

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

CONSTRUIRE SON OPINION SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX EN CONTEXTE
ÉLECTORAL : LITTÉRATIE ET PRATIQUES INFORMATIONNELLES DES JEUNES DE
18-25 ANS

MÉMOIRE
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR

GABRIELLE CASSAGNES LEMOINE

JANVIER 2026

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.12-2023). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

Je souhaite exprimer ma profonde reconnaissance à mon directeur de recherche, Monsieur Camille Alloing, pour son accompagnement attentif tout au long de cette étape de mon parcours académique. Merci pour sa disponibilité, sa patience, et surtout pour ses commentaires constructifs qui m'ont permis de progresser jusqu'à la fin.

Je remercie également Madame Stéphanie Yates et Madame Michelle Stewart, membres de mon jury, pour leurs retours éclairés et leurs suggestions constructives, qui ont enrichi cette réflexion et contribué à affiner mes analyses. Ma gratitude va également à l'ensemble des professeurs et chargés de cours ayant marqué mon parcours universitaire.

Un immense merci à mes parents, Lise et Yves, dont le soutien indéfectible m'a permis d'atteindre ce stade de mon parcours scolaire. Merci de m'avoir permis d'expérimenter tout en sachant que vous seriez toujours derrière moi. Vous avez définitivement façonné la personne que je suis aujourd'hui. Je leur suis infiniment reconnaissante pour tout ce qu'ils m'ont apporté et permis de réaliser.

Merci à William pour sa présence, son écoute et son soutien inestimable dans les moments de doute. Son appui m'a permis de garder le cap et la motivation jusqu'au bout. Un petit clin d'œil à mes beaux-parents, France et Yves, pour leur présence et leur bienveillance qui ont fait toute la différence.

Enfin, je souhaite remercier l'ensemble de mes proches et amis-es pour leur soutien précieux, leur écoute et leur capacité à me changer les idées au bon moment. Une pensée particulière aussi pour mes collègues du Phare, Enfants et Familles, dont les encouragements ont été d'un grand réconfort dans cette dernière ligne droite de mon parcours académique.

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS	ii
LISTE DES FIGURES.....	vi
LISTE DES TABLEAUX.....	vii
RÉSUMÉ.....	viii
INTRODUCTION.....	1
1.1 Mise en contexte.....	5
1.2 Définition du terme « jeune ».....	6
1.3 Contexte politique québécois	7
1.4 Émergence des réseaux sociaux numériques	9
1.4.1 Pratiques informationnelles avant internet.....	11
1.5 Usages des réseaux sociaux numériques par les jeunes adultes.....	12
1.6. Pratiques informationnelles des jeunes adultes.....	15
1.6.1 Blocage des nouvelles sur Facebook.....	17
1.7 Littératie numérique et déconstruire l'idée des pratiques propre à une génération.....	19
1.8 Usage des réseaux sociaux numériques dans les campagnes électorales.....	21
1.9 Quels effets sur l'opinion ?	23
1.9.1 Des médias aux réseaux sociaux : critique des bulles.....	24
1.9.2 L'opinion est-elle publique?.....	26
1.10 Questions de recherche.....	28
1.11 Pertinence de la recherche.....	29
1.11.1 Sociale	29
1.11.2 Scientifique.....	29
CADRE THÉORIQUE	30
2.1 Pratiques informationnelles.....	30
2.1.1 Culture numérique des jeunes	31
2.1.2 Pratiques informationnelles des jeunes	32
2.1.3 Déconstruire cette idée de natif numérique.....	32
2.2 La notion de littératie numérique	33
2.2.1 Mesurer les compétences informationnelles	35
2.3 L'opinion personnelle	36
2.3.1 Formation de l'opinion personnelle et politique	37
2.3.2 Formation des opinions en ligne et sur les réseaux sociaux numériques	40
2.4 Synthèse du chapitre.....	41

