas confronter la personne en vrai, peut-être que tu vas avoir un blocage de sa part, parce qu'elle est pas habituée » (ligne 340). 1A approuve la conclusion de 1C : « j'suis d'accord que ça permet à certaines personnes qui, en face à face auraient de la difficulté [à s'exprimer] » (ligne 350). Il ajoute que, parce qu'elle permet d'avoir une conversation moins émotionnelle (prémisse), la discussion en ligne peut-être préférable à la discussion en face à face (conclusion). 1B ajoute une prémisse pour soutenir cette dernière conclusion par argumentation subordonnée¹⁰, soit que les discussions en ligne permettent de prendre le temps « de te calmer » (ligne 359). 1A donne un exemple personnel pour soutenir son argument :

j'ai un autre de mes amis qui travaille à l'Institut économique de Montréal [...] pis qui est pro conservateur, pro Harper. [...] En personne, quand je le vois, on veut se sauter à la face, mais, sur Facebook, ben... Je sais pas si le fait aussi que t'as tous tes amis Facebook, t'as tous ses amis Facebook qui peuvent voir l'échange, qui fait en sorte que [...] tu restes poli, t'argumentes avec, mais tu te mets pas à

¹⁰ Van Eemeren, Grootendorst et Henkemans (2002) présentent quatre structures argumentaires, qui peuvent se combiner pour créer un argumentaire complexe : l'argumentaire simple, l'argumentaire multiple, l'argumentaire coordonné et, comme dans l'exemple de 1B, l'argumentaire subordonné. Ce dernier type se définit comme une suite d'arguments où chaque argument supplémentaire sert à justifier celui qui le précède.

l'insulter. [...] En personne, si on était en train de prendre une bière ensemble, pis là, t'arrives sur le sujet, pis là le ton monte, les émotions se mettent à embarquer. Oui il t'envoie chier, mais pas sérieusement, mais, sur Facebook tu le fais pas, parce que tu te dis : « Ben... » Entre autres, moi je le fais pas, parce que je me dis... j'veux pas que ma mère voit ça. (ligne 609)

1C reprend cette prémisse (Internet permet d'avoir une conversation moins émotionnelle) et la justifie, par argumentation subordonnée, en se fondant sur la prémisse que les discussions en ligne sont plus réfléchies :

la politique, si je peux dire, par Internet, tu vas avoir beaucoup moins d'émotions, tu vas pouvoir penser ta réponse, tu vas quasiment pouvoir faire un plan dans ta tête : « A, B, C ». Quand t'es un parlementaire, ou en ce moment, tu vas comme répondre plus avec l'impulsion, tu vas moins le sentir sur Internet. (Ligne 362)

Ainsi, selon 1C, puisqu'on a plus de temps pour s'exprimer de manière réfléchie (prémisse), il y a moins d'émotions dans les discussions sur Internet (conclusion).

1B, un peu plus loin, s'oppose quant à lui à la prémisse de 1D selon laquelle les gens sont « cachés » sur Internet en soutenant qu'il n'est pas du style à se cacher sur Internet, et que c'est pourquoi il garde son vrai nom (et ne publie pas de manière anonyme). Donc, en partant de la prémisse qu'il ne se cache pas, il en conclut que les discussions sur Internet sont aussi « vraies » que celles hors ligne (refusant ainsi la conclusion de 1D).

4.1.3 L'anonymat

Cette question de l'anonymat revient à quelques reprises dans ce *focus group*. Ainsi, l'anonymat permettrait aux personnes plus timides de s'exprimer sur Internet. Ça ferait tomber cette barrière à la communication qu'est la gêne. Par contre, ces étudiants prennent soin de souligner qu'ils ne se cachent pas derrière l'anonymat, c'est-à-dire qu'ils publient toujours en leur nom. Évidemment, ils ne sont pas du genre timide.

L'anonymat n'apporte pas que du positif, cependant. 1B souligne un autre point, opposant la « théorie » à la « pratique » :

J'pense que théoriquement ça augmente la participation politique, l'anonymat. Mais j'pense que concrètement, euh, ça devient du n'importe quoi. Les gens, euh, malheureusement, quand qui sont anonymes, on dirait qui prennent pas la peine... ils se permettent de dire n'importe quoi pis d'avoir des arguments qui à la limite pensent même pas ((1C approuve)) juste pour s'amuser. Y'en a beaucoup qui font ça, pis euh je pense que l'anonymat ça enlève le sérieux de la participation politique sur Internet. Mais si tu regardes dans les faits, je pense que l'anonymat ça serait un peu l'idéal, justement, parce qu'on pourrait regarder les arguments sans prendre en considération qui l'a écrit. Si tu regardes ça en théorie, ça marche super bien, y'a pas d'autres influences que, bon, l'argument. Sauf que concrètement ça devient du n'importe quoi. (1B, ligne 443)

1C avance alors la prémisse que l'anonymat « peut permettre à des gens qui sont gênés de s'exprimer » (ligne 456), ce qui le mène à réfuter la conclusion de 1B que l'anonymat mène à du n'importe quoi. Néanmoins, cet argument ne s'applique pas à lui, puisqu'il n'est pas une personne gênée. De plus, se basant sur la prémisse que « ça peut cacher [sa] voix » (ligne 462), il avoue qu'il ne voit pas l'intérêt de la chose (conclusion).

Dans certains cas, il semble que l'anonymat puisse permettre une discussion sensée en permettant aux gens gênés de s'exprimer, alors que, dans d'autres cas, ça empêche de tenir une discussion sensée parce que ça cache la voix de l'interlocuteur. Toutefois, peut-être qu'un entre-deux est possible, dans le sens où, sans être anonymes, le simple fait de se retrouver derrière un écran permet aux gens normalement timides de prendre la parole. C'est ce que soutient 1A un peu plus loin, en précisant la prémisse de 1C, qui soutient que c'est l'anonymat qui permet aux gens timides de s'exprimer :

j'pense pas que c'est nécessaire d'être anonyme pour [prendre la parole], le média le permet déjà, de pouvoir le faire sans être, j'sais pas comment le dire, mais sans te sentir influencé par les autres autour, qui t'empêchent de prendre la parole ou à avoir peur de prendre la parole. (ligne 481)

Ainsi, selon 1A, c'est le média lui-même (prémisse), et non l'anonymat (prémisse réfutée), qui permet à plus de gens de s'exprimer (conclusion).

4.1.4 Connaître les autres opinions

Une raison qui incite certains des participants à discuter sur Internet est le désir de connaître les opinions des personnes présentes dans leur cercle social en ligne. Ceci s'illustre notamment par une coconstruction argumentative entre 1A et 1B.

1B initie cet argumentaire en soulignant qu'en ayant accès aux commentaires que les gens écrivent sur Facebook (prémisse) (ligne 276), on peut savoir leur position sur certains enjeux (conclusion).

Pour justifier son désir de connaître les autres opinions, il explique que cette connaissance d'autrui amène une plus grande participation. Il ajoute quatre prémisses pour soutenir cette conclusion :

Y'a une plus grande interactivité [prémisse], pis t'as plus d'information sur ce que les autres pensent [prémisse]. Parce que tu as pas nécessairement l'occasion d'en parler [prémisse]. Pis, le fait aussi d'avoir ça, ça peut aussi augmenter le nombre de discussions politiques que tu peux avoir [prémisse]. (ligne 278)

Plus loin, 1A reprend la conclusion de 1B (Facebook permet de savoir la position des autres) comme prémisse pour expliquer pourquoi il participe sur Facebook (conclusion) : « je participe beaucoup sur Facebook pour une raison, c'est que j'aime beaucoup voir les arguments des autres sur différents dossiers, voir comment eux ils voient ce dossier-là. » (ligne 367) 1A veut connaître ces autres points de vue (prémisse) parce qu'ils lui permettent d'étoffer son argumentaire (conclusion), et il veut étoffer son argumentaire (prémisse) parce que ça lui est très utile lorsqu'il fait de la politique active (conclusion).

De la même manière, un peu plus loin, 1B reprend en quelque sorte l'argumentaire de 1A et explique qu'il utilise lui aussi Facebook pour

« construire son opinion », se basant sur la prémisse que les médias sociaux présentent une multitude de points de vue :

du moment que t'as, sur Facebook ou sur Twitter [...] plusieurs opinions, plusieurs courants, t'as des conservateurs, du NPD, du monde à droite, j'ai même du monde religieux sur mon Facebook, libéraux, etc. Ben là, t'as une *shit load* d'arguments, pis t'es capable de construire ton opinion, pas nécessairement parce que tu vas prendre, « bon lui y pense ça », t'sais c'est vraiment que tu vois les deux côtés de la médaille, etc. Des fois, c'est des axes que t'aurais jamais vu, pis tu y aurais jamais pensé, pis tu fais : « Ah, ok, regarde, peut-être ». (1B, ligne 654)

Plus tard, 1A reprend l'argument selon lequel les opinions d'autrui lui permettent d'étoffer son argumentaire comme prémisse expliquant que Facebook permet de comprendre la réalité de personnes qui sont dans une situation totalement différente de la sienne (conclusion). Il donne l'exemple de quelqu'un qui se plaint du prix élevé de l'essence : puisque lui-même ne possède pas de voiture, et n'a donc aucune raison de s'inquiéter des fluctuations du prix de l'essence, l'opinion d'autrui permet de lui ouvrir les yeux par rapport à des réalités individuelles ou sociales inconnues : « ça te permet de comprendre un peu le dossier de certains trucs que moi je vis pas » (1A, ligne 918).

Ainsi, la connaissance des opinions d'autrui apparaît être une raison de discuter de politique sur Internet pour ces jeunes adultes.

Cependant, bien que 1A et 1B reconnaissent volontiers l'importance de la connaissance des opinions d'autrui, ils affirment que ce ne sont pas toutes les opinions qui se valent, en partant de la prémisse que la valeur de l'opinion dépend de qui l'exprime : Si t'as ton coiffeur, ton plombier pis ta propriétaire, peut-être que c'est pas nécessairement crédible. » (1B, Ligne 677) 1A coconstruit à partir de cet argument, en soulignant que lui-même masque¹¹ les messages publiés par certains contacts sur Facebook (conclusion) : « parce que

¹¹ La fonction « masque » de Facebook permet à un utilisateur de bloquer les publications venant d'utilisateurs sélectionnés afin qu'elles n'apparaissent pas dans le fil de publications.

je me fous de ce qu'ils vont mettre [prémisse], et ils m'apporteront pas grand-chose dans ma réflexion [prémisse]. » (ligne 694)

1A précise son argument en présentant l'autre côté de la médaille, c'est-à-dire que, par contre, pour ce qui est des articles sur des sujets qu'il connaît moins (prémisse), il apprécie que ses contacts Facebook les lui fassent découvrir (conclusion) :

j'ai un de mes amis qui est en physique pis qui met des articles [sur l'astronomie], pis je me dis, de temps en temps, quand je passe, je vais aller lire ça, parce que lui il juge que c'est une nouvelle pour le monde de l'astronomie, ben j'avais aller lire ça pis savoir que ben, y'ont découvert tel truc en astronomie. (ligne 695)

1B approuve immédiatement cet argument avec une comparaison : « C'est comme si t'avais un bureau de chercheurs, moi c'est quasiment ça ((rires)). C'est du monde qui trie l'information dans leur domaine, de ce qu'ils trouvent pertinent, pis toi tu lis ce qui est pertinent. » (ligne 705)

1C renchérit en expliquant, par un exemple, qu'il est possible de se tenir au courant des affaires du monde en utilisant seulement Facebook et Twitter : « y'a deux ans je crois, t'as quatorze *chercheurs* français qui se sont enfermés dans une maison de pierre avec Facebook et Twitter pendant deux semaines comme seules sources d'information, y'ont pas manqué grand-chose. » (ligne 709) Selon lui, cette expérience prouve que, avec seulement ces deux médias sociaux (prémisse), on peut « rester connecté tellement facilement » (ligne 712) (conclusion).

4.1.5 Conscientiser

Une raison d'être actif politiquement sur les médias sociaux, qui est ressorti à plusieurs reprises lors du *focus group*, est celle de conscientiser les autres à des enjeux ou à des opinions politiques. Cette raison fait l'objet d'un argumentaire coconstruit par l'ensemble des quatre participants.

Cette intention est tout d'abord expliquée par 1C, lorsqu'il justifie pourquoi, afin de conscientiser ses contacts (prémisse), il publie toujours en son nom (et non de manière anonyme) (conclusion) : « Moi, quand je mets un lien d'un article sur Facebook, c'est plus pour conscientiser les gens à mon opinion, pis à des faits. » (ligne 463) Ou encore, pour corriger des faussetés qui peuvent être véhiculées dans les médias (prémisse), il dit utiliser les médias sociaux (conclusion). Il parle notamment d'une stratégie du parti conservateur durant la campagne, qui visait à décrédibiliser Michael Ignatieff en répandant des « faussetés » à son sujet : « Des affaires de même qui m'insultaient, genre que c'est pas la vérité, pis j'utilisais Facebook pour exprimer mon opinion, comme quoi je suis pas d'accord. » (Ligne 470)

Ce désir de conscientisation est verbalisé un peu plus tard (indirectement) par 1B. Il l'utilise également comme prémisse, mais cette fois pour expliquer pourquoi il s'exprime à propos d'affaires politiques sur les médias sociaux : « je le fais parce que j'estime qu'il y a du monde qui le lit, sinon ce serait un peu épais. » (ligne 729) Ainsi, parce qu'il considère être lu (prémisse), il s'exprime (conclusion), et, parce qu'il veut conscientiser les gens (prémisse), il veut être lu (conclusion).

1A reprend cet argument en expliquant ce qui le rend heureux lorsqu'il partage des articles et autres contenus sur Facebook :

je sais que y'a du monde qui les lit les articles [que je partage] parce que je vois que quelqu'un a répondu de quoi ou quelqu'un le publie, le partage lui aussi l'article. Pour de vrai, quand moi je vois ça, je me dis, bon, si y'a une autre personne qui l'a partagé, ça atteint peut-être d'autre monde en dehors de mon réseau, pis je suis ben heureux et ben content. (ligne 734)

Ainsi, lorsque ses articles sont lus et repartagés (prémisse), 1A est content (conclusion). Si cette conscientisation d'autrui le rend heureux, alors nous pouvons présumer que c'est là une raison qui l'encourage à participer politiquement sur Facebook.

Animé par un désir semblable de conscientisation, 1C se base sur la prémisse que ses contacts ne sont pas aussi instruits que lui sur la politique, ce qui le mène à la conclusion que c'est important qu'il les conscientise aux affaires politiques :

c'est ça, sur nos Facebook, c'est pas tout le monde qui étudie en sciences politiques, y'a des gens qui étudient dans d'autres champs. Mais c'est le fun, quand tu mets un élément relié à la politique, des nouvelles importantes, tu vois ces personnes-là poser des questions [...] Pis là tu te dis, bon, j'ai réussi à conscientiser des gens. Pis ça, ça me rend heureux, parce que moi un des dictats dans me tête, qui est pour moi un fait indéniable, c'est que la politique, que ça t'intéresse ou pas, ça modèle ta vie. (ligne 764)

Ainsi, pour 1C, la conscientisation est presque un devoir sociétal dont il se considère investi, vu ses connaissances dans le domaine politique.

À la suite de cet argumentaire sur la conscientisation coconstruit entre 1A, 1B et 1C, 1D en vient à reconnaître que ses collègues lui donnent presque des raisons suffisantes pour l'encourager à discuter en ligne : « C'est vrai que ça a... vous me donnez quasiment des bonnes raisons de me mettre à écrire des affaires sur Facebook » (ligne 790).

4.1.6 Débattre

Pour les participants à ce *focus group*, le fait de pouvoir avoir un débat d'idées est une raison à part entière pour utiliser Facebook. Pour 1A, c'est vraiment le but premier de son utilisation de Facebook : « c'est vraiment à quoi Facebook me sert. » (ligne 491) Un peu plus loin lors de la même tirade, 1A réitère que Facebook lui sert principalement à discuter et à débattre de politique en échangeant avec les autres internautes, et 1C approuve explicitement cet argument, en disant que « c'est l'intérêt de la chose ». (ligne 499) Plus tôt, en parlant d'anonymat, il avait déjà soutenu que « ce qui est intéressant, quand tu émets une opinion politique, c'est d'avoir une contre-opinion, d'avoir d'autres personnes qui viennent te voir, qui te répondent. » (ligne 436)

Un peu plus tard, 1B explique que, dans le cadre de son implication en politique active, il a eu la chance de rencontrer des gens aux allégeances politiques bien différentes : il les a ajoutés comme amis sur Facebook (prémisse) pour pouvoir leur parler (conclusion) : « à force de s'impliquer, tu rencontres des gens qui sont pas nécessairement d'accord avec toi, etc. Pis tu les rajoutes sur Facebook, pour leur parler » (ligne 683).

Ainsi, pour 1A, 1B et 1C, une des raisons qui les encourage à discuter sur Internet est la possibilité de pouvoir débattre et de pouvoir avoir un échange d'idées.

Par contre, ce n'est pas tout le monde qui a eu la chance de tenir un débat « intéressant » en ligne. Contrairement aux autres participants, comme nous l'avons déjà souligné, 1D soutient qu'il n'a jamais tenu de discussion pertinente sur Facebook. Il avance notamment comme prémisse que les gens avec qui il est connecté en ligne sont des proches et des amis qui ont les mêmes opinions que lui, ce qui n'encourage pas l'échange d'idées opposées (conclusion) : « peut-être que ça limite un peu ma discussion, parce que, en plus, mes amis pensent à peu près tous comme moi, ça fait que ça aide pas nécessairement à discuter avec des gens qui ont des arguments contraires » (ligne 397).

Ainsi, on constate que la prémisse sur laquelle repose l'expérience de 1D en ligne (« tous ses contacts pensent comme lui ») l'amène à la conclusion qu'il ne peut pas avoir de discussion pertinente en ligne, du moins une discussion qui se rapproche d'un débat d'idées. Cette prémisse est à l'opposé de celle de 1B (« tous ses contacts ne pensent pas comme lui ») qui l'amène à la conclusion contraire, soit que Facebook et Internet sont riches en débats rationnels.

4.1.7 La facilité

Une autre raison qui encourage ces étudiants en politique à participer en ligne est la facilité à le faire, comparativement à autrefois, où l'on devait passer par les médias traditionnels. Par exemple, il est beaucoup plus aisé de publier une opinion en ligne, sur un média social ou sur un blogue, que de la faire publier

dans un journal, comme le démontre l'échange suivant, où 1A parle de la facilité à émettre un commentaire à propos d'un éditorial ou d'un blogue directement sur le site du journal qui l'a publié :

- 1A c'est plus facile, ça enlève ce filtre-là. Tandis que, écrire un commentaire, pour qu'il soit publié dans une lettre ouverte, dans un média traditionnel...
- 1D Non, c'est pas évident.
- 1A ... faut que tu te lèves tôt, pour réussir à le faire.

Un peu plus loin, 1A souligne que, puisque la plupart des sites de journaux sont maintenant dotés d'un bouton qui, en un clic, partage l'article avec son cercle de contacts sur Facebook ou Twitter (prémisse), c'est rendu extrêmement simple de partager sur les réseaux sociaux un article que l'on lit sur le Web (conclusion). Il affirme que son utilisation du média et ses pratiques en ligne ont beaucoup changé lorsque ces médias se sont adaptés, puisqu'il s'est alors mis à partager plus d'articles qu'avant, générant ainsi des possibilités pour des discussions politiques.

4.2 Focus group 2

Le deuxième *focus group* était constitué de trois étudiants universitaires (2A, 2B et 2C) évoluant dans un milieu non motivant : ils étudiaient dans des programmes qui ne sont aucunement reliés à la politique, mais plutôt aux arts, soit en littérature, en photographie et en cinéma. Nous allons bientôt nous apercevoir que, à l'intérieur même de ce *focus group* (comme ce fut le cas dans le premier), les utilisations politiques que font ces jeunes adultes d'Internet sont bien divergentes, tout en se retrouvant sur certains points.

