



HAL
open science

L'effet politique des réseaux sociaux

Luc Rouban

► **To cite this version:**

Luc Rouban. L'effet politique des réseaux sociaux. Note de recherche - Le Baromètre de la confiance politique / Vague 15, Sciences Po - CEVIPOF; CNRS - INSHS. 2024, 12 p. hal-04633756

HAL Id: hal-04633756

<https://sciencespo.hal.science/hal-04633756v1>

Submitted on 3 Jul 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NoDerivatives 4.0 International License



L'EFFET POLITIQUE DES RÉSEAUX SOCIAUX

Luc Rouban

Directeur de recherche CNRS

luc.rouban@sciencespo.fr

Les réseaux sociaux sont souvent considérés comme des acteurs clés de la post-modernité politique, permettant la constitution de communautés qui viendraient fragmenter l'espace public en univers fermés et homogènes, réunissant des personnes partageant les mêmes convictions culturelles ou politiques. En ce sens, c'est la technologie même des algorithmes qui faciliterait mécaniquement ces rapprochements puisque leur principe est de créer des liens probabilistes entre locuteurs des mêmes thèmes et défenseurs des mêmes idées¹. Les réseaux sociaux seraient donc des objets technologiques particuliers puisqu'ils viendraient non pas seulement faciliter la communication ou informer mais structurer l'information et redéfinir les clivages politiques voire créer un espace public distinct de l'espace public officiel encadré par les règles constitutionnelles, les partis politiques et les héritages mémoriels. Les réseaux sociaux seraient donc à l'origine d'une communautarisation identitaire qui échapperait aux outils analytiques de la sociologie politique classique².

Les questions posées dans le cadre de la vague 15 du Baromètre de la confiance politique permettent de tester un certain nombre d'hypothèses. La première concerne la particularité sociale des réseaux sociaux qui seraient soit envahis par des geeks surdiplômés et surinformés, soit par des marginaux et des exclus qui en feraient un espace privatif dédié à la satisfaction de leur ressentiment. La seconde concerne la structuration des opinions politiques et l'enfermement des utilisateurs intenses de réseaux dans des univers partisans et dans un vote bien identifiable, généralement radical. La troisième concerne le rôle que l'usage intense des réseaux sociaux joue sur l'orchestration des violences politiques. L'analyse menée ici vient démentir ces trois assertions, étant entendu que les échantillons utilisés ne concernent que des personnes adultes de plus de 18 ans, ce qui ne permet pas d'expliquer les usages sociopolitiques des réseaux par les plus jeunes.

La vague 15 du Baromètre de la confiance du CEVIPOF a été réalisée grâce à un partenariat entre le CEVIPOF, le CESE, Intériale Mutuelle, CMA-France, EDF et l'Université Guido Carli - LUISS à Rome.

L'enquête de terrain Baromètre de la confiance politique a été réalisée par OpinionWay du 8 au 18 janvier 2024 auprès d'un échantillon représentatif de 3 521 enquêtés en France, de 1 632 en Allemagne, de 1 706 en Italie et de 1 820 en Pologne.

Ni l'enquête ni son traitement ni les analyses qui en sont tirées n'ont fait l'objet d'un recours à l'intelligence artificielle.

1.

Eli Pariser, *The Filter Bubble. What the Internet is Hinding from You*, New York, The Penguin Press, 2011 ; David Chavalarias, *Toxic Data. Comment les réseaux manipulent nos opinions*, Paris, Flammarion, 2022

2.

Voir l'excellente discussion de cette question par Jules Guignard, *La nation virtuelle, médias sociaux, communautés et politique*, Paris, 2024, mémoire du master Politiques publiques, EAP, Sciences Po Paris, sous la direction de Dominique Reynié

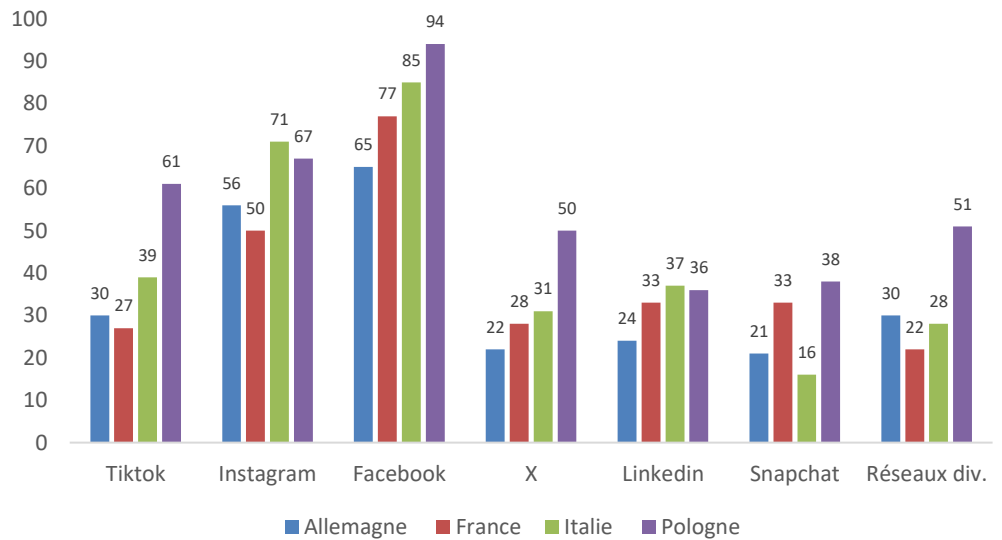
3.