MÉTHODOLOGIE	42
3.1 Posture épistémologique	42
3.2 Méthode et technique de collecte des données.....	44
3.2.1 L’entretien semi-dirigé.....	44
3.3 Méthode de collecte de données.....	49
3.3.1 Le guide d’entrevue.....	49
3.4 Analyse des données	51
3.5 Aspects éthiques liés à la méthode.....	52
RÉSULTATS	54
4.1 Les jeunes s’adaptent à l’environnement des plateformes	56
4.1.1 Les jeunes utilisent une écologie de plateformes pour s’informer.....	56
4.1.2 Le blocage des nouvelles par META a changé les manières de s’informer des jeunes	57
4.1.3 Les jeunes consomment par le social	58
4.2 Les jeunes se désintéressent de la politique traditionnelle.....	59
4.2.1 Les jeunes manquent de confiance envers les instances politiques et les processus	59
électoraux	59
4.2.2 Les jeunes ont un intérêt marqué pour les grands enjeux qui les concernent	61
4.3 Les jeunes s’informent par l'influence de leurs interactions sociales.....	62
4.3.1 L’entourage exerce une grande influence sur la formation de l’opinion des jeunes.....	62
4.3.2 Les jeunes ont une réticence à prendre position publiquement (peur confrontation,	64
crainte manque information et mauvaise image)	64
4.4 Les jeunes s’engagent avec des informations qui les intéressent.....	65
4.4.1 Leurs activités quotidiennes ont un impact direct sur leur exposition aux nouvelles ...	66
4.4.2 Rester informer sur les enjeux de leur environnement.....	66
4.4.3 Les jeunes vont s’informer et être engagés lorsque le sujet rejoint leurs valeurs et	68
intérêts	68
4.5 Les jeunes mobilisent des compétences informationnelles variées pour s’informer	70
4.5.1 Les jeunes ont conscience de l’importance de la crédibilité d’une source d’information	70
.....	70
4.5.2 Leur parcours scolaire a renforcé leurs compétences informationnelles	72
4.5.3 Les jeunes accordent une crédibilité aux personnes jugées expertes	74
4.6 Les jeunes utilisent une écologie de pratiques pour s’informer	75
4.6.1 Les jeunes s’informent de manière sélective.....	75
4.6.2 Les fonctionnalités des plateformes ont un impact sur la consommation d’information	76
des jeunes	76
4.7 Synthèse du chapitre.....	77
DISCUSSION	79
5.1 Mise en perspective	79
5.2 Les jeunes s’adaptent à l’environnement des plateformes	80
5.2.1 Consommer par le social, entre facilité et obstacles	80

5.3. Les jeunes ne possèdent pas tous les mêmes compétences	83
5.3.1 Crédibilité : pas les mêmes critères pour tout le monde	83
5.3.2 Fracture intergénérationnelle : déconstruire l'idée de natif du numérique	85
5.4 Des facteurs déterminants dans le processus de formation de l'opinion des jeunes	87
5.4.1 L'intérêt : le facteur le plus déterminant ?	90
5.4.2 La politique versus les enjeux sociaux	91
5.5 Limites de la recherche	91
5.6 Synthèse du chapitre.....	92
CONCLUSION	94
ANNEXE A.....	98
ANNEXE B.....	101
BIBLIOGRAPHIE	102

LISTE DES FIGURES

Figure 1 - Type de média utilisé pour lire l'actualité en 2003 et 2013 par les Canadiens selon Radio-Canada	12
Figure 2 - Message d'erreur apparaissant lorsqu'un internaute essayait de partager une nouvelle sur les plateformes de Meta.....	18
Figure 3- Publication Instagram de la chanteuse Taylor Swift qui endosse publiquement la candidate démocrate Kamala Harris.	23
Figure 4 - Modèle des prédispositions de la formation de l'opinion publique selon Leeper et Sloothus (2017)	39
Figure 5- Modèle de l'analyse inductive générale de Blais et Martineau (2006, p.9) : processus de codification menant à la réduction des données	51

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 - Représentation du pourcentage d'utilisateur de réseaux sociaux qui ont mentionné suivre l'actualité ou les nouvelles par rapport à leur tranche d'âge selon l'étude CEFRIO 2023.	13
Tableau 2 - Comparaison du tableau sur le taux d'utilisation des réseaux sociaux par les adultes québécois en 2023 selon l'étude CEFRIO avec le taux de participation à l'élection fédérale de 2019 selon Élections Canada.....	14
Tableau 3 - Comparaison du taux d'utilisation des sources d'informations utilisés par les adultes âgés de 18-24 ans avec le taux d'utilisation des sources d'information utilisés par les 65-74 ans selon l'étude CEFRIO 2023.	16
Tableau 4 - Pourcentage des adultes Québécois par tranche d'âge affirmant avoir dû changer d'habitudes pour s'informer en ligne à la suite du blocage par META selon l'étude CEFRIO 2023.	18
Tableau 5 - Cadre conceptuel proposé par Yoram Eshet-Alkalai pour représenter les cinq types de littératie numérique	20
Tableau 6 - Profils des participants à l'étude	47
Tableau 7 - Récapitulatif des différentes catégories identifiées.....	54