4.2.1 S'exprimer en ligne : pas une habitude

Une chose qui saute aux yeux lors de la lecture de la transcription de ce *focus group* est que les participants, bien qu'ils utilisent Internet quotidiennement, sont loin de s'y exprimer abondamment, surtout dans le domaine politique. Par contre, ceci n'est pas exclusif aux discussions à caractère politique : cette

attitude s'étend à la participation même à des discussions quelconques sur les médias sociaux.

Cette tendance est plus marquée chez 2A et 2C (nous verrons plus loin que 2B est plus enclin à s'exprimer sur le Web), tendance qui est exprimée à plusieurs reprises lors du *focus group*. Ainsi, bien qu'ils admettent être parfois exposés à des commentaires ou à des discussions à caractère politique, 2A et 2C s'abstiennent normalement d'y ajouter leur grain de sel.

Il semble que s'exprimer en ligne n'est tout simplement pas une habitude pour eux. 2A est clair à ce sujet : « Mais j'suis jamais très actif, de toute manière, sur Facebook. » (ligne 101) Pour soutenir cette conclusion, 2A avance deux prémisses : premièrement, il utilise plutôt Facebook pour consommer du contenu produit par les autres (« J'y vais vraiment plus pour voir les photos, lire c'que les autres écrivent. » [ligne 101]). Deuxièmement, il met rarement à jour son statut, voire jamais. Un peu plus loin, 2C reprend la deuxième prémisse de 2A pour arriver à la conclusion qu'il ne s'est pas exprimé sur la politique durant la campagne électorale de mai 2011 : « c'est comme 2A, déjà je mets à peine un statut Facebook là, fac je donnais pas mon opinion sur la campagne par Facebook » (ligne 122).

Par la suite, 2A renchérit et reprend sa propre prémisse exprimée par 2C, soit qu'il n'a pas l'habitude de s'exprimer en ligne :

j'ai suivi la campagne, mais un peu de loin, j'me suis pas vraiment impliqué dans cette campagne-là, pis j'ai pas vu de commentaires qui m'ont heurté ou qui m'ont dérangé, mais j'pense que même si j'en avais lu, j'aurais pas réagi, un peu parce que, comme 2C, j'ai pas l'habitude de le faire.
(ligne 217)

Donc, comme 2A et 2C n'ont pas l'habitude de s'exprimer en ligne (prémisse), alors ils ne discutent pas de politique sur Internet (conclusion).

4.2.2 Les discussions tournent en rond

Lorsque les participants sont interrogés sur les commentaires politiques vus en ligne, 2C répond : « j'en ai vu sur Facebook, Twitter, mais jamais j'ai senti le besoin d'aller me lancer en débat là-dedans, [...] je sentais pas le besoin d'embarquer, si on veut là, d'embarquer là-dedans. » (ligne 190)

Lorsque nous lui demandons s'il y a une raison en particulier qui justifie cette attitude, 2C s'explique en donnant deux prémisses à son argumentaire coordonné¹², soit que les discussions en ligne tournent en rond et qu'elles semblent souvent être interminables. 2B approuve alors cette double prémisse en expliquant pourquoi les discussions en ligne tournent en rond : « les gens y répondent, pis ça finit plus là. [...] T'es rendu à genre 25 réponses » (ligne 201).

2C va plus loin et justifie la double prémisse qu'il a mise de l'avant à l'aide d'une nouvelle prémisse :

Peut-être que c'est parce que, vu que t'es pas, justement, en personne, t'es pas face à face, pis tu peux pas clairement t'exprimer, comme si t'étais en personne. ((2B approuve))
Peut-être que ça fait que ça tourne en rond constamment parce que personne va jamais lâcher son bout. (ligne 204)

Ainsi, 2C avance l'argument que, puisqu'on n'est pas en personne (prémisse), on ne peut s'exprimer clairement sur Internet (conclusion). De plus, comme les gens ont tendance à ne pas lâcher leur bout dans les discussions en ligne (prémisse), celles-ci tournent en rond (conclusion). Plus tard, il ajoutera que, grâce au ton de la voix (prémisse) ou à l'intention (prémisse) (ligne 212), les discussions en personne paraissent plus claires (conclusion).

Cet argument exposant la tendance à la fermeture à l'opinion de l'autre que peuvent afficher les personnes sur Facebook est également mis de l'avant par 2B, qui s'exprime parfois sur Internet. Il lui est même arrivé de discuter de politique sur Facebook. Il parle d'une fois où il a corrigé quelqu'un qui avait émis

¹² Un argumentaire coordonné est formé d'au moins deux prémisses qui servent à justifier une conclusion. Ces prémisses sont toutes nécessaires pour que la conclusion soit acceptable (van Eemeren, Grootendorst & Henkemans, 2002).

un commentaire politique erroné sur Facebook, et qui lui a par la suite répondu sans vraiment considérer ce qu'il avait dit :

Pis j'ai pas répondu, parce que je trouvais que ça servait à rien, parce que c'est le genre de personne qui était vraiment pas ouvert à aucune discussion. Il voulait vraiment juste que je sois de son avis. Fac j'ai fait comme : « Bon... » J'ai dit ce que j'avais à dire là. (ligne 158)

Ainsi, la discussion qu'il a eu s'apparentait plutôt à un dialogue de sourds qu'à une discussion rationnelle.

4.2.3 Le manque de connaissances

Une autre raison qui fait que 2A réagit peu sur Internet est son manque de connaissances par rapport à la politique :

comme je suis pas de très près [la politique], j'suis pas certain de comprendre tous les enjeux nécessairement. J'me serais pas risqué ((2B approuve)) à donner mon opinion [en ligne], sans en être certain [...] parce que justement j'me sens pas assez solide, ou sûr de mes opinions. (ligne 221)

Comme il est indiqué dans l'extrait, 2B approuve les propos de 2A. Justement, un peu plus loin, il exprime un argument semblable à celui de 2A (si on n'est pas certain de ce qu'on dit [prémisse], on ne s'exprime pas en ligne [conclusion]) et s'explique en revenant sur la brève conversation qu'il a eu sur Facebook, où il a corrigé les propos d'un de ses contacts. En fait, il avait vérifié avec son frère, qui étudie en politique et qui représente pour lui un expert en la matière, pour être certain que sa réponse allait être fondée :

J'ai texté mon frère pis j'ai dit : « Hey, le gars y'a dit ça, me semble que ça a pas rapport qu'est-ce qui dit. » Pis là, dans le fond, mon frère a dit : « Ben non, ça a pas rapport, pour telle telle raison. » Pis, dans le fond, j'ai redit les raisons que mon frère m'avait données, parce que moi, j'aurais pas été capable de formuler ça comme ça. J'le sentais que c'était pas vrai c'qui disait, mais j'savais pas comment répondre. [...] Dans le fond, c'est pour ça que j'ai répondu, sinon je l'aurais pas fait. ((2A approuve)) J'aurais juste fait comme : « Pas rapport », pis, hehe, je continue. (ligne 236)

Ainsi, 2B avoue qu'il se serait tu s'il n'avait pas pu vérifier sa réponse avec son frère, qui a beaucoup plus de connaissances que lui en politique.

4.2.4 Le caractère public

Ce manque de connaissances peut être lié à un autre aspect qui agace les participants et qui est une raison de ne pas discuter de politique sur Internet : son caractère public. Lorsque nous lui demandons si c'est à cause de son manque de connaissances qu'il ne se sent pas assez à l'aise pour défendre son opinion en ligne, 2A répond : « Pas publiquement sur Internet » (ligne 229). 2A explique que, parce que c'est public (prémisse), il n'oserait pas exprimer une opinion plus ou moins aboutie (due à son manque de connaissances) sur un enjeu politique (conclusion) : « pas en sachant que y'a 200 personnes qui peuvent me lire, pis me critiquer, pis me relancer. » (ligne 231)

2C reprend la prémisse de l'argument précédent (« ce qu'on dit sur Internet est public ») et ajoute que c'est pourquoi Internet n'est pas un endroit propice pour s'exprimer de manière spontanée (conclusion) : « j'pense que, Internet, c'est la pire place pour avoir, mettons, une réaction spontanée à quelque chose ((2B approuve)), parce que c'est pas une conversation qui va s'oublier en une semaine, ça va rester sur Internet. » (ligne 247) Ainsi, en s'appuyant sur la prémisse qu'Internet est un endroit public, 2C en vient à la conclusion que la réaction plus ou moins réfléchie sera accessible pour toujours.

Bref, une raison sous-jacente au manque de connaissances, qui explique la non-participation à des discussions à caractère politique, semble être la nature même des discussions en ligne, soit leur caractère public. À l'opposé, 2A souligne que c'est plutôt en personne qu'il va avoir des discussions, par exemple, à propos de films : « Mais j'le ferai jamais sur Internet ». (ligne 288) Il ajoute : « j'ai pas l'habitude de dévoiler mes opinions, mes impressions, de débattre en public sur Internet, j'le fais vraiment plus dans ma vie personnelle. » (ligne 291) Cet extrait renforce également l'argument selon lequel on ne s'exprime pas en ligne, car on n'a pas l'habitude de le faire.

4.2.5 Touché

Bien que les participants ne s'expriment pas beaucoup sur Internet, il demeure qu'ils ont parfois certaines raisons de le faire.

2B semble avoir tendance à s'exprimer quand quelque chose le touche émotionnellement. Parce que le commentaire erroné d'un de ses contacts sur Facebook l'avait heurté dans ses convictions (prémisse), il semble avoir été poussé à s'exprimer contre ce commentaire (conclusion) : « Pis quand j'ai lu ce qui disait, ben là j'étais un peu... dans le fond, j'me rappelle pu c'était quoi exactement, mais son argument m'a comme heurté un peu » (ligne 137).

Quelques lignes plus loin, il précise son argument, en expliquant que, parce qu'il avait remis en question ses choix politiques (prémisse), le commentaire l'avait heurté (conclusion) : « Parce que moi, ça m'a comme heurté, j'me suis dit : "Ah, j'ai tu fait le bon choix, dans le fond?" » (ligne 169)

Ainsi, 2B semble avoir été touché émotionnellement par l'opinion exprimée par son contact, une opinion qui allait à l'encontre de ses choix politiques. Rappelons que 2B ne se serait probablement pas exprimé dans cette circonstance si son frère ne lui avait pas formulé une réponse qu'il croyait véridique et bien articulée : « Dans le fond, j'ai comme redit c'que mon frère m'avait dit » (ligne 161).

Vers la fin de la séance, il donne un autre exemple d'une fois où il a participé sur Internet parce qu'il avait été touché, en parlant de la lettre posthume de Jack Layton adressé à tous les Canadiens : « c'était une lettre qui m'avait touché, j'voulais la partager » (ligne 395).

4.2.6 Rectifier les faussetés

En plus d'intervenir parce qu'il est touché, 2B semble le faire afin de rectifier des faussetés. En parlant de sa conversation sur Facebook, il s'explique :

Parce que je trouvais que c'était vraiment, pas démagogique, c'qui disait, mais c'était un peu tout croche en même temps,

pis, euh, j'voulais comme... J'me suis dit que, si y'a d'autres gens qui lisent ce statut-là, ils vont peut-être... ils seront peut-être pas portés à voter... peut-être qu'ils vont changer l'idée qu'ils avaient déjà. (ligne 165)

Ainsi, parce qu'il craint que cette opinion (fallacieuse) puisse influencer l'opinion des internautes (prémisse), il s'exprime pour corriger la personne (conclusion).

Rectifier les faussetés est une raison qui revient dans le discours de 2B. Plus loin, il explique que si quelqu'un dit quelque chose de faux sur Internet, alors il risque de le souligner :

Ben moi les seuls moments où j'vais commenter, ((en riant)) c'est souvent pour rectifier quelque chose, ou dire que la personne a tort. Sinon, je dirai rien. Mais t'sais mettons, quelqu'un qui va dire : « Ah, j'ai vraiment aimé tel livre écrit par telle personne. » Mettons que la personne se trompe, ou « telle chanson », pis la personne a pas le bon titre, ou elle a pas le bon chanteur, ou... Ben, j'vais lui dire : « C'est pas ça. » ((rires)) Pis j'vais corriger. C'est pas vraiment fin, mais c'est le seul moment où j'vais comme prendre, j'vais comme aller de l'avant pis participer à une conversation comme ça, quand je sais que j'ai raison. Pis pas la personne (ligne 262).

Il est intéressant de constater, dans ce propos, que 2B souligne qu'il s'exprime seulement s'il est certain d'avoir raison (un peu comme dans l'exemple précédent, où son frère lui avait assuré du bien-fondé de ce qu'il allait dire). Ceci rejoint la raison contraire que nous avons déjà présentée, qui pousse les participants à ne pas s'exprimer : quand ils manquent de connaissances et ne veulent pas se tromper en public, sur Internet.

4.2.7 La valeur de l'information

Revenons au lien partagé par 2B, celui menant à la dernière lettre de Jack Layton. Il explique que, comme il accordait de la valeur à ce lien (prémisse), il l'a partagé (conclusion). 2B explique l'argument qui le mène à cette prémisse, repris ici comme conclusion : parce que ce lien venait d'une source fiable (prémisse), il y accordait de la valeur (conclusion). Il s'explique : « j'ai *retweeté* le lien vers cette lettre-là, pis ça venait d'une source fiable, ça venait d'un

animateur de Radio-Canada [...] j'savais que c'était vraie. Donc, c'est pour ça que je l'ai partagée » (ligne 392).

Plus tôt, lorsqu'il avait été questionné sur la crédibilité de l'information en ligne, 2C avait avancé une prémisse semblable (celle de la source fiable) en expliquant qu'il accordait plus de crédibilité à l'information véhiculée par des journalistes ou par des sites de journaux, mais moins aux points de vue exprimés par ses contacts sur Facebook : « mettons, sur Facebook, des statuts de tes amis, ben là, ça dépend. J'pense pas que tu puisses accorder le même niveau de crédibilité à ça. » (ligne 305)

2A explicite la prémisse de cet argument :

moi c'est surtout des journalistes à qui j'accorde de la crédibilité, de la confiance, tandis que, des amis ont un point de vue pas mal plus personnel, moins nuancé, probablement, plus partisan. (ligne 308)

Ainsi, en partant de la prémisse coordonnée que ses amis ont un point de vue plus personnel, moins nuancé et plus partisan, 2A en arrive à la conclusion que les opinions partagées par ceux-ci ont moins de valeur que celles venant de sources officielles. Ceci est également illustré dans le passage qui suit :

C'est un peu la raison pour laquelle je l'écoute à la radio [la campagne], je l'ai suivie à la radio, parce que, oui, y'a les lignes ouvertes, mais c'est surtout les commentaires des journalistes qu'on y entendait, ou des entrevues directement avec les politiciens eux-mêmes, et non pas des gens qui ont une opinion pis qui... pis qui la dévoile parce que ce matin-là, ça leur tentait là, pis qui se sentaient interpellés par tel ou tel événement. (ligne 312)

Ainsi, 2A semble accorder peu de crédibilité aux opinions véhiculées par des quidams en ligne (ou lors de lignes ouvertes à la radio) (conclusion), notamment en se basant sur la prémisse que ces opinions semblent moins réfléchies (« des gens qui ont une opinion pis qui... pis qui la dévoilent parce que ce matin-là, ça leur tentait là »).

De plus, parce que ses connaissances en la matière sont limitées (prémisse), 2A semble se fier volontiers aux informations venant de sources officielles

(conclusion) : « étant donné que j’suis pas très impliqué en politique, j’ai tendance à me fier beaucoup à ce que les journalistes en disent, parce que je me dis que eux ont analysé les événements, les discours, ce que moi je peux pas faire » (ligne 363). C’est cet argument que 2B reprend en disant que, vu qu’il manque de connaissances (prémisse), il se fit à ce qu’il lit (conclusion) : « vu que je connais pas tous les détails » (ligne 369).

Ainsi, étant donné leur manque de connaissances politiques, ces jeunes adultes se fient à l’information de sources officielles parce qu’ils font le travail « d’analyse » à leur place. Il apparaît donc que ces participants accordent plus de valeur aux opinions politiques venant de sources officielles qu’à celles venant des personnes faisant partie de leur réseau de contacts sur Facebook ou sur Twitter, dont ils remettent en question la crédibilité.

4.2.8 Avoir du feedback

En parlant de la pertinence de la lettre de Jack Layton qu’il a partagée avec son réseau Facebook, 2B explique qu’il ne partagerait pas n’importe quoi, contrairement à d’autres personnes qu’il connaît : « je partagerais pas n’importe quoi. Des fois, sur Facebook, t’sais, les gens vont [...] *reposter* un lien. Pis t’sais, des fois, c’est vraiment n’importe quoi, pis tu vois comme dans ton fil d’actualité [...] dix fois le même lien, du panda qui pète » (ligne 396). Cette remarque le mène à expliquer que, dans le but de générer du *feedback* (prémisse), il partage seulement ce qui risque d’intéresser ses contacts (conclusion) :

J’vais vraiment comme mettre le lien parce que je sais que ça va aller rejoindre quelqu’un qui est dans mes amis, ou plusieurs de mes amis. Dans le fond, c’est un peu évident ce que je dis, non mais, t’sais, y’en a des gens qui vont mettre n’importe quoi. T’sais, moi, je le sais que j’vais avoir des commentaires, ou que je vais avoir des réactions. (ligne 411)

Cette considération pour autrui afin de générer du *feedback* (qui peut prendre la forme de commentaires pouvant mener à une discussion) se différencie de la pratique de certaines autres personnes qui, de l’aveu de 2B, partagent « n’importe quoi ». Reprenant implicitement la conclusion selon laquelle

certaines personnes partagent n'importe quoi, 2A abonde dans le même sens, en soulignant la prémisse suivante : « J' pense pas que ce soit tout le monde qui, comme 2B, réfléchit à l'impact que ça va vraiment avoir [ce qui est partagé]. » (ligne 424)

4.3 Focus group 3

Le troisième *focus group* était composé de cinq jeunes adultes (3A, 3B, 3C, 3D et 3E) non étudiants appartenant à un milieu non motivant quant aux discussions politiques sur Internet (deux inhalothérapeutes, un charpentier-menuisier, un graphiste et un employé de cinéma). Voyons les raisons de participer ou de ne pas participer à des discussions politiques sur Internet que ce groupe a donné : nous nous rendrons rapidement compte que la plupart de ses membres utilisent peu Internet à des fins politiques, qui plus est pour ce qui est d'exprimer une opinion politique et d'en discuter avec les autres internautes.

4.3.1 Le contenu partagé

Une des raisons que 3C a de participer à une discussion sur Facebook est que le contenu partagé par un de ses contacts l'interpelle :

mettons que [...] quelqu'un d'autre que je connais, qui parlait de quelque chose qui était ressorti par rapport à la campagne [...] ben j'pouvais simplement le lire, ou carrément entrer dans la discussion, si j'avais un mot à dire ou ben si j'avais des questions. (ligne 82)

Ainsi, s'il a un mot à dire (prémisse) ou s'il a des questions (prémisse), il n'hésite pas à joindre sa voix à la discussion (conclusion). On voit ainsi que le contenu partagé peut générer des discussions politiques.

Néanmoins, 3C semble être le seul des participants de ce *focus group* à prendre la parole sur Internet lorsqu'il se sent interpellé. En effet, en parlant des résultats des élections qui ont fait beaucoup jaser dans les médias, 3A avoue avoir vu des discussions ou des commentaires sur Facebook : « Moi j'ai plus vu sur Facebook les personnes commenter là-dessus, pour l'après résultats. » (3A,

ligne 218) Néanmoins, 3A n'a pas participé à ces discussions. 3D non plus, même s'il a été exposé à une affaire de jeune Ontarien de 14 ans qui avait publié une vidéo sur YouTube où il tenait des propos diffamatoires envers les Québécois : « ça avait circulé beaucoup là, pis y'avait eu des réponses » (ligne 301). Bien que 3D affirme qu'il ne s'en préoccupait pas trop, 3E reprend cet exemple et affirme que ça l'avait piqué au vif : « c'est sûr que ça faisait réagir, veut, veut pas, il nous insultait. » (ligne 309) Il continue en expliquant qu'il en a discuté avec des personnes de son entourage, mais jamais sur Internet.