Qui implique que les enquêtés utilisent ce réseau même très rarement et ne l'excluent pas

Les utilisateurs des réseaux sociaux et leur sociologie

Tous les réseaux cités dans l'enquête ne font pas l'objet d'un usage régulier ou fréquent. Sur la base des quatre pays étudiés par l'enquête, on voit que Facebook reste en moyenne le réseau le plus utilisé, suivi par Instagram, TikTok, LinkedIn, X (ex-Twitter), divers réseaux réunis en un seul item, et Snapchat, sans parler des messageries qui sont utilisées de manière très fréquente. L'usage *a minima* de chaque réseau³ quelle que soit la fréquence de l'utilisation, différencie les pays de notre échantillon. Si les enquêtés français et allemands se différencient peu, les enquêtés italiens et polonais, en revanche, se caractérisent par un recours beaucoup plus fréquent à l'ensemble des réseaux.

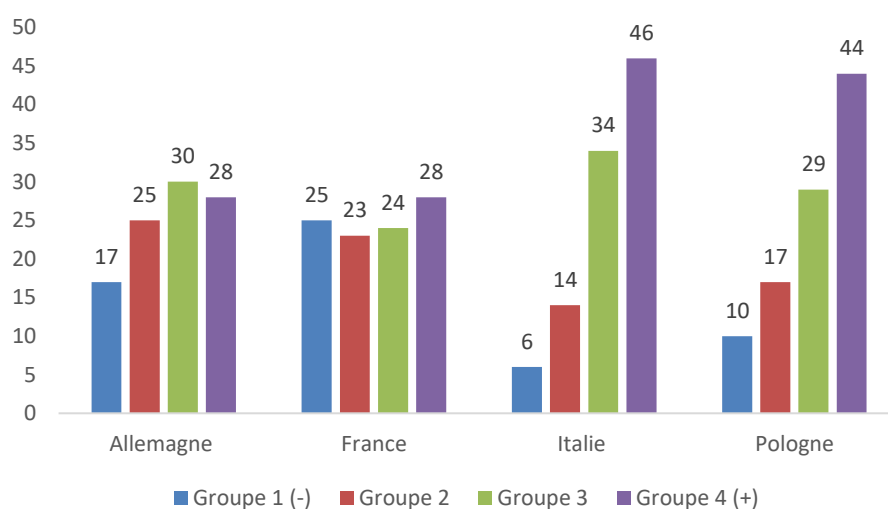
Graphique 1 : L'utilisation des divers réseaux par pays (%)



Source : CEVIPOF, Baromètre de la confiance politique, vague 15

La mesure d'un usage *a minima* ne suffit pas. Il faut encore mesurer la fréquence d'utilisation. Celle-ci a été demandée aux enquêtés en distinguant plusieurs cas de figures : plusieurs heures par jour, quelques fois par jour, plusieurs fois par semaine ou moins souvent. Pour associer le nombre de réseaux utilisés et la fréquence de leur usage, on a créé un indice à partir d'une métrisation. On a ainsi affecté d'une note allant de 3 à 0 chaque réseau en fonction de la fréquence de son utilisation. Toutes les notes ont été ensuite additionnées, ce qui donne une somme totale dont la distribution a été partagée en quartiles. On dispose donc de quatre groupes se distinguant par l'intensité d'utilisation des réseaux, c'est-à-dire la combinaison du nombre de réseaux utilisés et de la fréquence avec laquelle on les utilise, allant de 0 (utilisation la plus faible) à 4 (utilisation la plus forte).

Graphique 2 : L'intensité d'utilisation des réseaux par quartiles et pays (%)



Source : CEVIPOF, Baromètre de la confiance politique, vague 15

La première des variables jouant sur l'utilisation des réseaux reste la tranche d'âge et cela dans les quatre pays étudiés. La proportion d'enquêtés appartenant au groupe 4, celui des utilisateurs intenses, passe ainsi en France de 68% parmi les 18-24 ans à 6% parmi les 65 ans et plus, alors que cette proportion décroît de la même façon de 68% à 6% en Allemagne, de 71% à 22% en Italie et de 94% à 17% en Pologne. On obtient les mêmes résultats si l'on utilise les générations. En France, les boomers constituent 8% du groupe d'utilisateurs intenses alors que la génération Y en représente 38% et la génération Z 35%. La même distribution se retrouve en Allemagne. En revanche, on remarque en Italie et en Pologne une extension de la plage générationnelle car les utilisateurs intenses sont plus nombreux en proportions dans la génération X qui constitue 28% du groupe en Italie, 24% en Pologne contre 19% en France et 16% en Allemagne.