RÉSUMÉ

Dans un contexte où les réseaux sociaux numériques occupent une place centrale dans la vie quotidienne de la population en général, et principalement chez les jeunes, il devient essentiel de comprendre comment cette génération, souvent qualifiée de « natifs du numérique », mobilise ces outils pour s'informer, particulièrement en période électorale. Ce mémoire s'intéresse ainsi aux pratiques informationnelles des jeunes âgés de 18 à 25 ans, inscrits à la maîtrise ou ayant complété une maîtrise. Reposant sur trois dimensions principales : les pratiques informationnelles, la littératie numérique et la formation de l'opinion, ce travail de recherche vise à mieux comprendre et à mettre en lumière comment ces jeunes s'informent en ligne sur les enjeux politiques, en répondant à la question suivante: De quelle manière les jeunes âgés de 18 et 25 ans s'informent-ils par les réseaux sociaux sur les questions politiques en période électorale ? Pour y répondre, une démarche qualitative inductive a été adoptée, s'appuyant sur des entretiens semi-dirigés. L'analyse générale inductive des données recueillies a permis de faire émerger six constats principaux : les jeunes s'adaptent à l'environnement des plateformes pour s'informer ; ils mobilisent des compétences informationnelles variées ; ils expriment un désintéressement clair envers la politique institutionnelle ; leurs pratiques sont influencées par leurs interactions sociales ; ils s'engagent davantage avec les contenus qui les interpellent personnellement ; et ils s'informent par une écologie de pratiques. Ces résultats témoignent de la complexité des rapports que ces jeunes entretiennent avec l'information et déconstruisent certaines notions, notamment en lien avec les compétences informationnelles des jeunes.

Mots clés : Pratiques informationnelles, littératie numérique, natifs du numérique, jeunes adultes, opinions, questions politiques, actualités, influence.

INTRODUCTION

Les réseaux sociaux numériques occupent une place dominante dans la vie de la majeure partie de la population mondiale. Il est difficile d'imaginer qu'il y a à peine vingt ans, ces plateformes n'existaient tout simplement pas. Pouvez-vous concevoir notre réalité actuelle sans ces outils qui ont radicalement transformé le paysage de l'information et des relations? Les réseaux sociaux numériques sont devenus des canaux essentiels pour la communication, la diffusion de l'information et l'interaction sociale, redéfinissant ainsi notre manière de vivre, de nous informer et d'interagir avec le monde qui nous entoure.

En 2025, un constat indéniable s'impose : les réseaux sociaux numériques sont désormais une composante incontournable de la vie quotidienne pour un grand nombre de personnes. En février 2025, selon la dernière analyse du *Digital 2025 Global Overview Report*, 5.24 milliards de personnes sont des utilisateurs des réseaux sociaux numériques, soit 63.9% de la population mondiale.¹ Ce chiffre ne cesse de croître au fil des années, reflétant l'évolution constante des réseaux sociaux numériques et des outils du web. Il est devenu difficile de compter le nombre de nouvelles plateformes qui émergent chaque année, chacune disant offrir des expériences particulières aux utilisateurs.