4.3.2 Le manque d'intérêt

3B affirme toutefois que, à condition que les discussions en ligne l'intéressent vraiment (prémisse), il lui arrive de participer (conclusion) : « je lis une conversation, pis si ça m'intéresse, j'embarque là. » (ligne 534) Pour appuyer sa prémisse, il donne l'exemple de l'affaire Guy Turcotte, en disant que, parce que ça l'avait intéressé (prémisse), il avait eu son « point de vue là-dessus » (conclusion) (ligne 550). Par contre, ce qu'il considère comme de la politique (c'est-à-dire « les votes, tout ce qui est gouvernemental » [ligne 554]), cela ne l'intéresse pas (prémisse), donc il n'en discute pas (conclusion). 3A reprend cette prémisse du manque d'intérêt pour expliquer sa non-participation aux discussions en ligne : « c'est pas un sujet que j'avais tout lire, pis j'm'informe pas sur tout. » (ligne 557) Il ajoute également une seconde prémisse : « T'sais, je crierai pas à tout le monde pour qui je vais voter là. » (ligne 559) Ainsi, il n'a aucune envie d'afficher ses couleurs politiques en public, et c'est une des raisons qui justifie pourquoi il ne commente pas la politique sur Facebook.

4.3.3 Le manque de connaissances

Ce manque d'intérêt cache peut-être une raison encore plus grande de se taire, soit le manque de connaissances politiques.

3B exprime à quelques reprises son manque de connaissances par rapport aux affaires politiques. Il y fait notamment référence en parlant du débat des chefs : « je me suis forcé [à le regarder] ((rires)) avec beaucoup de difficultés, y'a

beaucoup de choses que j'ai pas comprises » (ligne 113). À l'opposé, il explique que c'est les gens « qui s'y connaissent vraiment bien, qui vont en parler [de politique en ligne] » (ligne 405).

Plus tard, 3B explique de manière limpide cette situation, en parlant des discussions politiques sur Internet auxquelles il ne participe pas :

quand c'est un sujet que je connais pas tant, j'm'embarque pas. Pis comme la politique, c'est pas un sujet que je connais bien ou que... qui m'intéresse pas nécessairement, j'vais pas nécessairement commenter. [...] parce que je connais pas assez le sujet, fac je veux pas commenter pis... sans savoir de quoi je parle. [...] J'aime mieux m'informer avant, sauf que comme ça m'intéresse pas je m'informe pas, fac je commente pas. Fac quand on parle de politique, je parle pas.
(ligne 534)

Ici, on voit qu'il justifie son absence des discussions politiques tout d'abord par un argumentaire simple¹³ : il ne veut pas commenter sur un sujet qu'il ne connaît pas (prémisse), et comme il ne connaît pas la politique (prémisse), alors il ne commente pas là-dessus (conclusion). Il ajoute qu'il préfère s'informer avant (prémisse), mais comme le sujet ne l'intéresse pas (prémisse), il ne s'informe pas (prémisse), donc il ne commente pas (conclusion).

Comme nous l'avons déjà vu, ce manque de connaissances est également cité comme prémisse par 3A pour expliquer la conclusion selon laquelle il ne discute pas de politique en ligne : « c'est pas un sujet que j'vais tout lire, pis j'm'informe pas sur tout. » (ligne 557) Ainsi, le manque d'intérêt semble mener à un manque de connaissances, qui le mène à la non-participation.

Ceci pourrait illustrer une sorte de cercle vicieux, où ces jeunes ne veulent pas discuter en public parce qu'ils manquent de connaissances, alors que ces discussions pourraient justement être une occasion d'acquérir des connaissances sur les affaires politiques.

¹³ Un argumentaire simple est formé de seulement deux prémisses menant à une conclusion. Souvent, une des deux prémisses est implicite. Dans ce cas-ci, les deux prémisses sont explicites. (van Eemeren, Grootendorst & Henkemans, 2002).

4.3.4 La composition du réseau

La composition du réseau dans lequel évoluent les participants, par exemple, leur cercle d'amis sur Facebook, peut servir à expliquer s'ils participent ou non à des discussions politiques, car ce réseau définit en partie le contenu médiatique auquel ils ont accès. Si les membres de son réseau ne sont pas politisés (prémisse), l'internaute risque d'avoir moins accès à des discussions politiques et à des nouvelles sur le sujet (conclusion). C'est du moins ce que prétendent 3A, 3B et 3C dans l'échange suivant :

3B Ben sur mon Facebook, en tout cas, ça parle vraiment pas beaucoup de politique...

3A Hehe, moi non plus. [...]

3C Ça dépend de ton réseau. (ligne 392)

Plus loin, 3A reprend la prémisse avancée par 3B : « comme pour 3B, y'a pas grand personnes qui vont jaser de politique sur mon Facebook. » (ligne 575) 3E approuve : « Moi la même chose ».

À la fin de la séance, on apprend que, sur le Facebook de 3D, ça ne parle pas non plus de politique : « ça parle de typo » (ligne 821), en raison de sa technique collégiale.

Le réseau peut également homogénéiser les opinions auxquelles on est exposées. Ceci s'illustre par le fait que tout le monde d'un même réseau pense sensiblement de la même manière, ce qui peut restreindre les occasions de débattre. En effet, lorsque nous lui avons posé la question à savoir s'il réagirait si quelqu'un parlait contre Jack Layton (pour qui il a voté), 3D répond simplement : « Mais c'est pas arrivé dans nos amis. » (ligne 585) 3E confirme que, dans son réseau aussi, tout le monde était pour Jack Layton.

4.3.5 Considérer ses contacts

À l’opposé, le réseau, s’il est plus « participatif », peut encourager les discussions. 3C explique ceci par un argumentaire multiple¹⁴ : il partage des liens intéressants avec ses contacts (prémisse), et ses contacts en partagent avec lui (prémisse), ce qui peut mener à des discussions (conclusion) : « ils sont intéressés par le sujet, y’ont une opinion... Ça peut partir des discussions » (ligne 515). Lui-même n’hésite pas à commenter, à condition que deux prémisses soient réunies : que ce soit un sujet qui l’intéresse et qu’il ait quelque chose à dire là-dessus. De plus, en partant de la prémisse que les personnes dans un même cercle d’amis sont susceptibles d’avoir des intérêts communs, 3C en arrive à la conclusion qu’il n’est pas rare que d’autres personnes se joignent à la discussion : « t’as d’autres personnes que tu connais qui vont arriver pis qui vont surement [...] *jump in* dans l’affaire, pis vont apporter d’autres arguments, points de vue, des choses de même. » (ligne 526)

De plus, Facebook permet à 3C de prendre connaissance d’informations dont il n’avait jamais entendu parler auparavant : « ce qui est intéressant, c’est que, au-delà des opinions, y’a beaucoup de monde qui peuvent apporter, juste des informations, que toi-même t’aurais pas, que t’aurais pas vu. » (ligne 594)

Bien que 3C avoue avoir rarement partagé de l’information directement dans son propre statut (à tous ses contacts), il le ferait toutefois si les circonstances le dictaient :

Mais, j’dirais que, surement que je le ferais, mettons que y’avait quelque chose qui me tenait vraiment à cœur, t’sais mettons quelque chose que je tiendrais à partager à tout le monde, pis que j’trouve que ça serait une information importante que tous mes contacts aient. (ligne 489)

¹⁴ Un argumentaire multiple est formé d’au moins deux prémisses qui servent toutes les deux à justifier une conclusion. À la différence d’un argumentaire coordonné, chacune des prémisses d’un argumentaire multiple est suffisante en elle-même pour justifier la conclusion. (van Eemeren, Grootendorst & Henkemans, 2002).

Ainsi, il faudrait que l'information partagée à tous ses contacts respecte deux critères (prémises), soit qu'elle lui tienne à cœur personnellement et qu'elle soit importante aux yeux de ses contacts.

4.3.6 L'anonymat

Le fait que cet échange d'opinions et de points de vue ait lieu sur Facebook, avec des personnes que 3C connaît personnellement (prémisse) facilite la tenue de discussions rationnelles (conclusion) : « les personnes que j'ai dans mon réseau social, c'est du monde qui ont des affinités avec moi, pis, généralement, justement, personnellement, je m'entoure de personnes que je sais qu'ils sont discutables, hehe. » (ligne 355) En plus des affinités partagées (prémisse) et de l'ouverture à l'autre (prémisse), la notion de respect (prémisse) joue un rôle clé dans la possibilité de tenir une discussion rationnelle (conclusion) : « c'est des personnes avec qui j'suis capable d'avoir une discussion, pis qu'en même temps, étant mon ami, y'a un respect entre nous deux » (ligne 369). Ceci permet d'avoir une discussion où les deux côtés sont à l'écoute des opinions de l'autre, et où il est possible de changer d'opinion.

À l'opposé, 3C s'abstient de participer à une conversation avec des inconnus, par exemple dans la section « commentaires » de Cyberpresse, un site qu'il fréquente régulièrement. Il explique son raisonnement en avançant comme prémisse que le monde y est borné, donc les discussions ne vont nulle part (conclusion). Comme les discussions ne vont nul part (prémisse), « tu seras jamais capable de raisonner avec quelqu'un. » (conclusion) (ligne 274) Sous le couvert de l'anonymat (prémisse), les gens vont être bornés et fermés aux arguments adverses (conclusion) : « y'a du monde qui vont s'cacher derrière l'ordi pis qui vont juste écrire des hosties de conneries. » (ligne 332).

La situation est encore plus difficile pour ce qui est des discussions sur des sujets controversés, comme la politique : « tu peux pas avoir d'argumentation avec [quelqu'un d'anonyme] parce que c'est préfait [les idées] » (3C, ligne 347). 3A approuve cet argument en avançant comme prémisse connexe que « tu peux pas

t'ostiner contre quelqu'un qui est raciste.» (ligne 346) 3B, 3D et 3E semblent approuver en hochant la tête et en complétant les phrases de 3C.

4.3.7 Les sujets rassembleurs

À l'opposé des sujets controversés dont il est plus difficile de discuter rationnellement (surtout avec des inconnus), il y a les sujets qui font consensus. Par exemple, lors du procès du cardiologue Guy Turcotte, parce que ce sujet faisait consensus (prémisse), les gens semblaient s'exprimer plus aisément (conclusion) : « tout le monde était à peu près fâché pour l'histoire de Turcotte, fac, t'sais, tout le monde réagissait à peu près de la même façon, fac y'avait moins de gêne à en discuter. » (3D, ligne 426) 3D oppose cet enjeu à ceux qu'il considère reliés à la politique : « La politique, c'est plus, genre, une question d'opinion, c'est plus personnel. » (ligne 428) Parce que ce sujet ne fait pas consensus (prémisse), il est alors plus difficile de discuter de politique (conclusion). 3E exprime une prémisse semblable, selon laquelle il est plus facile de discuter d'un enjeu qui fait consensus : « Tu vas t'entendre plus avec le monde qui sont d'accord avec toi, au lieu de t'ostiner » (conclusion) (ligne 430).

Plus loin, 3C s'oppose en partie à l'argument selon lequel puisque l'affaire Guy Turcotte faisait consensus (prémisse), les gens s'exprimaient plus aisément (conclusion). Selon lui, c'est plutôt le fait qu'une nouvelle comme celle de Guy Turcotte soit hypermédiatisée (prémisse) qui explique que les gens en parlent beaucoup sur les réseaux sociaux (conclusion) : « le monde va se mettre à en parler sur Facebook, parce que [...] ça reste dans les nouvelles » (ligne 439). Ainsi, la prémisse expliquant le haut degré de discussion serait plutôt l'hypermédiatisation.

4.3.8 La valeur de l'information

Pour ce qui est de la valeur que les participants accordent à l'information qu'ils trouvent en ligne, tous ne voient pas les choses de la même manière.

En s'appuyant sur la prémisse qu'elles « sont plus des références sûres » (ligne 642), 3B se fit aux sources officielles comme TVA (conclusion). Il oppose TVA à Wikipédia : « ça, on y croit pas » (conclusion) (ligne 655), en partant de la prémisse, comme le précise 3C, que « c'est n'importe qui qui peut écrire là-dessus. » (ligne 636) Néanmoins, 3D s'oppose à la conclusion que Wikipédia n'est pas fiable, se basant sur la prémisse qu'on peut vérifier les sources d'où l'information vient (ce qui est appuyé par 3E, et 3B finit par avouer que c'est fiable, à cette condition).

Un peu plus loin, 3C remet implicitement en question la conclusion de 3B selon laquelle TVA est une source fiable, en avançant la prémisse que « y'a plusieurs médias d'information qui vont avoir comme des *guidelines* pis qui vont quand même avoir des opinions biaisées des fois, pour pousser telle ou telle entreprise ou politique. » (ligne 686) Donc, en fondant son raisonnement sur la prémisse que « c'est moins *guidé* » (ligne 690), il préfère, en conclusion, se fier à Cyberpresse.

Ceci le mène à évaluer si ce que ses contacts publient est fiable, en reprenant la prémisse que 3A avait présenté plus tôt (ligne 618), selon laquelle la validité dépend de qui tient le propos : « comme 3A a dit, t'sais dépendant de qui ça vient [...] tu connais quand même le monde dans ton réseau social, fac tu peux savoir si cette personne-là » est crédible (ligne 706). Ainsi, pour 3C, la relation de confiance, nécessaire à l'évaluation de la crédibilité des propos tenus par les autres, peut seulement être forgée dans des sites comme Facebook. Cette conclusion découle de la prémisse que l'on connaît personnellement son interlocuteur. À l'opposé, il serait difficile, voire impossible, d'évaluer la crédibilité des commentaires émis par des personnes anonymes sur Cyberpresse (conclusion), en se basant sur la prémisse opposée qu'on ne connaît pas son interlocuteur. Ceci appuie les propos que tenait 3C un peu plus tôt, lorsqu'il expliquait que les discussions prenant place sous le couvert de l'anonymat ne vont nulle part : en effet, si l'on ne peut évaluer la crédibilité des arguments d'autrui (prémisse), il est alors difficile de tenir une discussion rationnelle (conclusion).

4.4 Focus group 4

Les participants (4A et 4B) du quatrième *focus group* appartenaient à un milieu motivant : ils travaillaient chez Radio-Canada pour une même émission de variétés, et étaient souvent encouragés, dans le cadre de leurs fonctions, à se tenir au courant de l'actualité politique et à utiliser Internet. Ces jeunes adultes ont exprimé plusieurs raisons de participer et de ne pas participer aux discussions politiques sur Internet.

4.4.1 Le contenu partagé

Le contenu partagé par les autres internautes sur Internet semble être très utile pour ces jeunes adultes, car il leur permet de connaître d'autres points de vue, de se construire une opinion et de générer des discussions politiques.

Après avoir dit qu'il a visité régulièrement le site de Radio-Canada durant la campagne électorale, 4A explique qu'il a été exposé à des liens sur Twitter et Facebook (prémisse), ce qui fait qu'il a lu certaines informations politiques (conclusion). 4B reprend alors cette conclusion en y ajoutant que quand ces liens ont « des titres super percutants » (ligne 117) (prémisse), il va « avoir tendance à aller les lire » (conclusion) (ligne 118). Il ajoute que ces liens ont contredit des informations qu'il croyait véridiques (prémisse), ce qui lui donnait de l'information nouvelle (conclusion) : « Tu voyais que c'était comme tel parti finalement, y'ont menti par rapport à la famille. » (ligne 124)

4A réitère alors la conclusion « information nouvelle » de 4B en expliquant qu'il utilisait lui aussi les réseaux sociaux (plus spécifiquement, Twitter) pour obtenir de nouvelles informations : « j'm'en suis servi beaucoup durant la campagne pour m'alimenter parce que sur Twitter, t'as des gens qui publient vraiment des trucs de partout » (ligne 133). Ainsi, étant donné que les gens y partagent des liens variés (prémisse), Twitter permet de s'alimenter d'informations jusqu'alors inconnues (conclusion).

D'autres fois, c'est 4A qui utilise les médias sociaux pour partager un contenu à travers une opinion qu'il exprime :

j'suis souvent interpellé à dire mon opinion, même des fois quand c'est le téléjournal [...] j'suis sur Facebook, y'ont une page, fac je vois tout c'qui se passe au téléjournal 18 h, pis là, des fois, y'a une place où tu peux commenter. Pis je l'fais, à l'occasion (ligne 182)

De cette manière, quand il se sent interpellé par le contenu médiatique auquel il est exposé, dans ce cas-ci, le téléjournal (prémisse), 4A s'exprime sur Facebook (conclusion).

À un autre moment, 4B explique qu'il a réagi à un article partagé par une de ses amies :

Mais j'me souviens, c'était une de mes amies qui avait publié un article d'une journaliste qui chialait contre le monde qui votait pas [...] pis j'étais pas tout à fait d'accord, fac j'me suis pas gêné pour laisser un long commentaire, pis elle m'a répondu, ç'a été un bel échange pareil. (ligne 154)

Ainsi, puisqu'il n'était pas d'accord avec l'opinion exprimée (prémisse), il a exprimé son point de vue (conclusion). Dans ce cas-ci, 4B précise que la discussion lui a permis de comprendre l'opinion de l'autre (prémisse) et d'être exposé à des points de vue différents (prémisse), ce qui lui a ouvert les yeux sur d'autres réalités que la sienne (conclusion) : « que je comprenais un peu plus la façon qu'elle le voyait, pis je voyais des points de vue différents » (ligne 162).

Il spécifie que la discussion n'a pas amené l'un ou l'autre parti à partager le point de vue de l'autre (donc, pas à un accord), mais seulement à mieux le comprendre : « j'comprenais c'qu'elle voulait dire, mais j'étais pas d'accord. » (ligne 164)

Plus loin, 4A donne lui aussi un exemple de conversation qu'il a tenue sur Internet qui a mené à mieux comprendre l'opinion adverse, sans pour autant l'amener à changer sa propre opinion. Cette discussion a eu lieu après que 4A a partagé un article anti-Harper, en exprimant son accord avec les propos tenus par l'auteure. Un de ses contacts était en désaccord et a commenté pour défendre Harper. Finalement, la discussion s'est transposée dans l'espace de clavardage du site, où les deux contacts ont argumenté de manière véhémement :

« ça a été, somme toute, une discussion où j'ai quand même pris conscience de certaines affaires, mais j'étais pas d'accord avec lui. Mais on a quand même débattu solidement sur Facebook. » (ligne 234) Un peu plus tard, il explique pourquoi, selon lui, il était impossible d'arriver à un accord avec l'autre personne :

les deux, on voulait tenir notre point [...] moi j'ai voté NPD, t'sais. Si tu prends le point de vue du NPD, tu prends le point de vue des conservateurs, ça peut pas se rejoindre, jamais. (ligne 328)

Pour 4A, les deux positions sont simplement irréconciliables : étant donné qu'ils ont des opinions diamétralement opposées (prémisse), il n'est pas possible d'arriver à un accord (conclusion).

4.4.2 Le manque de connaissances

Une des raisons qui explique si les participants vont participer ou non à une discussion en ligne est leur niveau de connaissances par rapport à l'enjeu discuté.

4B exprime le premier cette raison en constatant qu'il va donner son point de vue s'il se sent « à l'aise sur le sujet » (ligne 141). Il s'explique :

si c'était, exemple, sur le mariage gai, j'étais plus apte à pouvoir répondre, parce que je suis intervenant au GRIS-Montréal, qui fait de l'intervention dans le domaine de l'homosexualité, fac pour ça, quand ça parlait de ça, c'est sûr que j'étais plus à l'aise de répondre (ligne 144).