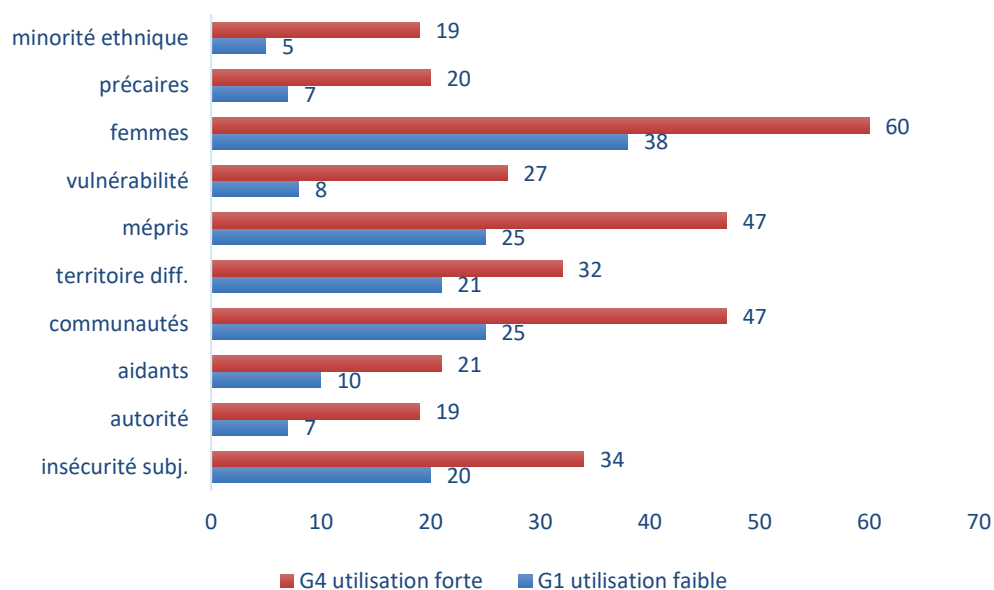
Toutes les autres dimensions, qu'il s'agisse du niveau de diplôme, du revenu par foyer, du niveau de libéralisme économique ou culturel, ou l'appartenance à un groupe socioprofessionnel ont des effets statistiques bien moindres. Si les variables « lourdes » ne jouent pas beaucoup ou pas du tout sur la probabilité d'appartenir au groupe des utilisateurs les plus importants des réseaux sociaux, les variables permettant d'appréhender le statut social des enquêtés se révèlent bien plus utiles. Une comparaison entre le groupe 1 (utilisateurs faibles) et le groupe 4 (utilisateurs intenses) en France fait émerger au sein du groupe 4 des profils sociaux de personnes en difficulté et cumulant les handicaps sociaux. Comme le montre le graphique 3, il s'agit plus souvent de femmes, en situation précaire, vivant dans des territoires en difficulté, se considérant assez fréquemment comme appartenant à des minorités ethniques, estimant appartenir en plus grandes proportions à des communautés de valeurs ou d'origine mais beaucoup moins à la communauté nationale, ayant plus souvent le sentiment que l'on est méprisé lorsque l'on n'a pas de diplôme d'études supérieures, souffrant plus souvent que les autres d'insécurité subjective⁴, se retrouvant également plus fréquemment dans la situation « d'aidants » auprès de personnes de leur entourage familial, partageant plus que les membres du groupe 1 des stigmates de vulnérabilité sociale et en attente d'une autorité politique renforcée.

4.

Sa définition est donnée en annexe

Le portrait social des utilisateurs intensifs des réseaux sociaux est donc celui de personnes en périphérie de la société mais néanmoins diplômées. En France, la proportion des usagers intensifs des réseaux ayant le niveau du master est de 30% contre 19% des usagers occasionnels. Mais il s'agit également plus souvent de personnes déclassées, c'est-à-dire dont la situation socioprofessionnelle est inférieure à ce que leur niveau de diplôme pouvait laisser espérer. La proportion de déclassés est ainsi de 37% dans le groupe des usagers intensifs contre 29% dans le groupe des utilisateurs occasionnels.

Graphique 3 : Les caractéristiques sociales des utilisateurs de réseaux sociaux (%)



Source : CEVIPOF, Baromètre de la confiance politique, vague 15

Lecture : 20% des enquêtés appartenant au groupe 4, celui des utilisateurs intenses de réseaux sociaux, se trouvent au sommet de l'indice de précarité, et 19% au sommet de l'indice d'autorité contre, respectivement, 7% des enquêtés appartenant au groupe 1, celui des utilisateurs occasionnels des réseaux sociaux.

Usage des réseaux sociaux et rapport au politique

L'investissement dans les réseaux sociaux se traduit-il par une relation de défiance plus forte à l'égard des institutions politiques ? Quel que soit le pays étudié, la réponse est négative. L'intensité avec laquelle les enquêtés recourent aux réseaux sociaux ne joue pas sur la confiance portée aux institutions nationales (gouvernement, chambre basse et chambre haute). Elle ne joue pas non plus sur le niveau de confiance interpersonnelle et ne joue que peu sur la confiance portée à des institutions de contrôle social comme la police. En France, le niveau élevé de confiance dans la police est partagé par 74% des utilisateurs faibles de réseaux contre 65% des utilisateurs intensifs. Et c'est bien le seul pays où cette confiance décline légèrement car elle augmente en revanche en Allemagne où l'on passe de 73% à 77%, en Italie, où l'on passe de 61% à 67% et en Pologne où l'on passe de 35% à 40%. La proportion d'enquêtés ayant confiance dans la justice reste stable en France (45%) et en Allemagne (66%) mais augmente en Italie (de 29% à 45%) et en Pologne (de 15% à 34%). En revanche, le groupe à usage intense des réseaux sociaux se distingue par une confiance plus élevée dans les acteurs sociaux tels que les partis, les syndicats, les associations, que l'on a mesurée à travers un indice : en France, 38% des