Nous pouvons également voir, à travers les années, que les réseaux sociaux ont pris une place importante dans la sphère politique. En effet, « la transformation des rapports entre les gouvernants et gouvernés suit la même trajectoire que celle de l'évolution des réseaux sociaux. » (Richaud, 2017, p.30) L'arrivée de Facebook en 2004 et de Twitter en 2006 « ont fait naître des réseaux sociaux fondés sur l'écrit virtuel et le partage d'informations textuelles constituant dès lors un espace contestataire puissant. » (Ibid) Ainsi, c'est par la croissance fulgurante de l'utilisation des réseaux sociaux que les instances politiques ont utilisé ces nouveaux modes de communication dans leurs campagnes électorales. Internet et les réseaux sociaux sont devenus des canaux pour s'informer sur la politique pour de nombreux individus, tous âges confondus. Aujourd'hui, tous les

¹ We are social., Meltwater. (2025, Février). *Digital 2025 : global overview report*. <https://wearesocial.com/en/blog/2025/02/digital-2025-the-essential-guide-to-the-global-state-of-digital/>

partis politiques ainsi que les personnalités politiques elles-mêmes ont désormais une omniprésence sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram ou désormais TikTok) afin de se rapprocher considérablement des électeurs.

C'est à travers une expérience professionnelle en politique provinciale que j'ai commencé à me poser quelques questions au sujet des réseaux sociaux et de la formation des opinions. En effet, en ayant déjà un intérêt marqué pour la politique ainsi que pour la communication, j'ai eu la chance de travailler dans le cabinet d'un parti politique lors des dernières élections provinciales de 2022. En ayant constaté cette relation entre l'information politique transmise sur les réseaux sociaux et les processus électoraux, j'ai senti le désir d'explorer comment nous utilisons ces plateformes et comment elles influencent la formation de nos opinions politiques. J'ai donc rapidement envisagé de réaliser une recherche qui va dans ce sens.

C'est dans cette optique de mettre en œuvre une démarche approfondie qui a pour but de comprendre de manière plus nuancée et scientifique comment les jeunes de 18 et 25 ans de niveau maîtrise s'informent en ligne sur les profils et instances politiques, que ma question de recherche s'est développée. Ainsi, dans le cadre de cette recherche, je tenterai de comprendre ***de quelle manière les jeunes âgés de 18 et 25 ans, s'informent-ils par les réseaux sociaux, sur des questions politiques, en période électorale.*** J'ai choisi de concentrer cette recherche chez les jeunes âgés de 18 à 25 ans et ayant un niveau d'étude équivalent à une maîtrise, car cette population s'informe en très grande partie sur les réseaux sociaux, tout en étant le groupe d'âge qui exerce le moins son droit de vote². C'est également la tranche d'âge souvent qualifiée de « natifs du numérique », et où l'idéologie est généralement qu'elle possède des compétences informationnelles homogènes et élevées en matière de littératie numérique.

Ce mémoire se divise en cinq chapitres structurés en trois sections clés : les pratiques informationnelles, la littératie numérique et l'opinion personnelle. Chacune de ces dimensions est cruciale pour comprendre comment les jeunes étudiants à la maîtrise ou diplômés de ce cycle, âgés de 18 à 25 ans utilisent les réseaux sociaux numériques pour s'informer sur les questions politiques

² Élections Québec. (2023). *Participation électorale aux élections générales du 3 octobre 2022*. Élections Québec. <https://www.electionsequbec.qc.ca/notre-institution/recherche-projets-etudes-et-sondages/participation-electorale-aux-elections-generales-du-3-octobre-2022/>

et comment ces dites pratiques participent ou non à la formation de leurs opinions en contexte électoral.

Le premier chapitre de ma recherche s'articule autour de la problématique et englobe l'ensemble du contexte relatif aux réseaux sociaux. Cette section me permet de réaliser une revue de la littérature approfondie sur mes trois notions centrales, soit les pratiques informationnelles, la littératie numérique et l'opinion personnelle. Je clarifie ces concepts essentiels de ma recherche en apportant des nuances et des précisions, tout en esquissant un tableau global de ces éléments. De plus, dans ce chapitre, je présente un état du contexte politique au Québec, ainsi qu'un portrait de l'usage des réseaux sociaux numériques par les jeunes ainsi que dans les campagnes électorales, tout en abordant les effets sur l'opinion personnelle. Cette analyse contextuelle m'aide à mieux appréhender la réalité québécoise en ce qui concerne les réseaux sociaux et le processus électoral, tout en mettant en évidence des points clés pour ma recherche. L'ensemble de ces éléments conduisent vers la formulation de ma question de recherche et de mes questions spécifiques.