Parce qu'il possède des connaissances en la matière (prémisse), 4B se sent à l'aise de commenter sur les questions reliées au mariage gai (conclusion). 4B précise cette prémisse en la reprenant comme conclusion dans l'argument suivant : vu qu'il est intervenant pour GRIS-Montréal (prémisse), il possède des connaissances sur les questions reliées au mariage gai (conclusion).

Plus tard, 4A reprend un argument semblable, lorsqu'il parle de sa conversation en clavardage sur Facebook, en spécifiant qu'il ne voudrait pas prendre le risque

de donner son opinion en public par rapport à un enjeu qu'il connaît plus ou moins :

j'voudrais pas dire des choses dont j'suis pas certain. T'sais, j'veux pas lancer des faits sans être certain. Quand c'est sur un *chat*, mettons, où tu parles à une personne, tu peux dire des affaires, mais ça reste pas [...] Mais quand c'est par écrit [en public] [...] faut vraiment que je sois sûr de mon affaire. J'penserais pas que j'pourrais débattre de façon aussi fluide que dans un contexte où c'est instantané. T'sais, si ça reste sur ma page Facebook, je sais pas, j'aurais comme un malaise, j'pense, à débattre de ça. J'pense pas que je serais prêt à ce point-là. (ligne 248)

L'argument que 4A présente se résume comme suit : comme cette action l'exposerait aux regards de tous ses contacts (prémisse implicite), il ne veut pas donner une opinion plus ou moins « sure » en public sur Facebook (conclusion).

4B explicite cette prémisse dans l'extrait suivant :

de commenter sur Facebook, j'suis pas à l'aise, parce que je sais que y'a comme mes amis, y'a ses amis qui vont le lire. [...] J'me sens pas apte à commenter, parce que ça arrive que si tu dis quelque chose de croche, y'a un de ses amis, qui lui c't'un pro-Harper, ou c't'un pro-ci, où que lui y'a fait son doctorat là-dedans... y va te ramasser (ligne 263).

Ainsi, si 4B parle d'un sujet qu'il connaît plus ou moins (prémisse) et qu'il se trompe (prémisse), il risque de se faire ramasser (conclusion). C'est pourquoi il ne veut pas s'exprimer en public sur un enjeu qu'il ne connaît pas profondément. Il appuie son argument par un exemple, en racontant la fois où il avait formulé une opinion contre le vaccin pendant l'épisode de la grippe AH1N1 : une infirmière l'avait alors confronté publiquement pour lui dire qu'il avait tort.

4A reprend la conclusion de 4B (le risque de se faire ramasser en public) pour justifier que, quand il s'exprime en ligne, il prend soin d'appuyer son propos d'un article (prémisse) ou de donner une opinion qui n'est que personnelle (prémisse), afin d'éviter de se faire ramasser (conclusion) :

moi les opinions que je donne, t'sais souvent ça va être lié avec un article ou quelque chose, que j'vais avoir lu quelque chose, pis j'vais *poster* l'article, pis j'vais commenter. Ou

ben sinon, quand je donne mon opinion personnelle, ben ça va rester beaucoup dans c'que moi je vois de la situation, à travers mes yeux, pis ça reste de l'émotion, si on veut. (ligne 279)

Ainsi, en publiant un article, 4A apporte une preuve à son argument, et en ne donnant qu'une opinion personnelle (émotive, et non rigoureusement rationnelle), il en limite l'importance et la portée : « donner mon point de vue sur la chose, c'est somme toute limité » (ligne 289). De cette manière, il se protège, en quelque sorte, des corrections d'autrui.

Ajoutant une prémisse à cet argument, 4B donne lui aussi un truc qu'il utilise pour se « protéger » :

si j'veux vraiment commenter, j'veais commenter, mais avec l'opinion, en me fiant à l'opinion de quelqu'un d'autre. Parce que moi je sais que y'a un de mes amis qui s'y connaît là-dedans, pis qui adore ça en parler, y'a publié un article pis y'écrit souvent des commentaires, j'retiens un peu son opinion, pis avec c'qui a dit, j'veais écrire un commentaire.

Ainsi, à la condition qu'il peut appuyer son commentaire sur l'avis d'un « expert » en la matière, voire redire carrément le même argument que celui-ci a exprimé (prémisse), 4B s'exprime sur les sujets qu'il connaît moins (conclusion).

4.4.3 Les opinions impopulaires

Cette crainte de se faire corriger en public entraîne également une autre pratique en ligne : 4A et 4B semblent éviter d'exprimer des opinions ou des points de vue impopulaires.

C'est en parlant de son contact pro-Haper, avec lequel il a débattu sur Facebook, que 4A aborde le sujet :

j'pense que, dans tous mes amis, dans tous mes contacts, c'est le seul qui osait faire ça. Y'en a peut-être plein qui ont voté conservateur [...] Mais ils ne s'affichaient pas. Pis je le trouvais quand même audacieux de s'afficher, parce que, au Québec, c'est pas la majorité [qui le font] (ligne 318).

Pour 4A, comme il n'y a qu'un seul de ses contacts qui s'affichait conservateur (prémisse), mais que plusieurs autres ont peut-être voté conservateur (prémisse), alors les pro-Harper ne s'affichent pas en public (conclusion). 4B approuve implicitement cette conclusion, car il la reprend plus tard :

si j'avais été pro-Harper, j'aurais jamais osé mettre une citation pro-conservateur, ou un article [...] J'l'aurais jamais fait. Même si je croyais dur comme fer que genre Harper avait raison sur genre tel sujet, pis qu'il y avait un article qui était d'accord, pis qui donnait plein d'arguments intéressants, j'l'aurais pas fait j'pense, parce que mes amis m'auraient peut-être *blasté*, y'en a qui m'auraient juste comme jugé, ou vraiment ç'aurait fait... t'sais avec d'autres arguments, pis grosse affaire [...] j'aurais pas voulu créer une grosse polémique.

Ainsi, de peur de se faire *blaster* ou de se faire juger par ses contacts (prémisse), 4B n'exprimerait jamais d'opinion impopulaire (conclusion). Ceci rejoint la raison « manque de connaissances », car elles sont toutes les deux cette même prémisse.

4A ajoute à la force de cet argument par un exemple contraire, en expliquant que c'est parce que ses opinions (en faveur du NPD) étaient populaires auprès de son réseau de contacts (prémisse) qu'il a parlé de politique sur Internet (conclusion) : « Peut-être que c'est ce qui a fait aussi que j'me suis senti à l'aise de parler autant de politique dans la campagne [conclusion], c'est que je savais qu'il y avait beaucoup de mes amis Facebook qui étaient de mon bord [prémisse] » (ligne 633). Il reprend exactement l'argument de 4B tout de suite après : « Peut-être que si ça avait été dans un autre contexte, pis c'est vrai que j'aurais eu plus d'amis que je le savais qu'on était pas sur la même longueur d'onde [prémisse], je l'aurais peut-être pas fait [conclusion] » (ligne 639).

4.4.4 Conscientiser les autres

En citant 4A qui exprime ses opinions en faveur du NPD, nous avons effleuré une autre raison qui incite ces jeunes adultes à participer sur Internet, notamment en partageant des articles. Cette raison s'exprime comme un désir de conscientiser ses contacts à ses propres orientations politiques.

4A explique qu'en donnant son opinion en faveur du NPD (et contre Harper) (prémisse), il voulait convaincre les gens à voter, comme lui, pour ce parti (conclusion) : « j'essayais d'amener les gens vers le droit chemin en publiant des choses » (ligne 608).

Plus loin, 4A précise qu'il partageait « des articles [...] qui dénonçaient certaines affaires » (ligne 723) et qu'il commentait là-dessus. Ceci amenait plusieurs de ses amis à se joindre à la conversation, à condition qu'ils soient d'accord avec lui, selon l'argument déjà présenté que, quand ils ont des opinions populaires (prémisse), les gens sont plus portés à commenter (conclusion).

Il ajoute la raison qui l'incitait à s'adonner à cet exercice de conscientisation. À la suite d'un échange de courriels avec le candidat du NPD dans sa circonscription, il a senti que le parti avait besoin de lui :

pis j'ai dit [sur Facebook] : « J'suis NPD, pis j'suis *game*, votez pour lui. » [...] Mais je dis pas que je le ferais tout le temps, mais là je trouvais que c'était... pour moi, c'était tellement important, qu'il se passe de quoi, pis je souhaitais tellement que les conservateurs rentrent pas majoritaires, c'était comme, je le souhaitais tellement là ((rires)). Pis... fac j'me suis dit : « J'vais tout donner... j'vais faire le plus que je peux » (ligne 754).

Ainsi, parce qu'il voulait aider le NPD (prémisse), 4A a exprimé son opinion sur Facebook (conclusion). Cette prémisse est elle-même une conclusion découlant d'une autre prémisse : parce qu'il ne voulait pas que les conservateurs forment un gouvernement majoritaire (prémisse), il voulait aider le NPD (conclusion).

4B aussi partage des articles : « de plus en plus, j'me sens à l'aise de publier des articles. » (ligne 826) Il donne l'exemple d'un article écrit par un journaliste sur le projet de loi C-10 du gouvernement conservateur : « j'ai envie de le partager, moi ça me... de le lire, ça m'a fait quelque chose, pis j'vous le partage » (ligne 836). Ainsi, parce que certains enjeux lui tiennent à cœur (prémisse), 4B semble vouloir conscientiser ses contacts à ceux-ci (conclusion).

4.4.5 Avoir du feedback

Lorsqu'il a publié cet article sur le projet de loi C-10, 4B n'a pas reçu de feedback de son réseau : aucun « J'aime », aucun commentaire. Il ne s'en formalise pas : « moi, si je les publie [prémisse], c'est pas nécessairement pour avoir... pour l'instant, c'est pas pour avoir du feedback ou des "J'aime" [conclusion] » (ligne 834). Il apporte cependant un bémol à son argument, en expliquant que, dans d'autres contextes, il pourrait vouloir du feedback : « Peut-être qu'en campagne électorale, si je publie quelque chose, ça va être pour avoir du feedback. » (ligne 839)

4A s'oppose alors à sa prémisse (« c'est pas pour avoir du feedback ») en avouant que, contrairement à 4B, il a la volonté d'intéresser les gens avec ce qu'il dit et publie pour avoir du feedback : « C'est sûr que, quand je publie quelque chose pis que j'ai pas de réactions [prémisse], c'est un peu triste aussi [conclusion]. » (ligne 844) Il ajoute : « J'avoue, j'ai cette volonté-là, un peu égoïste, de vouloir, comme, que les gens me répondent, c'est ça. D'avoir l'air intéressant » (ligne 847). Ainsi, puisqu'il veut intéresser les gens (prémisse), il participe en ligne (conclusion). Cet intérêt se manifeste par du feedback, que ce soit des commentaires ou des « J'aime ».

4.4.6 L'anonymat

Les participants de ce *focus group* s'entendent sur le fait que commenter de manière anonyme, sur un site de nouvelles comme Radio-Canada ou Cyberpresse, ne les intéresse pas : « le fait que c'est anonyme [prémisse], y'a des gens qui se permettent de dire [...] des absurdités [conclusion], des grossièretés [conclusion], qui sont absolument pas assumées [conclusion]. » (4A, ligne 378) Donc, en se fondant sur la prémisse que les commentaires sont anonymes, 4A en vient à trois conclusions reliées l'une à l'autre et qui supportent la conclusion générale implicite que l'anonymat nuit aux discussions en ligne.

4B reprend cette prémisse (« les commentaires sont anonymes ») pour ajouter une conclusion conjointe à celles de 4A, soit que les propos anonymes ne sont pas crédibles : « ça enlève de la crédibilité là. » (ligne 381)

Ceci amène 4A à opposer les discussions en ligne aux discussions en face à face :

On dirait qu'ils [les internautes] ont perdu tout sens de bon sens. T'sais, c'est comme, tu vois une personne, t'sais la personne est dans ta face, tu vas tu lui dire qu'elle est laide? Non, tu lui diras pas [...] Mais pourquoi, par écrit, tu vas te permettre de le faire? (ligne 385)

Il répond à sa propre question en disant que « c'est l'anonymat qui fait ça. » (ligne 402) Ainsi, parce qu'ils sont anonymes sur Internet (prémisse), les gens sont moins respectueux en ligne qu'en face à face (conclusion).

Plus tard, 4B reprend cette conclusion, opposant lui aussi l'interaction en ligne à l'interaction en face à face :

parce que, t'sais, t'as pas à confronter un regard, y'a pas de malaise qui s'installe, t'es tout seul devant ton écran, fac, t'sais, quand t'es avec quelqu'un, des fois, tu ressens avec l'autre que y'a un malaise, y'a comme une atmosphère qui s'établit, pis qui vient freiner, mais là y'a rien qui te freine, fac tu laisses vraiment tes émotions t'emporter (ligne 432).

Ici, nous constatons la construction d'un argumentaire subordonné de trois niveaux. Étant donné qu'on n'a pas à confronter un regard (prémisse), il n'y a pas de malaise qui s'installe (conclusion). Comme il n'y a pas de malaise qui s'installe (prémisse), alors il n'y a rien pour freiner les commentaires plus ou moins réfléchis (conclusion). Comme il n'y a rien pour freiner les commentaires plus ou moins réfléchis (prémisse), alors les émotions (négatives) s'expriment plus facilement en ligne qu'en face à face.

Avec cet argument, 4B évacue totalement l'aspect « anonymat » de la réflexion (4A avait un peu entamé cet effacement) pour se concentrer uniquement sur l'opposition entre l'interaction discursive en ligne et hors ligne. 4A poursuit sur cette lancée et renforce la conclusion que les émotions négatives s'expriment plus facilement en ligne que hors ligne, en donnant l'exemple des Justiciers

masqués, qui ont émis des *tweets* très durs après l'annonce du jugement dans l'affaire Guy Turcotte : « les Justiciers masqués ont commencé à critiquer pis à vraiment insulter le jury, pis à dire que c'était des christ de cons, qui connaissaient rien, pis tout ça » (ligne 450). Cette conclusion, 4A l'appuie sur la prémisse selon laquelle « ils réagissaient tellement aussi sur le coup de l'émotion, pis de l'impulsion » (ligne 465), qui elle-même s'appuie sur la conclusion de 4B (repris en tant que prémisse dans ce cas-ci) selon laquelle les émotions négatives s'expriment plus facilement en ligne que hors ligne.

Pour revenir à la question de l'anonymat, à l'opposé, 4B est plus porté à lire le commentaire d'un contact qu'il connaît personnellement que celui d'un inconnu : « j'vais accorder plus d'attention [conclusion], quand c'est quelqu'un que je connais [prémisse] ». 4B pousse sa réflexion plus loin et explique que, parce qu'il y accordera plus d'attention (prémisse), il va prendre le temps de le lire (conclusion). À l'opposé, si c'est quelqu'un qu'il ne connaît pas (prémisse), il va être moins porté à le lire (conclusion).

Par contre, 4B n'accorde pas de facto plus de crédibilité à quelqu'un qu'il connaît qu'à un inconnu. S'il connaît la personne personnellement (prémisse), alors 4B sait si celle-ci suit la politique ou non (conclusion). Puisque qu'il sait si cette personne suit la politique ou non (prémisse), 4B sera apte à juger si son opinion politique est crédible ou non (conclusion). 4A reprend cette conclusion en tant que prémisse, en expliquant que, parce qu'il sait lesquels de ses contacts Facebook sont crédibles (prémisse), il y a quelques-unes de ses connaissances Facebook qu'il va « suivre un peu plus c'qui vont faire » (conclusion) (ligne 542).

Ceci n'empêche pas ces deux participants d'évaluer les commentaires pour leur pertinence intrinsèque, peu importe qu'ils viennent d'une source anonyme ou non :

Mais, souvent, j'vais aller lire les commentaires aussi en bas des articles [...] pis c'est des gens que je connais pas du tout, mais j'ai quand même un intérêt à les lire. Des fois je trouve qu'il y a des gens qui ont une façon d'analyser les choses qui est très juste, pis ça m'intéresse autant que des gens que je connais. (4A, ligne 531)

Ainsi, si le commentaire d'une personne anonyme est pertinent en lui-même (prémisse), alors il l'est autant que celui d'un contact connu personnellement (conclusion). 4B reprend cette conclusion et avance un argument semblable, en donnant l'exemple d'articles portant sur la hausse des droits de scolarité : « j'avais prendre le temps d'aller lire les commentaires [...] sur Radio-Can ou sur Cyberpresse, c'que les gens vont écrire, parce que je trouve ça intéressant. » (ligne 544) Ainsi, parce que ces commentaires peuvent être aussi intéressants (ou pertinents) que ceux d'un contact (prémisse s'appuyant sur la conclusion de 4A), 4B va lire les commentaires d'inconnus (conclusion).

4.5 Mise en commun des arguments

Parmi les arguments exprimés par les participants à chacun des *focus groups*, quelques-uns se démarquent par leur évocation dans plusieurs groupes. Soulignons ces arguments en les mettant en commun sous l'insigne de thèmes les rassemblant.

4.5.1 Le manque de connaissances et l'aspect public

Une raison que les jeunes adultes expriment pour expliquer leur abstention des discussions politiques sur Internet est le manque de connaissances quant à la politique. Évidemment, cette raison n'est pas ressortie lors de la séance avec le premier groupe, qui était composé uniquement d'individus très politisés (donc, qui ne manquent pas de connaissances en politique). Néanmoins, cette justification est ressortie chez la majorité des participants des groupes subséquents.

Celle-ci s'illustre dans le deuxième groupe, lorsque 2A affirme qu'il ne se risquerait pas à discuter de politique sur le Web, en public, car il n'a pas assez de connaissances sur le sujet. De la même manière, 2B affirme que la seule raison pourquoi il s'est un jour opposé à un de ses contacts sur la politique est parce qu'il était certain de ne pas se tromper, puisqu'il avait vérifié avec son frère (un expert) au préalable. Sans ce renforcement, il se serait probablement tu. Comme l'explique 2A, le caractère public des discussions en ligne accentue la raison du

manque de connaissances, puisqu'il ne veut pas se tromper publiquement. Selon 2C, ce qui est sur Internet est public, donc il peut être risqué d'avoir une réaction « spontanée ».

Plusieurs participants du *focus group* 3 confirment cette tendance. L'exemple le plus probant est celui de 3B, qui explique qu'il ne connaît pas assez la politique pour s'exprimer, et que, comme il ne s'intéresse pas au sujet, il ne s'informe pas. C'est pourquoi il ne discute pas de politique en ligne. Ainsi, ça semble être un véritable cercle vicieux duquel il semble très ardu de s'extraire. 3A confirme que, lui aussi, manque de connaissances en politique.

Néanmoins, cette tendance lourde pourrait aller encore plus loin, lorsque l'on considère que le simple fait de s'informer sur la politique peut être un exercice difficile. En effet, 3B dit avoir « essayé » d'écouter le débat des chefs, mais que c'était plutôt difficile étant donné qu'il ne comprenait pas tout. Pire, 3A et 3C ont arrêté d'écouter le débat, car ils trouvaient le contenu trop peu pertinent et trop vindicatif. Un tel phénomène semble encourager le cynisme chez ces jeunes adultes.

Dans le quatrième groupe, encore une fois, cette raison du niveau de connaissances est mise de l'avant. Par exemple, 4B explique qu'il ne serait « pas à l'aise » de discuter d'un sujet qu'il connaît plus ou moins, et ce, puisque la discussion est publique. Il craindrait de se faire corriger par des gens qui s'y connaissent plus que lui. C'est pourquoi il préfère s'en tenir à des enjeux qu'il connaît bien, comme celui du mariage gai. De plus, à l'instar de 2B, qui citait son frère, 4B se sent plus à l'aise de s'exprimer lorsqu'il peut « utiliser » l'argument de quelqu'un d'autre, qui a plus de connaissances que lui. 4A aussi explique qu'il n'exprimerait pas une opinion dont il est plus ou moins certain en public sur Facebook.