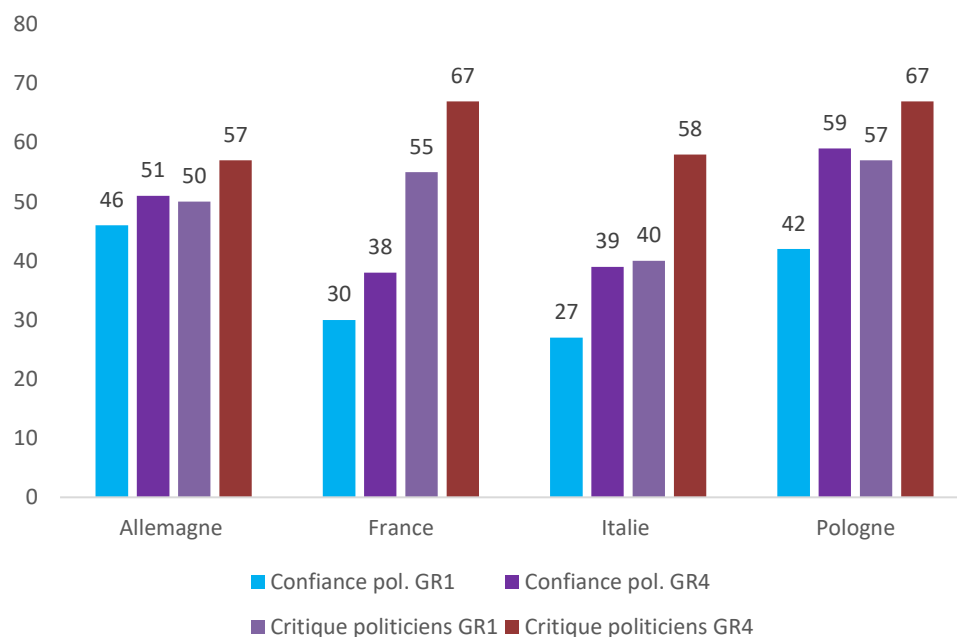
enquêtés du groupe 4 contre 26% de ceux du groupe 1 se situent sur la partie haute de l'indice dichotomisé, ce qui se confirme en Allemagne, 41% contre 30%, en Italie, 29% contre 21%, et en Pologne, 27% contre 9%.

Il en résulte que la confiance dans la politique augmente à mesure que l'on utilise davantage les réseaux sociaux contrairement à l'idée reçue selon laquelle ces réseaux offriraient un espace public de pure contestation. Néanmoins, l'intensification de l'usage des réseaux génère dans le même temps une critique plus forte du personnel politique. On a construit un indice de critique des élus, reposant sur les réponses positives aux propositions « c'est le peuple, et pas les responsables politiques, qui devrait prendre les décisions politiques les plus importantes », « je préférerais être représenté(e) par un citoyen ordinaire plutôt que par un politicien professionnel », « les responsables politiques sont déconnectés de la réalité et ne servent que leurs propres intérêts ». L'indice, qui va de 0 à 3 a été dichotomisé en un niveau bas de critique (aucune ou une réponse positive) et un niveau élevé (deux ou trois réponses positives). On peut alors observer, comme le montre le graphique, que les participants au groupe 4 des utilisateurs de réseaux sont plus critiques que les participants au groupe 1. Les écarts provoqués par l'intensité avec laquelle les enquêtés utilisent les réseaux sociaux ne sont pas très importants en Allemagne mais sensiblement plus accentués en France, en Italie et en Pologne, ce qui ne fait que confirmer la solidité relative de la vie démocratique dans les différents pays.

L'évaluation du fonctionnement de la démocratie dans chaque pays s'avère également meilleure dans le groupe d'utilisateurs intensifs. En France, la proportion d'enquêtés répondant que la démocratie fonctionne très bien ou assez bien est de 29% dans le groupe 1 contre 37% dans le groupe 4. En Allemagne, on passe de 48% à 59%, en Italie de 37% à 38% mais en Pologne de 18% à 44%. Il apparaît donc, d'une part, que l'usage des réseaux sociaux ne provoque pas systématiquement des réactions similaires d'un pays à l'autre et, d'autre part, qu'il ne change pas beaucoup le rapport général entretenu avec la vie politique institutionnelle qui reste dominé par d'autres dimensions comme la socialisation politique des enquêtés ou la nature de l'offre politique. D'autres variables permettent de mesurer ce phénomène. C'est ainsi que l'intérêt pour la politique augmente en Italie (on passe de 51% à 61% des enquêtés selon l'intensité du recours aux réseaux sociaux), et en Pologne (on passe de 64% à 75%), mais pas en Allemagne, où il se réduit (on passe de 80% à 75%), ni en France où la situation est très stable (on passe de 51% à 53%).

L'usage intensif des réseaux sociaux n'a donc pas disqualifié la vie démocratique ordinaire. Du reste, le niveau de confiance dans ces réseaux n'est pas lui-même très haut : en moyenne, c'est le cas de 16% des enquêtés français, de 18% des enquêtés allemands, de 20% des enquêtés italiens et de 29% des enquêtés polonais. Mais ces moyennes varient fortement selon l'usage que l'on en fait, bien que les plafonds ne soient guère hauts. En France, les utilisateurs occasionnels ont confiance en eux à hauteur de 4% contre 32% des utilisateurs intensifs. En Allemagne, on passe de 7% à 35%, en Italie de 10% à 31% et en Pologne de 5% à 42%. Les réseaux sociaux ne viennent pas remplacer les institutions représentatives en qui les électeurs placent davantage en moyenne leur confiance. À titre de comparaison, en France, le niveau de confiance dans les institutions politiques nationales s'avère plus élevé chez les abstentionnistes du second tour de l'élection présidentielle (17%) que celle qu'ils portent aux réseaux (13%).

Graphique 4 : Le rapport au politique selon l'usage des réseaux sociaux par pays (%)



Source : CEVIPOF, Baromètre de la confiance politique, vague 15

Lecture : en France, la confiance dans la politique est le fait de 30% des utilisateurs occasionnels des réseaux sociaux contre 38% des utilisateurs intensifs, alors que la proportion de ceux qui critiquent le personnel politique passe dans le même temps de 55% à 67%.

L'absence d'impact électoral des réseaux sociaux

L'ensemble de ces résultats conduit à émettre l'hypothèse que l'usage intensif des réseaux sociaux caractérise surtout des opposants politiques se méfiant du pouvoir en place, rejetant les élus mais croyant en la politique, en la démocratie, et s'y intéressant plus que les autres. On ne serait donc pas dans un univers dépolitisé, un faux espace public traversé de vaines controverses et de conflits interpersonnels mais dans une extension de la lutte politique à l'espace numérique. Cependant, si l'on prend le cas de la France, rien n'indique que l'usage intensif des réseaux sociaux conduit à opter pour une offre politique radicale de droite ou de gauche. La seule vraie différence résidant entre les usagers intensifs et les usagers occasionnels tient à ce que les premiers sont plus abstentionnistes (36%) que les seconds (22%) lors du premier tour de l'élection présidentielle de 2022. Mais le vote en faveur de Jean-Luc Mélenchon n'évolue guère (18% contre 12%) et celui en faveur de Marine Le Pen reste exactement au même niveau (16%). Le vote en faveur d'Emmanuel Macron se réduit (17% contre 25%) mais la rétractation de ce vote obéit aussi à d'autres dimensions comme l'âge des enquêtés et leur situation sociale. Il reste donc presque impossible de certifier un effet électoral de l'usage des réseaux sociaux.

On peut objecter que la radicalité ne se mesure pas au vote qui peut être considéré par les enquêtés méfiants ou critiques comme la caution d'un système politique qu'ils et qu'elles rejettent. La proximité partisane se révèle effectivement plus fructueuse car on voit que la proximité au RN concerne 19% des utilisateurs intenses contre 14% des utilisateurs occasionnels et que la

proximité à LFI est de 14% chez les premiers contre 3% chez les seconds. La proximité à EELV, quant à elle, ne subit aucune modification. En Allemagne, on observe également que les utilisateurs intensifs sont plus proches de l'AfD que les autres (15% contre 9%) ou de Die Linke (8% contre 5%). En revanche, c'est l'inverse quant à la proximité déclarée envers les Grünen (10% contre 14%). En Italie, l'usage intensif des réseaux est corrélé avec une proximité partisane plus fréquente à l'encontre du Mouvement 5 étoiles (18% contre 9%), de Forza Italia (10% contre 6%) mais pas à l'encontre de Fratelli d'Italia (18% contre 26%) alors que la proximité à la Lega ne change pas (9% dans les deux cas). En Pologne, la proximité au PiS n'évolue guère (28% contre 25%).

Il reste qu'on peut s'interroger sur la validité même de l'indicateur utilisé qui mesure l'usage global des réseaux et l'intensité de cet usage sans distinguer des sous-populations liée à un réseau en particulier. Par exemple, Snapchat, en France, est utilisé fréquemment, c'est-à-dire plusieurs heures par jour ou plusieurs fois par jour, à 42% par les 18-24 ans, alors que TikTok l'est à 37%, Instagram à 29%, X à 22% mais LinkedIn à 18% et Facebook à 9%. Est-ce que l'usage fréquent d'un réseau particulier prédispose à des comportements politiques spécifiques⁵?

5.

À noter que très rares sont les enquêtés à n'utiliser qu'un seul réseau de manière exclusive à l'exception des autres. Les effectifs sont trop faibles pour faire des analyses. Par exemple, pour la France, 4 enquêtés seulement utilisent X ou TikTok sans jamais utiliser les autres réseaux

L'analyse montre que la sociologie de chaque réseau dicte en grande partie les réactions politiques de ses membres. C'est ainsi que l'intérêt pour la politique comme la confiance dans la politique obtiennent les scores les plus élevés parmi les utilisateurs fréquents de X et de LinkedIn, mais c'est aussi au sein de ces réseaux que l'on trouve la proportion la plus élevée de diplômés du supérieur (56% sur X, 67% sur LinkedIn) comme la proportion la plus importante de déclassés (44% sur X et 60% sur LinkedIn). En revanche, c'est sur TikTok et sur LinkedIn que l'on trouve les proportions les plus importantes d'enquêtés se trouvant en haut de l'indice de précarité, en haut de l'indice de vulnérabilité comme celle d'enquêtés estimant appartenir à une communauté spécifique autre que nationale (50% sur TikTok, 62% sur LinkedIn). Mais ces caractéristiques sociales ne se traduisent pas mécaniquement par un auto-positionnement politique précis ou des choix électoraux tranchés et similaires. Certes, si l'on prend comme base de calcul le premier tour de l'élection présidentielle de 2022, on trouve des niveaux d'abstention et de vote blanc et nul élevés parmi les utilisateurs de TikTok (43%) ou de LinkedIn (34%), mais ils le sont également parmi les utilisateurs de Snapchat (42%) et d'Instagram (38%). La vulnérabilité et la précarité qui caractérisent les utilisateurs fréquents de TikTok et de LinkedIn ne conduisent pas non plus au choix des mêmes candidats. Les premiers ont choisi Jean-Luc Mélenchon à 18% (des inscrits), Emmanuel Macron à 13% et Marine Le Pen à 16%. Les seconds ont choisi Jean-Luc-Mélenchon à 13%, Emmanuel Macron à 24% et Marine Le Pen à 10%. Le fait que l'usage d'un réseau unique est rarissime et que cet usage est cumulatif rend cependant impossible toute imputation d'un effet politique à un réseau particulier. On peut donc écarter l'hypothèse d'une construction de l'identité politique par un réseau social.

Tableau 1 : Le vote au premier tour de l'élection présidentielle de 2022 par usage d'un réseau social (% d'inscrits)

	TikTok	Instagram	Facebook	X	LinkedIn	Snapchat	Aucun réseau
J.-L. Mélenchon	18	18	17	23	13	18	13
Y. Jadot	3	4	3	5	3	3	2
E. Macron	13	18	18	18	24	11	21
V. Pécresse	1	2	2	1	3	1	7
M. Le Pen	16	15	20	13	10	17	15
É. Zemmour	1	3	5	8	4	2	7
BNA	43	38	29	26	34	42	28

Source : CEVIPOF, Baromètre de la confiance politique, vague 15

Lecture : BNA : votes blancs et nuls, abstention. On n'indique ici que les principaux résultats, le total ne fait donc pas 100%.