Pour ce qui est des participants du premier groupe, ils sont loin de manquer de connaissances politiques. D'ailleurs, trois d'entre eux discutent beaucoup de politique sur les médias sociaux. 1D, qui est seul dans le groupe à ne pas

s'exprimer en ligne, met de l'avant des raisons complètement différentes du manque de connaissances pour justifier son silence.

4.5.2 La conscientisation et l'obtention de feedback

Chez les jeunes adultes qui discutent sur Internet, et ce, à travers les quatre *focus groups* réalisés, on retrouve un désir similaire de « conscientisation ». C'est-à-dire que ces jeunes citoyens ont le goût de partager de l'information qu'ils considèrent comme importante : les gens diffusent des articles sur Facebook ou commentent sur des statuts afin de faire part d'un enjeu dont tous, à leurs yeux, devraient connaître l'existence.

Ce sentiment est hautement présent chez les participants du premier groupe, qui se considèrent comme plus éduqués politiquement que le reste de la population (plus précisément, 1B et 1C). C'est ce qui les amène à partager des articles qui traitent d'enjeux pertinents à leurs yeux et à avoir des discussions sur le sujet (1A, 1B et 1C). Même 1D, après avoir écouté la coconstruction de l'argumentaire sur la conscientisation entre ses trois collègues, est forcé d'admettre que ceux-ci lui donnent presque des raisons de vouloir discuter en ligne.

2B est intervenu sur Internet parce qu'il avait peur qu'un commentaire qu'il jugeait erroné puisse influencer la pensée et le vote des autres, lorsqu'il a défendu le NPD face au commentaire bloquiste d'un de ses contacts (de la même manière que 1C est intervenu pour corriger les faussetés circulant à propos de Michael Ignatieff). 2B intervient également pour rectifier les erreurs véhiculées par ses contacts. Il prend aussi soin de choisir les sujets qu'il partage en considérant ce qui intéresse ses contacts, ce qui lui permet de mettre les chances de son côté pour obtenir du feedback, ce qu'il désire ardemment.

3C, du troisième groupe, partage un article ou émet un commentaire lorsqu'il considère que l'enjeu politique discuté est important. Tout comme 2B, il prend non seulement en considération la pertinence qu'il accorde lui-même à l'enjeu, mais également la pertinence que cet enjeu peut avoir aux yeux de ses contacts. 3C prend également soin de rectifier les faussetés que pourraient exprimer,

délibérément ou non, ses contacts (tout comme 3D, qui nous confie ne pas se gêner pour corriger ses contacts quand ils se trompent).

Chez le quatrième groupe, 4A souligne que, durant la campagne, il s'est exprimé sur les réseaux sociaux en faveur du NPD pour conscientiser ses contacts à ce parti. Son but explicite était d'amener les gens à voter pour le NPD. Même chose, dans une moindre mesure, chez 4B, qui lui aussi partage certains articles pour conscientiser ses contacts, comme dans le cas de l'article sur le projet de loi C-10. 4A (tout comme 2B, et à la limite 4B) aime recevoir du feedback de ses contacts, que ce soit sous la forme de commentaires ou de « J'aime ».

4.5.3 La réaction par rapport au contenu, la composition du réseau et la valeur de l'information

Dans l'ensemble des *focus groups*, la participation à des discussions politiques semble reposer sur une action spontanée, initiée par le contenu politique auquel on est exposé, plutôt que sur une action préméditée.

1A, 1B et 1C partagent souvent du contenu, et c'est celui-ci qui génère des discussions avec leurs contacts. Comme l'explique 1B, connaître l'opinion des autres, à travers le contenu ou les opinions personnelles qu'ils partagent, peut permettre d'augmenter le nombre de discussions politiques. En plus de cela, les liens et les opinions partagés sont une excellente manière de s'informer et d'être exposé à des enjeux jusque-là inconnus. C'est pourquoi 1B considère l'ensemble de ses contacts comme un « bureau de recherchistes ». Il affirme également que les discussions auxquelles on peut participer dépendent de la composition de son réseau en ligne. Par exemple, il sera plus probable qu'on ait des discussions si nos contacts sont politisés et aiment débattre. Les débats sont d'ailleurs ce que 1A et 1C recherchent en utilisant Facebook. Tout le monde ne pense pas ainsi : 1D soutient qu'il ne s'intéresse pas à ce que les gens publient sur Facebook et qu'il accorde peu de valeur à leur opinion. D'ailleurs, il accorde plus de valeur à l'information venant de sources officielles, comme celle de médias traditionnelles, et à celle venant d'experts en la matière. Pour ce qui est de la

composition de son réseau, il n'inclut que des personnes qui pensent comme lui, ce qui restreint les possibilités d'échanges argumentaires.

2B explique clairement que ce qui lui avait fait écrire un commentaire à caractère politique était un point de vue exprimé sur Facebook, avec lequel il n'était pas d'accord et qui l'avait heurté. De plus, lorsqu'une nouvelle est assez importante et le touche (par exemple, la publication de l'ultime lettre de Jack Layton), 2B prend soin de la partager avec ses contacts, ce qui peut générer des réactions. Bien qu'ils avouent avoir été exposés à du contenu politique durant la campagne, 2A et 2C soutiennent que celui-ci ne les a pas poussés à s'exprimer, que ce soit parce qu'ils n'en ont pas l'habitude, parce qu'ils considèrent que ces discussions tournent en rond ou parce qu'ils manquent de connaissances. De toute façon, 2A (tout comme 1D) soutient qu'il accorde plus de valeur à l'information venant de sources officielles qu'aux opinions exprimées par ses pairs. 2B et 2C confirment qu'ils accordent eux aussi plus de valeur à l'information venant de journalistes ou de sites de journaux.

3C n'hésite pas à s'exprimer lorsqu'un contenu partagé par un des contacts de son réseau l'interpelle. Lui-même partage des articles avec ses contacts, ce qui génère parfois des discussions. Tout comme 1B, 3C utilise Facebook comme une sorte de « bureau de recherchistes » qui lui permet de prendre connaissances d'informations jusque là inconnues. Néanmoins, les autres membres de son groupe ne semblent pas portés à avoir ce genre de réaction. Par exemple, 3E avait discuté de l'affaire du jeune Ontarien qui insultait les Québécois dans une vidéo, mais en personne, avec des amis. Les autres membres de son groupe (à part 3C), tout comme 2A et 2C, semblent manquer d'intérêt pour les discussions sur Internet, et possiblement pour la politique en général. De toute façon, peu de gens de leur réseau discutent de politique. À l'instar de 1D qui dit que ses contacts ont la même opinion que lui, 3D explique que tout le monde de son réseau avait une opinion favorable envers Jack Layton, ce qui laissait peu de place au débat d'idées. Pour ce qui est de la valeur accordée à l'information, 3B avoue se fier à TVA, alors que 3C préfère Cyberpresse (toutefois, tous les deux sont des médias traditionnels).

4A et 4B utilisent amplement les médias sociaux pour s'informer sur des nouvelles inédites, reprenant l'idée du « bureau de recherchistes » exprimée par 1B. Le contenu auquel ces deux jeunes adultes sont exposés (et celui qu'ils partagent) les amène à s'exprimer en ligne, générant à l'occasion des débats politiques intenses. L'exemple de 4A qui s'oppose à un contact conservateur sur Facebook montre bien cela. La composition de leur réseau entre en compte dans le type d'article qu'ils vont partager, car ils essaient de n'offusquer personne. 4A et 4B disent consulter souvent des sites de médias traditionnels comme Cyberpresse et Radio-Canada.

4.5.4 Le face à face, l'anonymat et les sujets controversés

1D considère que les discussions en ligne ne sont pas aussi honnêtes (ou « vraies ») que celles en face à face, ce à quoi 1C réplique qu'Internet permet aux personnes plus gênées de s'exprimer, tandis que 1A explique qu'Internet permet aux gens d'exprimer des points de vue plus réfléchis et moins émotionnels. Cette opposition mène à la question de l'anonymat, l'idée générale étant que ce voile peut permettre aux personnes gênées de s'exprimer, bien que ceci puisse entraîner des dérapages, comme le fait que les gens disent parfois n'importe quoi sous le couvert de l'anonymat (1B).

2C soutient qu'il considère que les discussions en ligne tournent souvent en rond parce que les interlocuteurs ne sont pas face à face, ce qui évince les indicateurs non verbaux de la dynamique conversationnelle. De plus, il soutient que les gens sont fermés aux arguments des autres et ne « lâcheront pas leur bout », ce que confirme 2B, en expliquant la fermeture d'un de ses interlocuteurs à propos d'un enjeu à caractère politique. 2A confirme que lui aussi préfère les discussions en face à face, en donnant l'exemple de discussions à propos de films.

3C met l'accent sur le respect qui s'installe dans une discussion en ligne entre personnes qui se connaissent personnellement et qui permet une discussion ouverte, à l'opposé d'une discussion dans la section « commentaires » d'un site comme Cyberpresse, où les gens sont plutôt bornés, étant sous le couvert de l'anonymat. Les participants de ce troisième *focus group* s'entendent pour dire

que certains sujets (en fait, ceux reliés à la politique), par leur caractère controversé, sont difficilement débattus de manière ouverte (un peu comme le laisse présumer 2B). À l'opposé, il est plus facile de discuter de sujets qui font consensus, vu leur propension moins combative.

Ça pourrait aussi être, comme le constatent 4A et 4B, qu'on a plus tendance à exprimer ses propres opinions lorsque celles-ci sont populaires que lorsqu'elles sont impopulaires, voire controversées, de peur de déplaire à ses contacts. Pour ce qui est de l'anonymat de certains internautes, 4A et 4B sont d'accord que cela peut permettre l'expression d'absurdités et de grossièretés non assumées, ce qui enlève de la crédibilité aux propos tenus et nuit aux discussions en environnement numérique. Puisque l'on n'est pas confronté à l'autre internaute en face à face, les émotions négatives prennent plus facilement le dessus sur la réflexion, et ceci, pas seulement pour les personnes anonymes (comme le montre l'exemple des Justiciers masqués).

Maintenant que les résultats obtenus lors des quatre *focus groups* ont été dûment présentés et qu'ils ont été regroupés en thèmes, il est temps de discuter des implications de ces résultats quant à l'étude du phénomène de la participation à des discussions politiques sur Internet chez les jeunes adultes québécois.

5 CHAPITRE 5 : DISCUSSION

À la lumière de l'analyse des arguments avancés lors des *focus groups* et de la mise en commun de ceux-ci, il apparaît que plusieurs tendances, sous forme de raisons exprimées dans plusieurs groupes, ressortent du lot et permettent d'expliquer pourquoi ces jeunes adultes discutent ou ne discutent pas de politique sur le Web. Quatre thèmes se démarquent : le manque de connaissances et l'aspect public; la conscientisation et l'obtention de feedback; la réaction par rapport au contenu, la composition du réseau et la valeur de l'information; le face à face, l'anonymat et les sujets controversés.

Il importe ici de discuter des implications de ces thèmes dans l'analyse du phénomène des discussions politiques en ligne, en considérant à la fois les études scientifiques déjà faites à ce sujet et le concept de sphère publique présenté dans le cadre théorique. Rappelons que celle-ci héberge un certain nombre de conditions permettant l'utilisation publique de la raison comprise comme l'idéal démocratique exprimé par la notion d'agir communicationnel. C'est une manière de contrebalancer le pouvoir quasi absolu dont peut jouir un monarque ou même un gouvernement élu démocratiquement. Trois caractéristiques sont essentielles pour qu'on puisse parler d'une sphère publique : elle doit être accessible à tous, être indépendante des intérêts gouvernementaux et commerciaux et permettre la tenue de débats critiques rationnels (Polat, 2005).

5.1 Le manque de connaissances et l'aspect public

Compte tenu du constat sur le manque de connaissances en politique des jeunes adultes interrogés, on peut avancer que, afin d'encourager la discussion politique, il faut d'abord trouver des manières d'informer capables d'engager ces citoyens. Il semble, d'après l'analyse de nos données, que c'est seulement lorsqu'ils auront acquis assez de connaissances qu'ils oseront se donner une voix en ligne.

La littérature consultée nous a révélé qu'il est primordial que les gens soient intéressés par la politique ou certains de ses enjeux pour espérer qu'ils en discutent. C'est le constat qu'ont soulevé Xenos et Young (2008) dans leur étude portant sur des étudiants universitaires américains. La méthodologie quantitative qu'ils ont appliquée leur a permis d'avancer avec assurance la conclusion que la participation politique passe par l'intérêt (ce qui est en accord avec nos résultats). De manière complémentaire, la méthodologie qualitative que nous avons adoptée a permis aux sujets interrogés de révéler l'importance des connaissances dans le processus participatif. Ainsi, nous pouvons pousser la réflexion de Xenos et Young un peu plus loin. Une étape semble s'ajouter entre l'intérêt et la participation à des discussions : celle de l'acquisition des connaissances. Comme l'a illustré 3B, pour participer, il faut les connaissances nécessaires, et pour avoir les connaissances, il faut avoir l'intérêt. À l'opposé, même si l'on est intéressé par la politique, mais que l'on n'a pas les connaissances que l'on juge nécessaires pour intervenir en ligne, il est probable que l'on se taise. Ainsi, c'est l'efficacité politique qui se voit réduite.

Rappelons également deux constats maintes fois soulevés dans la littérature, celui faisant état de la disparité participative en politique entre les gens éduqués et ceux non éduqués (Best & Krueger, 2005; Di Gennaro & Dutton, 2006; O'Neill, 2009; Toguchi Swartz et al., 2009; Whiteley, 2010), et celui de l'influence du milieu (Cross & Young, 2008; Pronovost, 2007), reflétés respectivement dans notre échantillon par les variables « occupation » et « milieu ». Il semblerait que ces deux constats puissent expliquer en partie le niveau de connaissances politiques que possèdent les jeunes adultes, puisque c'est, entre autres, par l'occupation et par le milieu que l'on est exposé à des conditions favorables ou non à l'acquisition de connaissances politiques. Ainsi, le premier *focus group* était plus éduqué sur la politique et appartenait à un milieu plus motivant que le troisième. Le manque de connaissances n'est jamais cité comme raison dans le premier groupe, alors qu'il revient à plusieurs reprises dans le troisième. 3C fait figure d'exception dans le troisième groupe, car il s'informe sur la politique et en discute sur Internet. Quant au deuxième groupe, il appartenait à un milieu moins motivant que le quatrième : les participants du groupe 2 discutent moins de

politique sur Internet que ceux du groupe 4, peut-être parce qu'ils connaissent moins bien les enjeux. Cette connaissance pourrait venir de leur milieu. Ainsi, il semble y avoir une certaine incidence des variables « occupation » et « milieu » sur le niveau de connaissances politiques et sur la participation elle-même à des discussions politiques.

Dans le cadre d'une étude où une méthodologie qualitative a été adoptée avec de jeunes adultes Australiens qui participent politiquement sur des sites Internet non gouvernementaux, Vromen (2008) soutient qu'il y a encore aujourd'hui des barrières à la participation à des discussions politiques. Notre analyse suggère que ces barrières incluent le manque de connaissances (que l'on peut lier aux variables « occupation » et « milieu »). Vromen soutient qu'il est plus difficile pour les novices de l'expression politique de discuter en ligne. Cependant, cette affirmation ne s'applique pas à son échantillon, composé de personnes qui ne sont pas novices et qui participent activement en ligne. Dans notre étude, les résultats obtenus auprès de jeunes Québécois appuient cette assertion, notamment en ce qui concerne l'aspect public d'Internet, qui ne semble pas intimider les participants du groupe 1, alors que plusieurs jeunes des groupes 2 ou 3, qui sont moins habitués à discuter de politique (vu leur « occupation » et leur « milieu »), s'expriment moins aisément sur Internet par rapport à divers enjeux politiques. Quant au groupe 4, ses participants, qui s'expriment en ligne, ont tout de même formulé quelques réserves en rapport avec l'aspect public, surtout lorsqu'il est question d'enjeux qu'ils connaissent moins.

Il est un peu paradoxal de se rendre compte que plusieurs jeunes de notre échantillon se retiennent de discuter de politique sur Internet, donnant comme raison l'aspect public de la participation, lié au manque de connaissances. Rappelons que la définition habermassienne de sphère publique repose sur la participation de tous les partis impliqués au débat public. Néanmoins, dans le cas présent, nous remarquons que plusieurs jeunes adultes s'excluent eux-mêmes des discussions. Cette situation est problématique, dans le sens où elle peut créer une sphère publique élitiste, où seules les voix dominantes et savantes s'expriment.

Ce constat fait penser à ce que redoute Nancy Fraser (2001) quand elle présente sa crainte de voir la sphère publique exclure les voix marginales, représentées ici par les personnes plus ou moins à l'aise avec les affaires politiques. Habermas (1992) avait vu ce risque d'exclusion, et c'est pourquoi il traite également de la formation de sphères publiques subculturelles ou particulières aux classes sociales. Néanmoins, le constat qui ressort des *focus groups* diffère des remarques de Fraser et de Habermas en un point capital : alors que ces deux auteurs déplorent l'exclusion explicite des groupes marginalisés (comme les femmes ou les ouvriers) par les groupes dominants, la situation chez les jeunes interrogés est plutôt qu'ils s'excluent eux-mêmes de la sphère publique. C'est à croire qu'ils ont intériorisé certains discours, reflétant une forme de colonisation, qui les poussent à croire qu'ils ne sont pas suffisamment informés pour avoir le droit de participer aux débats politiques. Layder explique que, selon Habermas, la colonisation du monde vécu par le système se manifeste chez les gens qui ont l'impression que les processus sociaux sont hors de leur contrôle, et qu'ils n'ont plus aucune influence sur les événements qui les entourent (1994, p. 195). C'est ce qui se rapproche le plus, chez Habermas, d'une situation d'aliénation.

Faisons un parallèle entre les médias traditionnels et Internet. Selon d'innombrables études faites depuis plus d'un demi-siècle, dans le cas des journaux, de la radio et de la télévision, les voix des grandes entreprises de presse masquent celles des simples citoyens. Ceux-ci n'ont pratiquement aucun accès à ces médias pour s'exprimer, sauf par des moyens indirects, étant donné leur caractère technique unidirectionnel. À l'opposé, Internet est souvent décrit comme l'outil qui permet de contrer l'ubiquité des grandes entreprises de presse dans le paysage médiatique. Dans notre étude, c'est d'ailleurs ce qu'ont souligné 1A et 1D lorsqu'ils déclarent qu'il est difficile de voir leur opinion publiée dans un journal, contrairement à la facilité de la publier sur Internet. Par contre, même si les gens peuvent publier sur Internet, un média ayant un caractère technique pluridirectionnel, il reste à savoir s'ils le font. De toute évidence, ce n'est pas tout le monde qui se donne cette voix. Alors, comment

parler d'Internet comme d'un média démocratique incluant tout le monde, si plusieurs refusent de participer au débat politique?

Le constat que des jeunes adultes refusent de s'exprimer en ligne rappelle la description du phénomène d'aliénation chez Habermas. Ces citoyens semblent considérer que les processus sociaux liés à la politique et à la démocratie sont hors de leur contrôle. C'est comme s'ils considéraient l'appareil politique comme une chose extérieure à eux-mêmes, et non comme traversant tous les aspects de leur propre vie de citoyen.