Il reste à savoir si le fait de ne jamais utiliser aucun réseau change les choses. Seuls 290 enquêtés français, soit 8% de l'échantillon, déclarent ne jamais utiliser de réseau social. Le sous-échantillon est donc limité et les réponses doivent donc être considérées avec prudence. Il est composé d'enquêtés nettement plus âgés puisque 42% d'entre eux ont 65 ans ou plus et que 73% d'entre eux ont plus de 50 ans. À 70%, il s'agit d'hommes alors que cette proportion descend à 47% chez ceux qui utilisent au moins un réseau. La distribution en termes de catégories socioprofessionnelles ou de diplômes est la même que chez les enquêtés qui utilisent au moins un réseau, tout comme la confiance dans la politique ou dans les institutions politiques nationales. Ils ne sont ni plus ni moins critiques à l'égard du personnel politique que ne le sont les usagers des réseaux et considèrent autour de 27% comme eux que la démocratie fonctionne bien en France. Ils considèrent à 30% qu'ils font partie de la communauté nationale (contre 24%), sont moins présents au sommet de l'indice de vulnérabilité (6% contre 12%) et au premier tour de l'élection présidentielle de 2022 ils ont voté un peu plus pour Valérie Pécresse et se sont moins abstenus mais sans que la distribution des voix ne montre un effet électoral particulier de l'abstention réticulaire.

Communautés et violences

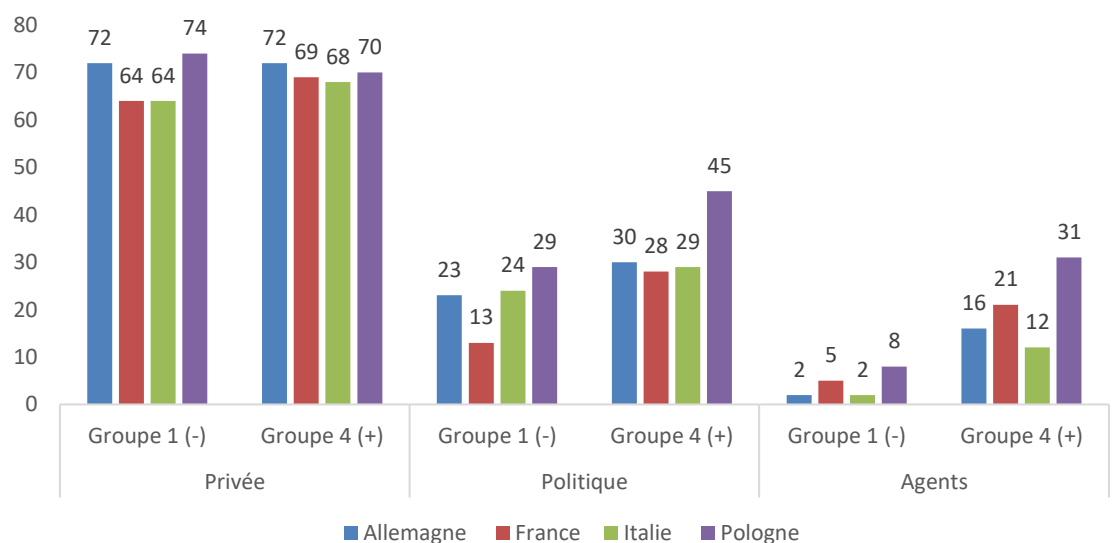
Les réseaux sociaux ont été clairement désignés comme des outils précieux pour les participants au mouvement des Gilets jaunes comme aux émeutiers de juillet 2023 qui ont pu se réunir soudainement et se mobiliser en communiquant entre eux. L'organisation des violences qui se sont produites en Nouvelle-Calédonie en mai 2024 semble avoir été rendue possible par l'usage des réseaux sociaux, ce qui a conduit les autorités à interdire l'usage de TikTok. La question se pose donc de savoir si les réseaux sociaux sont déterminants non pas seulement dans l'organisation matérielle de violences politiques ou d'une délinquance en bandes organisées mais également en amont dans la diffusion d'une acceptation sociale plus grande de la violence comme moyen d'expression et d'action.

Le Baromètre permet d'isoler trois types de rapports à la violence et à son acceptabilité. Il peut s'agir tout d'abord de considérer comme acceptable la violence lorsqu'elle vise son univers privé, à protéger sa vie, sa famille ou sa propriété privée, ce qui constitue un premier indice de mesure. Ensuite, il peut s'agir d'accepter ou non la violence comme moyen politique, soit pour défendre

des idées politiques, soit pour protéger l'environnement ou la nature, soit pour s'opposer à une réforme gouvernementale, ce qui constitue un second indice de mesure. Enfin, un troisième indice de mesure a été construit sur la base des réponses à des questions portant non plus sur la politique en général mais sur des personnes incarnant l'autorité publique : est-il acceptable ou pas d'exercer des violences contre les policiers, les élus, les agents des services publics ? Chacun de ces trois indices va donc de 0 à 3 en fonction du nombre de réponses positives et a été dichotomisé en un niveau bas (aucune ou une réponse positive) et un niveau élevé (deux ou trois réponses positives). Les graphiques qui suivent s'appuient sur la distribution de ce niveau élevé d'acceptation des violences.

Si l'acceptation de la violence privée ne change guère selon que les enquêtés appartiennent au groupe 1 d'utilisateurs occasionnels ou au groupe 4 d'utilisateurs intensifs, il n'en va pas de même en ce qui concerne la violence politique dont l'acceptabilité augmente fortement en fonction de l'usage des réseaux sociaux et notamment en France où sa proportion double entre le groupe des utilisateurs occasionnels de réseaux et celui des utilisateurs intensifs. En revanche, c'est en Pologne que les seuils d'acceptabilité de cette violence politique sont les plus élevés. L'usage des réseaux sociaux a également un effet assez puissant sur l'acceptabilité de la violence à l'égard des agents publics, au sens large, en y incluant les élus.

Graphique 5 : L'acceptabilité de la violence privée, politique et sur les agents publics par pays et selon l'utilisation des réseaux sociaux (%)



Source : CEVIPOF, Baromètre de la confiance politique, vague 15

Lecture : en France, la proportion d'enquêtés estimant que la violence est acceptable dans le domaine politique passe de 13% chez les utilisateurs occasionnels de réseaux sociaux à 28% chez les utilisateurs intensifs des réseaux.

La corrélation entre l'usage des réseaux sociaux et l'acceptabilité de la violence politique ou de celle exercée contre les élus ou les agents publics semble assez clairement établie. Cela ne signifie pas pour autant que l'utilisation de ces réseaux constitue le premier facteur d'explication de cette violence. Une

6.

Sur cette question : Gilles Ivaldi, « L'impact des épreuves de la vie sur les attitudes politiques », *Note de recherche*, Le Baromètre de la confiance politique, vague 15, mars 2024, www.sciencespo.fr/cevipof

7.