Le fait que ces jeunes s'en remettent encore et toujours à des « experts » et à des organes de presse officielles comme étant les figures d'autorité en politique soulève plusieurs questions. Par exemple, les articles qu'ils partagent sur Facebook viennent de sources comme Cyberpresse, Radio-Canada, TVA ou Le Devoir. Il y a longtemps que les chercheurs en communication ont révélé que ces médias sont loin d'être neutres dans le traitement et la diffusion des nouvelles, que ce soit par rapport aux phénomènes du *gatekeeping* (Berkowitz, 1990; Domingo et al., 2008; Thurman, 2008) ou de *l'agenda setting* (Golan, 2006; Weaver, 1994; Winter & Eyal, 1981). De plus, plusieurs de ces médias appartiennent à des intérêts privés (Gesca, Quebecor) ou étatiques (Radio-Canada). Même s'ils assurent qu'il y a étanchéité entre la salle de nouvelles et les propriétaires, il demeure un risque que cette étanchéité ne soit pas entière. C'est ce contre quoi met en garde la caractéristique de la sphère publique spécifiant que celle-ci doit être indépendante des intérêts commerciaux et gouvernementaux. Ainsi, deux constats s'imposent : premièrement, les jeunes ne semblent avoir d'autre choix que de discuter en ligne de ce qui est publié dans l'actualité, laquelle est dictée par les médias de masse et, deuxièmement, ces discussions ont lieu dans des environnements contrôlés par des entreprises privées (Facebook, pour ne nommer que ce site).

Ces deux restrictions risquent de cadrer, selon des intérêts privés, la nature des conversations en ligne, et, éventuellement, les conditions de production du contenu. Jusqu'à un certain degré, le contenu des discussions en ligne semble lui-même influencé par les médias de masse, puisque les jeunes adultes de notre

étude discutent souvent d'enjeux traités par des articles venant de sources traditionnelles partagés sur les médias sociaux. De plus, ces sites sont eux-mêmes souvent régis par des intérêts privés. Prenons l'exemple de Facebook, qui est utilisé par la majorité des jeunes adultes interrogés dans le cadre de cette étude. La rentabilité de ce site repose sur un système de publicités ciblées selon les goûts et les champs d'intérêts des utilisateurs, et qui se base sur l'information que ceux-ci partagent. Il n'est donc pas impossible d'envisager qu'une opinion politique exprimée sur Facebook puisse être partagée avec d'autres entreprises, ou même avec des gouvernements. Nous assisterions alors à un véritable détournement des choix politiques à des fins marchandes ou étatiques.

Ceci étant dit, certains des jeunes adultes qui discutent en ligne et qui partagent des articles ne semblent pas dupes quant aux intérêts derrière les médias de masse (comme le souligne 3C). Ainsi, pour qu'un débat digne de la sphère publique soit possible, il faut que ces jeunes soient critiques quant au contenu publié par les journaux ou par les stations de télévision, et qu'ils utilisent Internet pour exprimer ces critiques, ce que font certains des jeunes interrogés (par exemple, 1C).

5.2 La conscientisation et l'obtention de feedback

Un sentiment commun se retrouve chez plusieurs jeunes adultes à travers chacun des groupes : celui de conscientiser les autres à des sujets pour lesquels ils ont un intérêt personnel. Ceci est en accord avec la littérature, qui a déjà constaté que les jeunes (tout comme les moins jeunes) sont intéressés par les sujets qui les concernent personnellement (Baumgartner & Morris, 2009; Boyd, 2008; Delli Carpini, 2000; Lupia & Philpot, 2005). Du point de vue démocratique, c'est une pratique qui semble noble, étant donné qu'elle les implique directement dans le processus de confrontation d'idées et de débat qui se rapproche du modèle rationnel habermassien. Cependant, le fait que plusieurs des participants interrogés se refusent à participer à de telles discussions laisse croire que cette pratique n'inclut pas tout le monde et ne représente pas la diversité des opinions qui se retrouvent chez les jeunes citoyens québécois

(nous pensons, en particulier, aux opinions impopulaires qui pourraient les mener à se taire, par peur d'être condamné par autrui). Ainsi, est-ce qu'on peut parler d'Internet comme d'un espace de discussion véritablement public?

Il y a aussi l'aspect qu'on peut soupçonner individualiste de la recherche de feedback, exprimé explicitement par 4A (« une volonté un peu égoïste »). Que le désir d'obtenir des commentaires soit motivé par l'égoïsme ou non, cette pratique n'est pas malsaine en elle-même, puisque les commentaires d'autrui sont un élément nécessaire à la tenue de discussions. Toutefois, dans le cas présent, c'est du feedback positif que certains jeunes recherchent, et non du feedback négatif qui peut générer un débat (du moins, chez 2B, 4A et 4B, tandis que 1A et 1C veulent débattre en ligne). Dans la mesure où plusieurs jeunes ne désirent pas confronter leur opinion politique avec celle des autres internautes, il semble difficile, tel que soulevé ci-dessus, de respecter la caractéristique de la sphère publique qui doit permettre la tenue de discussions rationnelles. Ceci est sans compter une sorte de violence présente en ligne et décriée par plusieurs des jeunes adultes des quatre groupes qui refusent de donner leur opinion. En effet, ils craignent les repréailles ou les corrections d'autres internautes, qui peuvent aller jusqu'à des insultes et des propos diffamatoires. Une telle autocensure ne peut permettre à toutes les voix concernées de s'exprimer.

En effet, rappelons que Hernando Rojas (2010) s'appuie sur plusieurs études pour constater que les gens qui s'expriment en ligne véhiculent des idées politiques extrêmement partisans (ce que croit d'ailleurs 2A du deuxième groupe). Selon le chercheur, ceci pourrait mener à une polarisation des opinions, plutôt qu'à une réelle délibération. Soulignons que Rojas a fait sa recherche en Colombie, un pays au climat sociopolitique instable, donc dans un contexte très différent du Québec. Néanmoins, il semble vrai que les participants de notre étude véhiculent certaines idées partisans, que ce soit 1A qui explique utiliser Facebook dans la cadre de ses fonctions en politiques actives, ou 2B et 4A qui, tous deux, ont défendu le NPD durant la campagne électorale. Il serait néanmoins pessimiste de considérer cette pratique comme uniquement nocive pour la tenue d'une sphère publique, puisque, selon toute vraisemblance, ces

jeunes adultes ne cachent pas leurs biais envers tel ou tel parti. Ainsi, il est sain en démocratie que les voix puissent s'exprimer librement en faveur de certaines tendances politiques, même les voix partisans, ce que permet Internet pour ces jeunes. Ces commentaires de nature politique peuvent générer des échanges et des débats, comme le révèlent plusieurs des personnes interrogées.

Toutefois, comme le craint Rojas (2010), les opinions partisans peuvent cacher de fortes tendances idéologiques qui restreignent le meilleur argument de primer lors de débats rationnels. Internet apparaît donc comme un espace limité pour ce qui est des processus d'entente, et peut-être plus approprié pour les processus de colonisation et pour une illusion de démocratie.

Il est intéressant de considérer l'influence de la variable « milieu » sur la perception qu'ont les jeunes des débats en ligne. Trois participants sur quatre du groupe 1 utilisent Internet pour débattre : cette opportunité est une des raisons principales qui les incite à utiliser Facebook. Les jeunes adultes du groupe 4 utilisent également Internet pour discuter de politique. À l'opposé, la majorité des participants des groupes 2 et 3 ont une opinion très différente des débats en ligne, soulignant que ceux-ci tournent en rond et qu'Internet n'est pas l'endroit pour débattre de politique. Ainsi, le milieu motivant ou non semble avoir une incidence sur l'utilisation d'Internet pour débattre de politique.

5.3 La réaction par rapport au contenu, la composition du réseau et la valeur de l'information

Plusieurs auteurs ont déjà souligné que c'est le contenu partagé sur le Web qui permet de générer des discussions (Collin, 2008; Hermes, 2006; Kavanaugh et al., 2008; O'Neill, 2009; Rojas, 2010). Les jeunes adultes interrogés confirment cette tendance, du moins ceux qui participent en ligne.¹⁵ Parlons alors d'opportunités politiques et de discussions spontanées. Celles-ci sont permises par les fonctions interactives du média et le caractère informel des

¹⁵ Même ceux (comme 3E) qui ne réagissent pas en ligne semblent sensibles au contenu médiatique et peuvent en discuter hors ligne.

conversations. Ceci permet, comme l'expliquent Collin (2008) ou Bakardjieva (2005), d'intégrer la participation à la vie de tous les jours.

Les commentaires laissés sur les blogues seraient un exemple de conversations à caractère informel (Collin, 2008; Gil de Zunega et al., 2010; Hermes, 2006). Néanmoins, les blogues semblent peu populaires chez les participants des *focus groups*. De toute évidence, c'est principalement sur Facebook et sur Twitter que les commentaires sont exprimés, ce qui ne change pas la dynamique informelle des interactions motivées par ce qui est publié, tel qu'exploré dans la littérature sur les blogues.

Rappelons que Pronovost (2007), dans son étude sur l'utilisation d'Internet chez les adolescents, explique qu'Internet peut servir à encourager la participation politique chez les jeunes intéressés par le sujet, mais peut rarement générer un intérêt auparavant inexistant. Cette tendance se retrouve chez les jeunes adultes de notre étude : bien que tous utilisent Internet à différentes fins, seuls ceux qui ont un intérêt minimum pour la politique osent participer aux discussions, alors que les autres se taisent, pour différentes raisons. Ainsi, Internet, en temps que média, peut difficilement être considéré comme une solution au bas niveau d'engagement politique chez les jeunes adultes, qui semble largement répandue, du moins si l'on considère les taux de participation aux élections des dernières années. Nous pouvons, de manière légitime, nous demander si d'autres moyens visant à encourager la participation ne devraient pas être explorés. Ainsi, les moyens visant à engendrer un intérêt pour la politique pourraient tirer parti d'Internet plus en tant qu'outil qu'en tant que solution.

Le constat que des jeunes adultes comme 2B, 3C, 4A ou 4B s'expriment en ligne à condition que l'enjeu discuté les intéresse rappelle ce que remarquent plusieurs auteurs : l'intérêt politique dépend grandement de l'intérêt personnel qu'un citoyen a pour un sujet politique. Si une question le touche personnellement, le citoyen sera d'autant plus porté à s'exprimer, particulièrement chez les personnes qui n'ont pas l'habitude de participer beaucoup (Rojas, 2010; Kavanaugh et al., 2008). Cette affirmation a été confirmée par notre étude : par exemple, 2B note qu'il s'est exprimé quand ce qu'il a lu d'un de ses contacts l'a

heurté dans ses valeurs. C'est aussi le cas pour 4A, qui a débattu avec un conservateur diamétralement opposé à ses convictions, ainsi que pour 4B, qui a défendu une cause qui lui tient à cœur, celle du mariage gai.

Collin (2008), qui a interviewé 13 jeunes Australiens de 19 à 24 ans, souligne également qu'Internet permet à la jeunesse de s'engager dans des formes de participation politique spontanées. C'est ce qu'on remarque chez les jeunes adultes qui réagissent par rapport au contenu auquel ils sont exposés en ligne. Par contre, il y a une différence importante entre l'échantillon de Collin et celui de notre étude. L'auteure australienne a interviewé uniquement des jeunes adultes impliqués dans la *Inspire Foundation*, une ONG dont un des objectifs est d'encourager la participation politique par le biais des nouvelles technologies de l'information. Ainsi, les jeunes interviewés étaient tous très actifs politiquement en ligne et faisaient partie d'un réseau qui les encourageait à s'engager en les exposant à des formes spontanées de participation. À l'opposé, notre échantillon était composé de gens aussi bien politisés que non politisés. Ceci a permis de révéler que le réseau dans lequel ces citoyens évoluent en ligne compte pour beaucoup quant aux opportunités de discussions politiques. De plus, les jeunes de l'échantillon de Collin participaient beaucoup sur le site de la *Inspire Foundation*, étant donné leur implication dans le projet. Ainsi, cette participation politique se faisait dans un cadre plutôt formel, mis en place explicitement dans le but d'offrir une plateforme appropriée à cette finalité. Au contraire, l'échantillon de notre étude révèle que les discussions se déroulent souvent dans un média social « généraliste », c'est-à-dire qui n'a pas pour but spécifique d'encourager les discussions politiques, soit Facebook ou Twitter. Ceci semble permettre à des jeunes qui ne sont pas impliqués en politique (comme 2B ou 3C) de vraiment intégrer leur participation à la vie de tous les jours, selon le contenu auquel ils sont exposés.

Ces contributions motivées par le contenu auquel on est exposé ressemblent plus à des réactions viscérales qu'à des actes réfléchis. Il est alors pour le moins surprenant de constater que les émotions semblent jouer un rôle très important dans la mise en place de discussions à caractère politique. Rappelons que, du

point de vue habermassien, les émotions ne sont pas considérées comme un leitmotiv dans le processus de débat rationnel qui se déroule dans la sphère publique. Certains auteurs comme Dalhberg (2005) et Hermes (2006) ont déjà exprimé leur malaise par rapport à ce qu'ils croient être une éviction théorique des émotions. Hermes note que l'émotion peut être un aspect important de la communication rationnelle quand elle permet à un plus grand nombre de personnes de s'exprimer. Ceci semble être le cas dans notre étude, comme le suggèrent 2B ou 4A, qui ne participeraient probablement pas aux discussions politiques si celles-ci ne venaient pas les « heurter » émotionnellement.

5.4 Le face à face, l'anonymat et les sujets controversés

L'expression d'opinions uniquement lorsque celles-ci sont populaires auprès de son cercle de contacts est un comportement en ligne documenté par la littérature. Par exemple, Zhao, Grasmuck et Martin (2008) expliquent que l'identité sur Facebook est plus montrée que dite, notamment par les actions entreprises en ligne, même dans un environnement « nonyme » (non anonyme). Ainsi, les discours tenus par un internaute dans les médias sociaux contribuent à la formation de son identité aux yeux des autres, ce qui fait que les internautes seraient portés à se montrer d'une certaine manière en ligne en tenant compte de ce qui est attendu socialement. Si nous adoptons cette explication, nous comprenons que les jeunes adultes de notre échantillon fassent attention à ce qu'ils disent en ligne en n'exprimant que des opinions populaires, afin de ne pas être perçus de manière négative par leurs contacts.

Pour ce qui est de l'opposition entre l'expression en ligne et l'expression en face à face, il est évident que, comme le souligne 2C, la communication sur Internet dépouille des indicateurs non verbaux (Morio & Buchholz, 2009; Suler, 2005; Tanis & Postmes, 2007). De plus, les enjeux qui peuvent être controversés, comme ceux reliés à la politique (du moins, selon les participants des groupes 2, 3 et 4), pourraient bénéficier d'être débattus dans un contexte en face à face, en raison de la complexité de ces enjeux et des conflits moraux qu'ils engendrent

(Gastil, 2000). Ainsi, la dynamique de chacun des deux types d'interaction apparaît très différente.

Un aspect plus controversé qui ressort des *focus groups* est une question que nous jugeons centrale et qui découle de la dichotomie basée autour de l'anonymat et de l'identité : Est-il préférable d'encourager la participation du plus grand nombre, quitte à ce que les citoyens s'expriment de manière anonyme, si cela se fait au détriment de la qualité d'ouverture et de sérieux d'une discussion? La réponse n'est pas simple.

La tenue d'une sphère publique démocratique repose sur la participation de tout le monde qui désire s'exprimer. Si le caractère anonyme d'Internet permettait de réduire la gêne que ressentent certaines personnes à l'idée de s'exprimer en public (comme le soutiennent 1C et, dans la littérature, Collin, 2008), nous pourrions supposer que ce serait un gain important. Néanmoins, il est loin d'être assuré qu'Internet brise toutes les barrières à l'expression, comme le suggère la restriction « manque de connaissances » que s'imposent plusieurs des jeunes adultes interrogés. De plus, aucun des participants des *focus groups* n'utilise l'anonymat pour s'exprimer, et plusieurs d'entre eux dénoncent le manque de sérieux des interventions anonymes (tout comme Siegel, 2008 et Tate & Wilson, 2008). De toute façon, peut-on parler d'une participation politique significative lorsque les échanges se réduisent à une suite d'insultes?

Que les internautes soient anonymes ou non, un aspect peut-être plus problématique des discussions en ligne est la fermeture à changer d'idée que nous retrouvons chez plusieurs participants, jumelée parfois à l'expression d'opinions partisans. Ce peut être 1A, 2B, 4A, 4B ou même 3D qui soutiennent qu'ils changent rarement d'idée, même à la suite de discussions ou de débats. Ces discussions leur permettent, certes, de mieux comprendre les points de vue adverses, sans pour autant les rallier à l'autre cause. Il est certain que les opinions par rapport aux enjeux politiques, qui sont aussi profondément ancrées que l'appartenance à un parti, ne se changent pas aisément, peu importe les points de vue et les arguments auxquels on est exposés. Il peut alors être difficile d'accéder à un agir communicationnel où la force unique du meilleur argument

l'emporte. Cependant, nous ne pouvons pas imputer cette caractéristique au média Internet lui-même, puisqu'il est permis de douter qu'une conversation en face à face, même en proposant une autre dynamique, aurait un dénouement différent.

Ici, les réflexions de Dahlgren (2005) et de Vromen (2008) précisant la pensée de Habermas, qui considère que la valeur délibérative et consensuelle de la discussion détermine sa valeur démocratique, prennent tout leur sens. Pour ces auteurs, la notion de sphère publique est pertinente dans la mesure où elle permet à une vaste étendue de personnes de se rassembler et de débattre, mais sans obligatoirement en arriver à un accord. Cette discussion peut tout de même permettre de faire avancer des idées et des points de vue. C'est ce qui ressort des *focus groups*, où les discussions semblent rarement mener à un accord, mais où celles-ci permettent aux jeunes adultes d'avancer leurs idées et de mieux comprendre celles de leurs « adversaires » lors d'un débat. Ainsi, ces discussions en ligne permettent aux jeunes adultes de s'initier à la joute politique par la délibération et de les sensibiliser à des réalités et à des opinions différentes.

Plusieurs raisons ont été mises de l'avant dans la discussion afin de répondre à la question de la recherche. Le manque de connaissances par rapport à la politique amène plusieurs des participants à se taire en ligne (en plus du caractère public d'Internet). Le manque d'intérêt pourrait aussi expliquer le silence de certains participants. À l'opposé, on voit que l'intérêt pour la politique est lié à certains enjeux, dans le sens où les gens sont interpellés à s'exprimer lorsqu'un enjeu leur tient à cœur ou lorsqu'ils considèrent que celui-ci est mal expliqué par les médias ou par leurs contacts. Nous pouvons également noter un désir de conscientisation chez certaines personnes interrogées, car elles veulent convaincre leurs contacts et les rallier à leur cause. Ceci est à condition que leur opinion ou point de vue soit exprimable en public et qu'il ne soit pas trop controversé, sans quoi ces jeunes adultes risquent de se taire. Le désir d'obtenir des renforcements positifs sous formes de « J'aime » ou de commentaires incite aussi à l'expression de points de vue populaires. Les jeunes adultes très politisés

vont, au contraire, chercher à débattre avec des personnes qui pensent différemment. Toutes ces raisons apportent des réponses expliquant le degré de participation de ces jeunes adultes québécois à des discussions politiques sur Internet. Ces réponses, même si elles ne sont pas complètes ou définitives, ont le mérite de dévoiler, même partiellement, des éléments importants concernant les raisons sous-jacentes aux chiffres officiels concernant l'éloignement des jeunes adultes du débat politique public au Québec.

CONCLUSION

Ce mémoire avait pour but de comprendre les raisons qu'ont de jeunes adultes de discuter ou de ne pas discuter de politique sur Internet, considéré comme un élément important de la sphère publique contemporaine. Ainsi, la question de recherche se posait comme suit : Quelles raisons est-ce que les jeunes adultes québécois donnent pour expliquer leur degré de participation à des discussions politiques sur Internet?