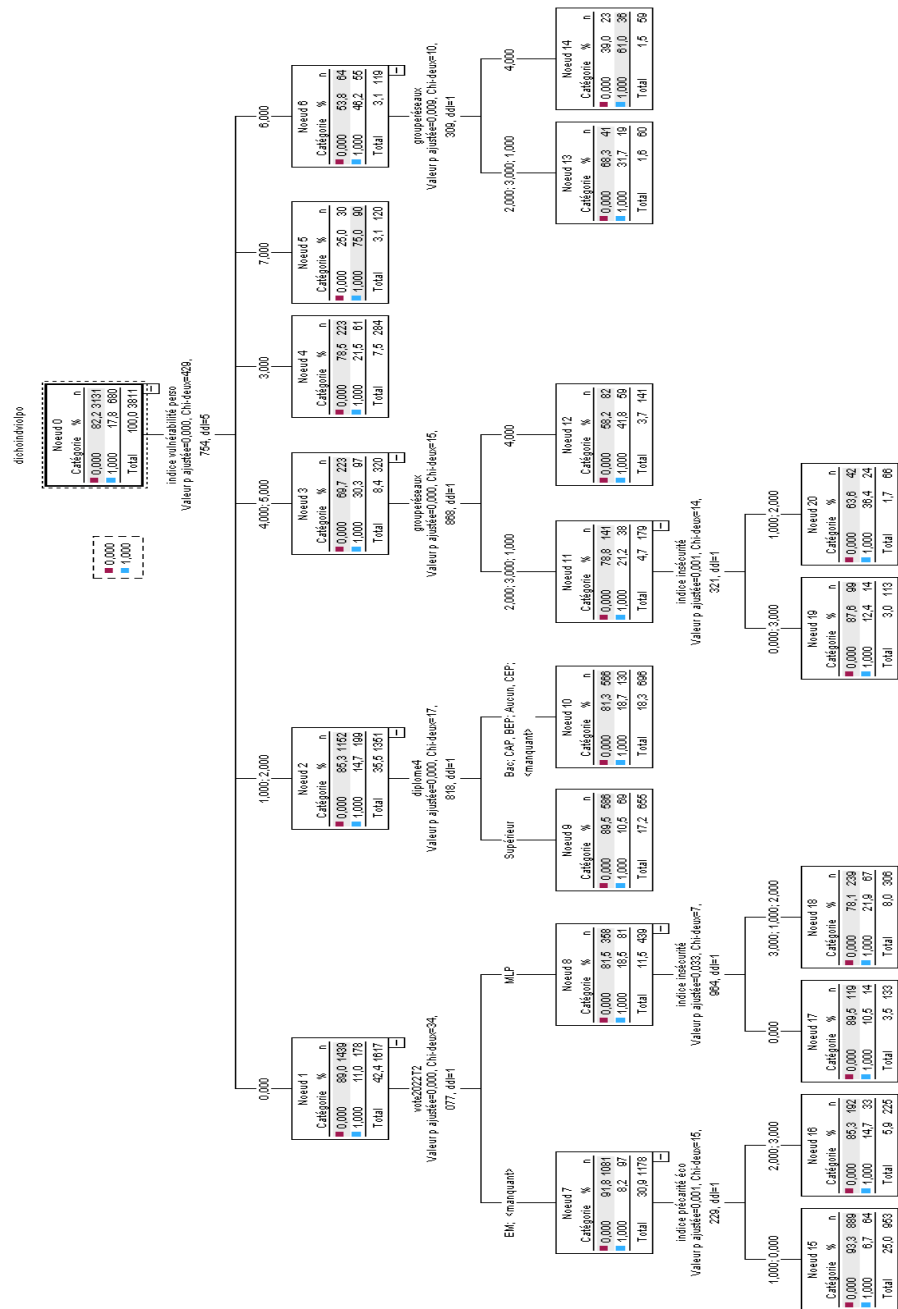
Dont la définition est donnée en annexe

analyse de classement ascendant hiérarchique faite sur les variations du niveau d'acceptabilité de la violence politique montre que le premier facteur explicatif tient au niveau de vulnérabilité personnelle⁶. Plus les enquêtés français se situent haut sur l'indice de vulnérabilité personnelle⁷ et plus ils acceptent la violence politique. La proportion de ceux qui la considèrent comme acceptable passe ainsi de 11% pour ceux qui se situent au niveau 0 de la vulnérabilité à 75% pour ceux qui se situent au niveau maximum. Le rôle des réseaux sociaux n'est pas uniformément réparti. Leur utilisation et son intensité relative ne font qu'amplifier des prédispositions à la violence nées de la vulnérabilité. C'est à partir du niveau 4 et 5 de l'indice de vulnérabilité que leur effet statistique se fait sentir puisque la violence est alors acceptée par 30% de ces enquêtés, cette proportion baissant à 20% pour ceux qui utilisent peu ou assez peu les réseaux sociaux mais s'élevant à 42% chez ceux qui appartiennent au groupe des utilisateurs intenses de réseaux. Pour ceux qui se situent au niveau 6 de l'indice de vulnérabilité, la proportion de ceux qui acceptent la violence politique oscille entre 32% et 61% en fonction de l'utilisation des réseaux. On peut remarquer sur l'arbre présenté ci-après que le choix électoral ou que le niveau de diplôme n'ont guère d'effet statistique sur l'acceptabilité de cette violence. En ce qui concerne la violence exercée contre les élus, les policiers ou les agents des services publics, son acceptabilité dépend étroitement, là encore, du niveau de vulnérabilité des enquêtés mais l'utilisation des réseaux sociaux voit son effet statistique s'effacer derrière le niveau de confiance portée aux institutions politiques nationales.

Une citoyenneté numérique introuvable

L'analyse montre que l'utilisation des réseaux sociaux n'a pas un effet politique direct. Ni le comportement électoral ni les niveaux de confiance dans la démocratie ou dans les institutions ne sont modifiés en profondeur par l'utilisation intensive de ces réseaux. Le fait que les enquêtés utilisent simultanément plusieurs réseaux ne permet pas d'identifier un effet particulier lié à l'un d'entre eux même si certains réseaux sont plus utilisés que les autres par les générations les plus récentes. Sur le terrain sociologique, on doit écarter autant la thèse d'une concentration de diplômés surinformés comme celle d'une contre-société contestataire qui se servirait des réseaux pour donner naissance à une forme renouvelée de l'anarchie. C'est sans doute ici que l'on mesure le semi-échec d'Internet et de ses sous-produits dans leur vocation première d'émancipation des citoyens à l'égard des pouvoirs institués. Le fait que les impératifs commerciaux aient conduit à organiser le suivi et le ciblage de certaines populations consommatrices ou émettrices d'informations typées n'a pas débouché sur une redéfinition numérique de la citoyenneté. Les réseaux sociaux restent des « chambres d'écho » de problèmes sous-jacents générant de la violence politique sans pour autant avoir gagné en crédibilité auprès de des gouvernements et des usagers eux-mêmes qui ne leur font guère confiance.

Graphique 6 : Classement ascendant hiérarchique des facteurs jouant sur l'acceptabilité de la violence politique



Source : CEVIPOF, Baromètre de la confiance politique, vague 15

Annexes

Les générations

On a repris ici la classification utilisée par les études sociologiques et commerciales qui distinguent :

- Les « boomers » nés entre 1945 et 1964, qui ont connu dans leur jeunesse le plein emploi et une croissance forte de l'économie ;

- La génération X qui réunit ceux qui sont nés entre 1965 et 1979, ayant connu les chocs pétroliers et la montée du chômage ;
- La génération Y, dénommée également celle des *Millenials*, qui regroupe ceux qui sont nés entre 1980 et 1994, marquée par le développement d'Internet mais également par un rapport au travail plus exigeant et une attente de règles éthiques de la part des entreprises ;
- La génération Z de ceux qui sont nés entre 1995 et 2000 (que l'on prolonge jusqu'en 2005 pour englober ici tous les enquêtés), caractérisée par son insertion dans le numérique, sa connectivité et sa créativité supposée telle qu'elle est vue par les études de marketing.
- On a ajouté la génération de la guerre, réunissant ceux qui sont nés entre 1927 et 1944, et qui ont connu les effets directs ou indirects de la Seconde guerre mondiale. Cette génération n'est pas référencée ici faute d'effectifs suffisants pour des comparaisons fiables.

L'indice d'insécurité subjective

Cet indice est construit à partir des réponses données à trois propositions : « Je me sens en insécurité lorsque je rentre tard chez moi » ; « Je suis inquiet pour moi ou les membres de ma famille lorsqu'on prend les transports en commun » ; « J'ai peur que mon domicile soit cambriolé ».

L'indice de vulnérabilité personnelle

Cet indice a été construit sur la base des réponses données à des questions portant sur la vie personnelle des enquêtés : se sentent-ils proches d'un burn-out, doivent-ils gérer beaucoup de conflits dans leur vie personnelle, y ressentent-ils beaucoup d'incertitude, sont-ils victimes de harcèlement, de discrimination, de mépris, d'injustice ? L'indice va donc de 0 à 7 et a été dichotomisé en un niveau bas de vulnérabilité (entre aucune réponse positive et trois réponses positives) et un niveau élevé (entre quatre et sept réponses positives).

L'indice de précarité économique

Cet indice est construit à partir des résultats de trois questions : le fait de ne pas s'en sortir ou de ne s'en sortir que difficilement avec les revenus du ménage, d'avoir ou qu'un des membres de la famille ait un fort risque de chômage et de se retrouver sur le dernier quartile de revenu par foyer calculé en unités de compte selon les normes de l'INSEE.