Nous avons présenté la théorie du philosophe allemand Jürgen Habermas sur l'agir communicationnel et sur le concept de sphère publique (en utilisant ses caractéristiques comme notions critiques) afin de nous donner les outils nécessaires à la compréhension et à la critique du phénomène rapporté par les jeunes adultes interrogés. Ceux-ci avaient entre 19 et 30 ans et habitaient à Montréal ou dans ses environs, tout en représentant de manière équilibrée des hommes et des femmes. L'échantillon a été délimité selon les variables « occupation » et « milieu » et a été interrogé dans le cadre de quatre *focus groups*. Les données recueillies ont été analysées en fonction d'une extraction des arguments se fondant sur une coconstruction entre les participants, tout en respectant les principes de la reconstruction rationnelle. Lors de la discussion, il a été possible d'expliquer les résultats des *focus groups* en les comparant avec la littérature déjà publiée sur le sujet et en les confrontant avec les caractéristiques nécessaires de la sphère publique.

En conclusion, nous aimerions présenter les contributions de ce mémoire sur trois plans : la méthodologie, la théorie et les champs d'études.

Contributions méthodologiques

Les groupes ont été composés respectivement de deux, trois, quatre et cinq personnes. Ceci nous a donné l'opportunité d'explorer quelle taille de groupe nous a semblé la plus appropriée lors de notre cueillette de données. Étant donné que la littérature méthodologique ne fait pas l'unanimité quant au

nombre idéal de participants à un (mini) *focus group*, nous prenons la liberté d'avancer quelques suggestions à ce sujet, espérant ainsi apporter quelques contributions dont pourront bénéficier de futures recherches.

Les groupes de quatre et de cinq personnes ont mis en place des gens qui s'opposaient quant à l'utilisation ou non d'Internet pour discuter de politique. Ainsi, dans le groupe de quatre, trois personnes discutaient de politique sur Internet, alors qu'une seule ne le faisait pas. Dans le groupe de cinq, c'était le phénomène inverse : une personne discutait, les quatre autres, non. Ceci a permis aux participants (surtout ceux du groupe de quatre) de débattre sur ce sujet et de voir exposées des opinions diamétralement opposées, permettant une coconstruction des arguments parfois bien riche en opinions diverses.

Une telle variété n'était pas aussi forte dans les groupes de deux et de trois, bien que les jeunes adultes se soient opposés sur certains points. De plus, nous avons pu assister au phénomène de coconstruction des arguments, surtout lorsque les gens étaient d'accord et utilisaient les prémisses ou les conclusions de leurs collègues pour soutenir leurs propres arguments.

Du point de vue de la modération des groupes, ceux de deux et de trois membres ont vu leur temps de parole réparti très équitablement. Ceci était plus aisé, étant donné la taille plus petite des groupes, qui permettait d'inclure tout le monde dans le processus de discussion. Cette réalité s'est révélée être un avantage avec les personnes qui étaient moins portées à s'exprimer (surtout dans le groupe de trois) : il était aisé, voire naturel, de les interroger directement lorsqu'ils avaient tendance à se taire. Il semble également y avoir eu une bonne répartition du temps de parole dans le groupe de quatre. Dans le groupe de cinq personnes, certaines personnes parlaient moins que d'autres. Une personne en particulier avait tendance à se taire, ce qui était facilité par la plus grande taille du groupe. Comme ses collègues parlaient amplement (dont un particulièrement plus que les autres), il semblait plus facile pour cette personne de s'effacer. Ce type de phénomène est une des critiques adressées aux groupes de discussion de 10 ou de 12 personnes : il arrive fréquemment que quelques personnes se démarquent et parlent beaucoup, au détriment des autres (Carey, 1994; McLafferty, 2003). Il

est quand même surprenant de voir qu'une telle dynamique peut être observable dans un groupe de cinq.

Compte tenu de ces constatations, nous croyons que le groupe composé de quatre membres a été optimal dans le cadre de ce mémoire, permettant à la fois une coconstruction des arguments riche, une modération aisée et une répartition du temps de parole équitable entre les participants.

Contributions théoriques

Pour ce qui est de la notion de sphère publique, nous ne pouvons que constater qu'elle s'applique de manière limitée à la dynamique sur Internet, parce que plusieurs voix ne s'expriment pas, parce qu'on y retrouve des intérêts privés ou gouvernementaux et parce que la possibilité d'y tenir des débats critiques rationnels est limitée. Toutefois, Internet propose des opportunités de discussion qui offrent à plusieurs citoyens l'occasion de s'exprimer et qui permettent, sans nécessairement mener à un accord, une forme de délibération.

Cette délibération, Habermas la place au centre de toute décision qui prétend être légitime :

la source de la légitimité n'est pas la volonté prédéterminée des individus, mais plutôt le processus de sa formation, c'est-à-dire la délibération elle-même... Une décision légitime ne représente pas la volonté de tous, mais constitue le résultat de la délibération de tous. (Habermas, 1992, p. 179-180)

Malgré toutes les imperfections de l'espace public sur Internet, il ressort tout de même des *focus groups* qu'Internet permet aux jeunes adultes d'avoir accès à une variété d'opinions exprimées et à des contenus divers. Nous croyons, comme Dahlgren (2005) et Vromen (2008), que l'atteinte d'un accord ne doit pas être considérée comme une condition *sine qua non* à la tenue d'une discussion dans la dimension Internet de la sphère publique. La discussion, si elle repose sur des principes d'ouvertures à l'autre et d'honnêteté, est en soi un acte politique à part entière.

De plus, Habermas considère l'importance des associations qui se font hors de la sphère de l'État et de l'économie, comme celles des églises, des cercles culturels ou des clubs de débat. Celles-ci, en tant qu'espaces publics, permettent la formation d'opinions par la discussion (1992, p. 185). À la lumière des résultats de notre étude, nous aimerions considérer les discussions qui ont lieu de manière ponctuelle sur Internet, par exemple sur les médias sociaux, comme des opportunités de formation d'opinions, à condition, encore une fois, que les participants soient ouverts à se former une opinion différente (ce qui est loin d'être assuré).

En partant de sa réflexion sur les associations volontaires, Habermas pose une question primordiale du point de vue communicationnel et médiatique :

est-il possible, et dans quelle mesure, qu'un espace public dominé par les mass-médias puisse accorder des chances aux acteurs de la société civile de faire échec avec quelque espoir au pouvoir envahissant des médias politiques et économiques, donc de changer, de reconstituer de façon innovatrice et de filtrer de façon critique le spectre des valeurs, des thèmes et des raisons canalisé par une influence exercée de l'extérieur? (Habermas, 1992, p. 186)

La réponse à cette question n'est pas simple. D'après nos résultats, le contenu partagé par les jeunes adultes vient majoritairement de médias traditionnels, donc possiblement régis par certains intérêts politiques et économiques. Toutefois, pour les jeunes qui veulent s'exprimer (et il est important de rappeler que ce n'est pas tout le monde qui ose ou qui désire le faire), Internet semble bel et bien offrir des opportunités d'expression accessibles à la majorité et faciles à utiliser, qui pourraient permettre de faire contrepoids à ce qui est véhiculé dans les médias. Les jeunes adultes semblent donc avoir l'occasion d'être critiques par rapport au contenu des médias de masse. Toutefois, il est clair que leur pouvoir d'influence est encore fort : nous ne pouvons accorder autant de poids à une opinion dissidente accessible à 200 contacts sur Facebook qu'à une chronique publiée dans un journal tirant à un million d'exemplaires.

Finalement, nous aimerions souligner l'importance de ne pas réduire la sphère publique aux limites d'Internet : ce concept d'idéal démocratique dépasse

largement ce média. La sphère publique inclut les parlements, les mouvements populaires et les actions politiques qui ont lieu hors ligne. Tout comme Internet n'est pas suffisant à une saine démocratie, il ne peut être considéré comme le seul indicateur de la présence et de l'état de la sphère publique, qu'elle soit restaurée ou détériorée. Puisque notre étude se limite à Internet, il faut résister à la tentation d'en généraliser les résultats et ne pas essayer de dresser un portrait d'ensemble de la sphère publique. Une rigoureuse étude historique et sociale serait nécessaire pour faire réellement état de l'utilisation publique de la raison dans la société d'aujourd'hui, plus particulièrement, au Québec.

Contributions aux champs d'études

Ce mémoire soulève plusieurs raisons qu'ont les jeunes adultes pour expliquer leur degré de participation aux discussions politiques en ligne. Celles-ci peuvent donner des pistes de solution au manque de participation politique d'un pourcentage important de jeunes adultes québécois. Comme nous l'avons présenté dans le premier chapitre, plusieurs chercheurs s'inquiètent du bas taux de participation des jeunes en politique. Bennett (2008) parle carrément d'une crise de la citoyenneté : il faut, selon lui, trouver de nouvelles manières d'impliquer la plus jeune génération d'électeurs à la vie démocratique en utilisant les nouvelles technologies.

Mais est-ce que les nouvelles technologies et le Web 2.0 ont réellement ce potentiel? Selon les résultats présentés dans cette étude, il est vrai que certains jeunes adultes utilisent amplement Internet pour discuter de politique, que ce soit pour conscientiser les autres, pour rectifier des faussetés ou pour avoir la chance de tenir un débat d'idées. À l'opposé, plusieurs jeunes adultes avancent différentes raisons pour expliquer leur bas niveau de participation : ils manquent de connaissances, ils sont intimidés par l'aspect public, ils trouvent que les discussions en ligne ne vont nulle part ou leur réseau n'offre pas d'opportunités de participation. Peut-être que, au fond, c'est le manque d'intérêt pour les affaires politiques de ces jeunes citoyens qui est vraiment en cause. Il semble primordial, si l'on désire revigorer la démocratie, de trouver des

manières de répondre à ces raisons. Cela peut passer par l'utilisation des outils du Web, mais il faut faire bien attention, puisque certaines des raisons exprimées par les jeunes interrogés révèlent qu'ils considèrent, jusqu'à un certain degré, que le média Internet lui-même est responsable de leur silence politique en ligne (le caractère public et le manque de sérieux de la communication en ligne).

Toutefois, si l'on décide de miser sur Internet pour encourager la participation, il est important de rappeler le constat soulignant la spontanéité des discussions en ligne, qui pousse à les voir comme des actions s'inscrivant dans le fonctionnement quotidien. Ainsi, les jeunes adultes interrogés ne prennent pas la décision formelle d'aller débattre de politique sur Internet, comme pourraient le faire les personnes se rendant sur un forum de discussion politique. Ils sont plutôt motivés à discuter par le contenu auquel ils sont exposés en ligne, par exemple sur Facebook ou sur Twitter. Ces occasions politiques vont donc dépendre de la composition du réseau de contacts avec lequel ils interagissent en ligne. Il pourrait être fort intéressant d'entreprendre de futures recherches à partir de ce constat et de voir comment on pourrait encourager les jeunes adultes québécois à discuter de politique de manière spontanée, sans qu'ils aient à s'impliquer officiellement dans un parti ou dans un organisme.

En entreprenant ce mémoire, nous avons l'intention de débusquer les raisons qu'ont de jeunes adultes québécois de discuter de politique sur Internet. La recherche effectuée en a révélé plusieurs, qui permettent de mieux comprendre la communication politique sur Internet. Néanmoins, il semble que les raisons évoquées pointent du doigt des enjeux qui dépassent les domaines de la communication et de la politique. C'est le fonctionnement même de la société qui risque d'être touché par le manque d'intérêt de certains des jeunes citoyens pour le processus démocratique lui-même. Ceci n'est pas à prendre à la légère et mérite une attention immédiate.

BIBLIOGRAPHIE

Anduiza, E., Cantijoch, M. & Gallego, A. (2009). « Political Participation and the Internet: A Field Essay », *Information, Communication & Society*, 12 (6), p. 860-878.

Bachen, C., Raphael, C., Lynn, K.-M., Mckee, K. & Philippi, J. (2008). « Civic Engagement, Pedagogy, and Information Technology on Web Sites for Youth », *Political Communication*, 25 (3), p. 290-310.

Bakardjieva, M. (2005). *Internet Society: The Internet in Everyday Life*. Londres : SAGE Publications Ltd.

Baribeau, C. (avec la collaboration de Germain, M.). (2010). « L'entretien de groupe : considérations théoriques et méthodologiques », *Recherches qualitatives*, 29 (1), p. 28-49.

Baumgartner, J. & Morris, J. S. (2010). « MyFaceTube Politics: Social Networking Web Sites and Political Engagement of Young Adults », *Social Science Computer Review*, 28 (1), p. 24-44.

Bennett, W. L. (2008). « Digital Native as Self-Actualizing Citizens ». Dans Fine, A., Sifry, M. L., Rasiej, A. & Levy, J. (Ed.). (2008). *Rebooting America: Ideas for Redesigning American Democracy for the Internet Age* (p. 225-230). États-Unis : Personal Democracy Press. En ligne : http://rebooting.personaldemocracy.com/files/Rebooting_America.pdf

Berkowitz, D. (1990). « Refining the Gatekeeping Metaphor for Local Television News », *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 34 (1), p. 55-68.

Best, S. J. & Krueger, B. S. (2005). « Analyzing the Representativeness of Internet Political Participation », *Political Participation*, 27 (2), p. 183-216.

Boulianne, S.. (2009). « Does Internet Use Affect Engagement? A Meta-Analysis of Research », *Political Communication*, 26 (2), p. 193-211.

Boyd, D. (2008). « Can Social Network Sites Enable Political Action? ». Dans Fine, A., Sifry, M. L., Rasiej, A. & Levy, J. (Ed.). (2008). *Rebooting America: Ideas for Redesigning American Democracy for the Internet Age* (p. 112-116). États-Unis : Personal Democracy Press. En ligne : http://rebooting.personaldemocracy.com/files/Rebooting_America.pdf

Boyte, H. C. (2008) « Community Information Commons ». Dans Fine, A., Sifry, M. L., Rasiej, A. & Levy, J. (Ed.). (2008). *Rebooting America: Ideas for Redesigning American Democracy for the Internet Age* (p. 209-214). États-Unis : Personal Democracy Press. En ligne : http://rebooting.personaldemocracy.com/files/Rebooting_America.pdf

Campos, M. N. (2000). « The Hypermedia Conversation: Reflecting Upon, Building and Communicating Ill-defined Arguments », *Interactive Multimedia Electronic Journal of Computer-Enhanced Learning*, 2 (2). En ligne : <http://imej.wfu.edu/Articles/2000/2/04/index.asp>

Campos, M. N. (2004). « A Constructivist Method for the Analysis of Networked Cognitive Communication and the Assessment of Collaborative Learning and Knowledge-Building », *Journal of Asynchronous Learning Networks*, 8 (2), p. 1-29.

Campos, M. N., Lafférière, T. & Lapointe, J. M. (2005). « Analysing Arguments in Networked Conversations: The Context of Student Teachers », *The Canadian Journal of Higher Education*, 35 (4), p. 55-84.

Carlson, T. & Strandberg, K. (2008). « Riding the Web 2.0 Wave: Candidates on YouTube in the 2007 Finnish National Elections », *Journal of Information Technology & Politics*, 5 (2), p. 159-174.

Carey, M. (1994). « The group effect in focus groups: planning, implementing, and interpreting focus group research ». Dans Morse, J. (Ed.) (1994) *Critical Issues in Qualitative Research Methods* (p. 225-241). Londres : Sage Publications.

Collin, P. (2008). « The Internet, Youth Participation Policies, and the Development of Young People's Political Identities in Australia », *Journal of Youth Studies*, 11 (5), p. 527-542.

Cross, W. & Young, L. (2008). « Factors Influencing the Decision of the Young Politically Engaged To Join a Political Party: An Investigation of the Canadian Case », *Party Politics*, 14 (3), p. 345-369.

Dahlberg, L. (2005). « The Habermasian Public Sphere: Taking difference seriously? », *Theory and Society*, 34 (2), p. 111-136.

Dahlgren, P. (2005). « The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation », *Political Communication*, 22, p. 147-162.

Davila, A. & Dominguez, M. (2010). « Formats des groupes et types de discussion dans la recherche sociale qualitative », *Recherches qualitatives*, 29 (1), p. 50-68.

Del Real, P. (2008). « The Digital Will of the People ». Dans Fine, A., Sifry, M. L., Rasiej, A. & Levy, J. (Ed.). (2008). *Rebooting America: Ideas for Redesigning American Democracy for the Internet Age* (p.201-203). États-Unis : Personal Democracy Press. En ligne : http://rebooting.personaldemocracy.com/files/Rebooting_America.pdf

Delli Carpini, M. X. (2000). « Gen.com: Youth, Civic Engagement, and the New Information Environment », *Political Communication*, 17 (4), p. 341-349.

Demers, F. (2010). « La tentation de la généralisation : Retour réflexif sur cinq focus groups », *Recherches qualitatives*, 29 (1), p. 110-128.

Di Gennaro, C. & Dutton, W. (2006). « The Internet and the Public: Online and Offline Political Participation in the United Kingdom », *Parliamentary Affairs*, 59 (2), p. 299-313.

Domingo, D., Quandt, T., Heinonen, A., Paulussen, S., Singer, J. B., Vujnovic, M. (2008). « Participatory Journalism Practices in the Media and Beyond », *Journalism Practice*, 2 (3), p. 326-342.

Dostie-Goulet, E. (2009). « Social Networks and the Development of Political Interest », *Journal of Youth Studies*, 12 (4), p. 405-421.

Ferry, J.-M. (1987). *Habermas. L'éthique de la communication*. Paris : Presses Universitaires de France.

Fowler, J. H., Baker, L. A. & Dawes, C. T. (2008). « Genetic Variation in Political Participation », *The American Political Science Review*, 102 (2), p. 233-248.

Fraser, N. (2001). « Repenser la sphère publique : une contribution à la critique de la démocratie telle qu'elle existe réellement », *Hermès*, 31. Traduit de l'anglais par Valenta, M., p. 125-156.

Gastil, J. (2000). « Is Face-to-Face Citizen Deliberation a Luxury or a Necessity », *Political Communication*, 17, p. 357-361.

George, E. (2002). « Dynamiques d'échanges publics sur Internet ». Dans Jauréguilberry, F. & Proulx, S. (Ed.). (2002). *Internet, nouvel espace citoyen?* (p. 49-77). Paris : L'Harmattan.

Gibson, R., Ward, S. & Lusoli, W. (2003). « The Internet and Political Campaigning: the New Medium Comes of Age? » *Representation*, 39 (3), p. 166-180.

Gil de Zunega, H., Veenstra, A., Vraga, E. & Shah, D. (2010). « Digital Democracy: Reimagining Pathways to Political Participation », *Journal of Information Technology & Politics*, 7 (1), p. 36-51.

Golan, G. (2006). « Inter-Media Agenda Setting and Global News Coverage », *Journalism Studies*, 7 (2), p. 323-333.

Gueorguieva, V. (2008). « Voters, MySpace and YouTube: The Impact of Alternative Communication Channels on the 2006 Election Cycle and Beyond », *Social Science Computer Review*, 26 (3), p. 288-300.

Habermas, J. (1984). *The Theory of Communicative Action, Vol. 1. Reason and Rationalization of Society*. Boston : Beacon Press. Traduit de l'allemand par McCarthy, T.

Habermas, J. (1986). *Morale et communication : conscience morale et activité communicationnelle*. Paris : Flammarion. Traduit de l'allemand par Bouchindhomme, C.

Habermas, J. (1987). *The Theory of Communicative Action, Vol. 2. Lifeworld and System: A Critique of Functionalist Reason*. Boston : Beacon Press. Traduit de l'allemand par McCarthy, T.

Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge : MIT Press. Traduit de l'allemand par Burger, T. avec l'assistance de Lawrence, F.

Habermas, J. (1992) « "L'espace public", 30 ans après », *Quaderni*, 18. Traduit de l'allemand par Chanial, P. avec la collaboration de Straumann, T., p. 161-191. doi : 10.3406/quad.1992.977

Habermas, J. (2003). *Truth and Justification*. Cambridge : MIT Press. Traduit de l'allemand par Fultner, B.

Hermes, J. (1995). *Reading Women's Magazines*. Cambridge, UK : Polity Press.

Hermes, J. (2006). « Citizenship in the Age of the Internet », *European Journal of Communication*, 21 (3), p. 295-309.

Howard E., Hubelbank J. & Moore P. (1989). « Employer Evaluation of Graduates: Use of the Focus Group », *Nurse Educator*, 14 (5), p. 38-41.

Jarvis, S. E., Montoya, L. & Mulvoy, E. (2005). « The Political Participation of Working Youth and College Students », *Circle Working Paper*, 36, p. 1-22.

Jensen, M. J., Danziger, J. N. & Venkatesh, A. (2007). « Civil Society and Cyber Society: The Role of the Internet in Community Associations and Democratic Politics », *Information Society*, 23 (1), p. 39-50.

Kavanaugh, A., Kim, B. J., Perez-Quinones, M. A., Schmitz, J. & Isenbour, P. (2008). « Net Gains in Political Participation: Secondary Effects of Internet on Community », *Information, Communication & Society*, 11 (7), p. 933-963.

Kitzinger, J. (1994). « The Methodology of Focus Group: the Importance of Interaction Between Research Participants », *Sociology of Health & Illness*, 16 (1), p. 103-121.

Kompridis, N. (2000). « So We Need Something Else for Reason to Mean », *International Journal of Philosophical Studies*, 8 (3), p. 271-295.

Kreiss, D. (2009). « Developing the “Good Citizen”: Digital Artifacts, Peer Networks, and Formal Organization During the 2003-2004 Howard Dean Campaign », *Journal of Information Technology & Politics*, 6 (3-4), p. 281-297.

Layder, D. (1994). *Understanding Social Theory*. London : Sage Publications.

Lunt, P. & Livingstone, S. (1996). « Rethinking the focus group in media and communications research », *LSE Research Online*. En ligne : <http://eprints.lse.ac.uk/archive/00000409>

Lupia, A. & Philpot, T. S. (2005). « Views from Inside the Net: How Websites Affect Young Adults' Political Interest », *The Journal of Politics*, 67 (4), p. 1122-1142.

Mannarini, T., Legittimo, M & Talo, C. (2008). « Determinants of Social and Political Participation Among Youth. A Preliminary Study », *Psicologia Politica*, 36, p. 95-117.

McLafferty, I. (2004). « Focus Group Interviews as a Data Collecting Strategy », *Journal of Advanced Nursing*, 48 (2), p. 187-194.

Morgan, D. L. (1996). « Focus Groups », *Annual Review Sociology*, 22, p. 129-152.

Morio, H. & Buchholz, C. (2009). « How Anonymous Are You Online? Examining Online Social Behaviors from a Cross-Cultural Perspective », *AI & Society: Knowledge, Culture and Communication*, 23, p. 297-307.

O'Neill, B. (2009). « The Media's Role in Shaping Canadian Civic and Political Engagement », *The Canadian Political Science Review*, 3 (2), p. 105-127.

Pedersen, J. (2008). « Habermas' Method: Rational Reconstruction », *Philosophy of the Social Sciences*, 38 (4), p. 457-485.

Polat, R. K. (2005). « The Internet and Political Participation: Exploring the Explanatory Links », *European Journal of Communication*, 20 (4), p. 435-459.

Pronovost, G. (2007). *L'univers du temps libre et des valeurs chez les jeunes*. Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec.

Proulx, S. (2002). « Mondialisation et mouvements d'affirmation identitaire : expressions possibles de la société civile internationale ». Dans Jauréguilberry, F. & Proulx, S. (Ed.). (2002). *Internet, nouvel espace citoyen?* (p. 13-30). Paris : L'Harmattan.

Quintelier, E. (2008). « Who Is Politically Active: The Athlete, the Scout Member or the Environmental Activist? Young People, Voluntary Engagement and Political Participation », *Acta Sociologica*, 51 (4), p. 355-370.

Quintelier, E. et Vissers, S. (2008). « The Effect of Internet Use on Political Participation: An Analysis of Survey Results for 16-Year-Olds in Belgium », *Social Science Computer Review*, p. 1-17. doi : 10.1177/0894439307312631

Richey, S. (2009). « Hierarchy in Political Discussion », *Political Communication*, 26 (2), p. 137-152.

Rojas, H. (2008). « Strategy Versus Understanding: How Orientations Toward Political Conversation Influence Political Engagement », *Communication Research*, 35 (4), p. 452-480.

Rojas, H. (2010). « Corrective Actions in the Public Sphere: How Perceptions of Media and Media Effects Shape Political Behaviors », *International Journal of Public Opinion Research*, 22 (3), p. 343-363.

Sampedro, V. & Seoane Perez, F. (2008). « The 2008 Spanish General Elections: "Antagonistic Bipolarization" Geared by Presidential Debates, Partisanship, and Media Interests », *The International Journal of Press/Politics*, 13 (3), p. 336-344.

Siegel, L. (2008). *Against the Machine: Being Human in the Age of the Electronic Mob*. New York : Spiegel and Grau.

Starr, P. (2004). *The Creation of the Media: Political Origins of Modern Communications*. New York : Basic Books.

Suler, J. (2005). « The Online Disinhibition Effect », *International Journal of Applied Psychoanalytic Studies*, 2 (2), p. 184-188.

Tate, N. E. & Wilson, M. G. (2008) « Citizen 2.0 », Dans Fine, A., Sifry, M. L., Rasiej, A. & Levy, J. (Ed.). (2008). *Rebooting America: Ideas for Redesigning American Democracy for the Internet Age* (p. 147-150). États-Unis : Personal Democracy Press.
En ligne : http://rebooting.personaldemocracy.com/files/Rebooting_America.pdf

Tanis, M. & Postmes, T. (2007). « Two Faces of Anonymity: Paradoxical Effects of Cues to Identity in CMC », *Computers in Human Behavior*, 23, p. 955-970.

Tedesco, J. C. (2007). « Examining Internet Interactivity Effects on Young Adult Political Information Efficacy », *American Behavioral Scientist*, 50 (9), p. 1183-1194.

Thurman, N. (2008). « Forums for Citizen Journalists? Adoption of User Generated Content Initiatives by Online News Media », *New Media & Society*, 10, p. 139-157.

Toguchi Swartz, T., Blackstone, A., Uggen, C. & Mclaughlin, H. (2009). « Welfare and Citizenship: The Effects of Government Assistance on Young Adults' Civic Participation », *The Sociological Quarterly*, 50, p. 633-665.

Touré, E. H. (2010). « Réflexion épistémologique sur l'usage des *focus groups* : fondements scientifiques et problèmes de scientificité », *Recherches qualitatives*, 29 (1), p. 5-27.

Twinn, S. (1998). « An Analysis of the Effectiveness of Focus Groups as a Method of Qualitative Data Collection with Chinese Populations in Nursing Research », *Journal of Advanced Nursing*, 28 (3), p. 654-661.

Vaccari, C. (2008). « From the Air to the Ground: the Internet in the 2004 US Presidential Campaign », *New Media & Society*, 10 (4), p. 647-665.

Van Eemeren, F. H., Grootendorst, R. & Henkemans, F. S. (1996). *Fundamentals of Argumentation Theory: A Handbook of Historical Backgrounds and Contemporary Developments*. Mahwah (NJ) : Lawrence Erlbaum Associates.

Van Eemeren, F. H., Grootendorst, R. & Henkemans, F. S. (2002). *Argumentation: Analysis, Evaluation, Presentation*. Mahwah (NJ) : Lawrence Erlbaum Associates.

Ven Der Maren, J.-M. (2010). « La maquette d'un entretien. Son importance dans le bon déroulement de l'entretien et dans la collecte de données de qualité », *Recherches qualitatives*, 29 (1), p. 129-139.

Vergeer, M. & Hermans, L. (2008). « Analysing Online Political Discussions: Methodological Considerations », *Javnost – The Public*, 15 (2), p. 37-56.

Vromen, A. (2008). « Building Virtual Spaces: Young People, Participation and the Internet », *Australian Journal of Political Science*, 43 (1), p. 79-97.

Xenos, M. & Bennett, W. L. (2007). « The Disconnection in Online Politics: The Youth Political Web Sphere and US Election Sites, 2002-2004 », *Information, Communication & Society*, 10 (4), p. 443-464.

Xenos, M. A. & Kyoung, K. (2008). « Rocking the Vote and More: An Experimental Study of the Impact of Youth Political Portals », *Journal of Information Technology & Politics*, 5 (2), p. 175-189.

Weaver, D. (1994). « Media Agenda Setting and Elections: Voter Involvement or Alienation? », *Political Communication*, 11 (4), p. 347-356.

Weinberger, D. (2008). « Echo Chambers = Democracy ». Dans Fine, A., Sifry, M. L., Rasiej, A. & Levy, J. (Ed.). (2008). *Rebooting America: Ideas for Redesigning American Democracy for the Internet Age* (p.32-37). États-Unis : Personal Democracy Press. En ligne : http://rebooting.personaldemocracy.com/files/Rebooting_America.pdf

Whiteley, P. F. (2010). « Is the Party Over? The Decline of Party Activism and Membership Across the Democratic World » *Party Politics*, p. 1-24. doi : 10.1177/1354068810365505

Williams, C. B. & Gulati, G. J. (2007). « Social Networks in Political Campaigns: Facebook and the 2006 Midterm Elections », texte présenté à la rencontre annuelle de la *American Political Science Association*, Chicago.

Williams, C. B. & Gulati, G. J. (2009). « Social Networks in Political Campaigns: Facebook and Congressional Elections 2006, 2008 », texte présenté à la rencontre annuelle de la *American Political Science Association*, Toronto.

Winter, J. P. & Eyal, C. H. (1981). « Agenda Setting for the Civil Rights Issue », *Public Opinion Quarterly*, 45 (3), p. 376-383.

Wolton, D. (2002). « Fracture numérique ou facture numérique? ». Dans Jauréguilberry, F. & Proulx, S. (Ed.). (2002). *Internet, nouvel espace citoyen?* (p. 31-36). Paris : L'Harmattan.

Zhang, W., Johnson, T. J., Seltzer, T. & Bichard, S. L. (2010). « The Revolution Will Be Networked: The Influence of Social Networking Sites on Political Attitudes and Behavior », *Social Science Computer Review*, 28 (1), p. 75-92.

Zhao, S., Grasmuck, S. & Martin, J. (2008). « Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships », *Computers in Human Behavior*, 24, p. 1816-1836.

Zuckerman, A. S. (2007). « The Social Logic of Political Choice: Picking a Political Party in the Context of Immediate Social Circles », *PVS*, 48 (4), p. 633-649.

Autres sources

Beacon Technology Partners. (2010). *Mini Focus Groups: For Opinion Gathering in Small 2-5 person groups*. Page consultée le 30 novembre 2011, au

<http://www.beacontech.com/market-research-tools-we-use/qualitative-research/mini-focus-groups.asp>

CEFRIO (avec la collaboration de Leger Marketing). (2011). « L'engouement pour les medias sociaux au Québec », *NETendances 2011 - Évolution de l'utilisation d'Internet au Québec*, 2 (1), p. 1-20.

Élections Canada. (2012, 16 janvier). « Taux de participation aux élections et aux référendums fédéraux », *Élections Canada*. Page consultée le 23 janvier 2012, au <http://www.elections.ca/content.aspx?section=ele&dir=turn&document=index&lang=f>

Newad. (2011). « Les 18-34 ans et les interwebs », *Marketing Qc*. En ligne : <http://www.marketingqc.ca/nouvelle.php?newsno=27561>

Radio-Canada. (2008, 9 décembre). « Une désaffection inquiétante », *Radio-Canada*. En ligne : <http://elections.radio-canada.ca/elections/quebec2008/2008/12/09/006-Elections-tax-participation.shtml>

Radio-Canada. (2011, 3 mai). « Légère hausse du taux de participation », *Radio-Canada*. En ligne : <http://elections.radio-canada.ca/elections/federales2011/2011/05/03/046-taux-participation-election.shtml>

ANNEXE I : GRILLE DE *FOCUS GROUP*

Information politique

Avez-vous suivi la campagne électorale en ligne?

- Quels sites vous donnaient des nouvelles sur la campagne électorale?
- Pourquoi n'avez-vous pas suivi la campagne électorale (en ligne)?

Est-ce que vous lisez des nouvelles (politiques) sur Internet?

Où trouvez-vous votre information politique?

- Sur quels sites recherchez-vous de l'information politique?
- Qui sont vos sources principales d'information politique?
- Êtes-vous exposés à des nouvelles politiques sur Internet?

Faites-vous confiance à l'information trouvée en ligne?

Intérêt politique

Qu'est-ce que ces sites disaient d'intéressant (ou de révélateur) sur la campagne électorale?

- Quel genre d'information vous intéresse le plus [opinions, info sur candidats, infos sur politiques, etc.]?
- Quel genre vous intéresse le moins?
- Qu'est-ce que ces sites vous ont appris?

Qu'est-ce qui vous donne le goût de visiter ces sites?

- Préférez-vous seulement vous tenir au courant ou également discuter?
- Quel format de site préférez-vous?
- Quels sujets politiques préférez-vous ou vous touchent le plus?

Quels sites visitez-vous le plus?

Efficacité politique

Êtes-vous à l'aise pour trouver de l'information en ligne sur différents sujets ou pour discuter?

- Est-ce qu'Internet est votre source principale d'information politique?

Est-ce que vous publiez en ligne?

- Est-ce que vous partagez des liens?

Est-ce que vous croyez que votre opinion ou les liens que vous partagez intéressent les autres internautes?

- Croyez-vous que ce que vous dites fait une différence par rapport à ce que les autres pensent?

Et ce que les autres disent, ça vous influence?

Discussion politique

Qu'est-ce qui vous encourage à commenter ou à discuter sur un média social, un blogue ou un forum?

- Est-ce que ça arrive que vous lisiez une nouvelle ou un *post*, et que ça vienne vous chercher, et que vous ayez le goût de donner votre opinion là-dessus?

Qu'est-ce qui vous décourage? [absence de possibilité ou restrictions, manque d'indépendance des sites face à des intérêts commerciaux ou gouvernementaux, difficulté à tenir une discussion rationnelle]

- Y a-t-il quelque chose qui vous agace des discussions en ligne?
 - Qu'est-ce que vous changeriez au déroulement habituel des discussions en ligne?

Comment se déroulent habituellement les discussions politiques en ligne?

- Est-ce que vous arrivez à un accord?
- Est-ce que vous influencez l'opinion des autres?
- Est-ce que les autres influencent votre opinion [par exemple, pour qui voter]?
- Est-ce que vous faites constamment face à une impasse [insultes, désaccords, censure]?

ANNEXE II : MAQUETTE DE *FOCUS GROUP*

L'objectif de la recherche

Le Web 2.0 semble offrir aux internautes des possibilités de participation tout à fait novatrices. Par exemple, dans le domaine politique, les citoyens peuvent être invités à discuter sur Internet en donnant leur opinion sur divers sujets. Malgré cela, une grande proportion de gens ne semblent pas intéressés par la politique. Selon les experts, le phénomène est alarmant chez les jeunes adultes.

L'objectif de ce projet est de connaître et de comprendre pourquoi de jeunes adultes québécois comme vous discutent ou évitent de discuter de politique sur Internet. Le contexte des élections fédérales de mai 2011 offre une excellente opportunité pour discuter de cette question.

Le déroulement du *focus group*

Afin d'apporter des réponses à ce questionnement concernant les discussions politiques sur Internet, plusieurs *focus groups*¹ sont organisés. Vous participerez à un seul d'entre eux. Ces rencontres permettront aux participants de discuter ensemble des raisons qui les amènent ou non à discuter de sujets politiques sur Internet. Ces groupes seront constitués de trois à cinq membres. Le temps consacré à chaque séance dépendra du temps pris pour discuter des thèmes proposés : toutefois, une heure sera prévue. Ces séances seront enregistrées et filmées afin de permettre l'analyse des propos par la suite. Le modérateur verra à ce que les discussions se déroulent dans le calme et dans le respect. Il orientera minimalement le débat, de manière à laisser un maximum d'espace pour que chaque participant puisse s'exprimer librement.

¹ Un *focus group* est une rencontre qui réunit quelques personnes afin de discuter de différentes questions. Ces questions tournent généralement autour d'un sujet en particulier. Dans le cas présent, il s'agit des discussions politiques sur Internet.

L'utilité de cette étude

Cette étude offrira des explications permettant de mieux comprendre les raisons qu'ont les jeunes citoyens de tenir ou non des discussions politiques sur le Web 2.0. En participant à cette recherche, vous pourrez contribuer à l'avancement des connaissances en sciences sociales, plus particulièrement, en sciences de la communication. Votre participation à la recherche pourra également vous donner l'occasion de connaître ce que d'autres personnes pensent à ce sujet.

Le schéma général du *focus group*

Le *focus group* se déroulera de manière semi-structurée, c'est-à-dire que quelques questions et thèmes généraux seront proposés pour la discussion. Dans la limite de l'acceptable, celle-ci suivra la direction que lui donneront les participants.

Quelques thèmes envisagés

- L'information en ligne;
- L'intérêt pour les affaires politiques;
- L'efficacité en ligne;
- Les discussions politiques en ligne.

Quelques questions envisagées

- Avez-vous suivi la campagne électorale sur Internet?
- Quels sites Web visitez-vous le plus souvent?
- Êtes-vous à l'aise avec Internet?
- Qu'est-ce qui vous encourage à discuter ou à commenter sur Internet?
- Qu'est-ce qui vous décourage à discuter ou à commenter sur Internet?

ANNEXE III : APPORTS DU PRÉTEST MÉTHODOLOGIQUE

Le prétest méthodologique a permis de prendre conscience de certaines faiblesses dans le déroulement du *focus group* et d'enrayer celles-ci en vue des séances subséquentes, qui ont servi à amasser les données analysées dans le cadre de ce mémoire.

Ce prétest a permis de retravailler la maquette, afin qu'elle soit claire et qu'elle représente précisément ce sur quoi portent les *focus groups*. Par exemple, le prétest nous a fait comprendre que le vocabulaire utilisé dans la maquette était parfois trop lourd et trop « scientifique ». Ainsi, le texte a pu être mieux vulgarisé pour qu'ils puisse être bien compris par les sujets, qui n'avaient pas nécessairement le bagage politico-communicationnel du chercheur.

Par le fait même, cette séance a permis de revoir la grille de *focus group*, afin de préciser et de diversifier les questions. Nous nous sommes rendu compte, lors du prétest, que les questions gagneraient à être reformulées de différentes manières, car il était parfois nécessaire de poser une même question en différents termes pour qu'elle soit bien comprise par les participants et afin de permettre d'en faire vraiment le tour.

Le prétest a également fait comprendre qu'il importe de poser plus de questions au groupe entier, et moins aux individus en particulier. Par exemple, lorsque quelqu'un émettait un commentaire particulier, il était astucieux de demander au reste du groupe s'il était d'accord. Cette stratégie visait à encourager le débat et à inclure tout le monde dans la discussion.

Dans le même objectif de faciliter l'inclusion de tous, nous avons décidé, pour les *focus groups* subséquents, de poser la première question (« Avez-vous suivi la campagne électorale en ligne? ») en laissant à chacun et à chacune la chance de répondre brièvement en faisant un tour de table, ceci afin d'aider à briser la glace en donnant à tout le monde la chance de s'exprimer une fois dès le début.

VIII

Nous nous sommes également rendu compte que nous avons parfois tendance à poser des questions un peu trop vagues. Nous avons donc fait attention, par la suite, à poser des questions spécifiques, tout en prenant soin de ne pas orienter la réponse que pourraient donner les participants.

Les participants semblaient parfois avoir tendance à parler de « généralités », de choses dont ils avaient entendu parler et qui étaient arrivées à d'autres. Quand cela se produisait, nous avons pris soin de les ramener à leur expérience personnelle en ligne, par exemple avec une question comme : « Et vous, avez-vous vécu cette situation sur Internet? »

Ainsi, en améliorant ces différents points, nous avons été en mesure de réaliser des *focus groups* riches en données pertinentes.