Le deuxième chapitre de ma recherche est consacré au cadre théorique. Dans cette section, j'approfondis mes trois principales dimensions : les pratiques informationnelles, la littératie numérique et l'opinion personnelle. Tout d'abord, j'aborde en détail les pratiques informationnelles et la culture numérique des jeunes. Je déconstruis par la suite le concept de « natif du numérique » en établissant des liens avec la littératie numérique, permettant ainsi une compréhension approfondie de ces concepts interdépendants. Je termine en définissant les facteurs qui influencent la formation de l'opinion personnelle, en abordant des aspects, tels que les croyances, les interactions, l'entourage, les groupes sociaux, entre autres. De plus, j'explore la notion de prédispositions en relation avec la formation de l'opinion personnelle.

Dans le troisième chapitre, je présente la méthodologie choisie pour la recherche. J'aborde ma stratégie de recherche qui est démarche qualitative inductive composée d'une approche compréhensive et interprétative. Je m'attarde également à la justification de mon choix d'échantillonnage ainsi qu'à ma méthode de collecte de données choisie, soit les entretiens individuels semi-dirigés. Enfin, j'aborde toute la question de la collecte de donnée ainsi que des aspects éthiques liés à la méthode.

Le quatrième chapitre présente les résultats qui ont émergé de ma stratégie de recherche, soit de mes entretiens. En suivant les principes de l'analyse générale inductive, j'ai pu identifier des six catégories à la suite des 201 extraits d'entretien analysés et décortiqués. Ces six principales catégories m'ont permis de mettre en lumière 17 sous-catégories qui détaillent davantage les résultats sortant de ma méthodologie.

Finalement le cinquième chapitre est consacré à la discussion de mes résultats. Dans ce chapitre, je reviendrai sur les concepts et les éléments mis de l'avant dans les deux premiers chapitres de cette recherche afin de les mettre en relation avec mes résultats. Ces discussions permettront de répondre à mes questions de recherche établies en amont et d'établir les limites de mon étude.

CHAPITRE I

REVUE DE LITTÉRATURE

Dans ce chapitre, je dresse un premier portrait de mon problème de recherche. Tout d'abord, je présente un portrait du contexte politique québécois pour ensuite aborder la question des pratiques informationnelles de jeunes adultes. J'aborde également la question de l'opinion publique et de la formation de l'opinion personnelle et je pose mes questions de recherche.

1.1 Mise en contexte

Aujourd'hui considérés comme indispensables, puisque plus de 5 milliards de personnes les utilisent dans le monde, Internet et les réseaux sociaux jouent des rôles cruciaux dans plusieurs sphères de notre société, notamment sur la scène de la communication politique. « Le développement des technologies de l'information et de la communication (TIC) et particulièrement celui d'Internet et des médias sociaux a connu une croissance extrêmement rapide par rapport aux technologies précédentes, telles que la télévision et la radio. » (Ben Mansour, 2017, p.3) Les réseaux sociaux numériques se sont développés rapidement et favorisent aujourd'hui la communication et l'accès à l'information. Ces plateformes constituent désormais « des sources et des outils de partage d'informations qui pourraient avoir contribué à transformer la façon dont les individus s'informent, discutent et se forment une opinion. » (Latz-Toth et al., 2017, p.44).

L'ascension fulgurante des réseaux sociaux numériques a donc donné lieu à de nombreuses études sur le sujet, mais peu illustrent pleinement l'impact réel de ces derniers sur la formation des opinions sur les questions politiques chez les jeunes et en particulier au Québec. En effet, il existe une très vaste littérature au sujet des réseaux sociaux et de la communication politique. Toutefois, « la vaste majorité des études sur l'impact de l'internet pour la politique se concentre sur l'influence de l'internet sur la participation politique et civique. » (Duguay, 2019, p.35) Ainsi, « le lien de cause à effet entre les réseaux sociaux et les comportements politiques n'est pas si bien établi scientifiquement, même dans le cas des fausses nouvelles. » (Venne, 2019) J'ai aussi remarqué que peu de recherches abordent précisément l'influence de réseaux sociaux sur les opinions des jeunes adultes. Pourtant, les recherches concernant l'influence générale d'Internet et des réseaux sociaux

sur les jeunes sont exhaustives : sur leurs usages en général (Balley, 2017), sur leur potentiel d'inclusion (Normand et al., 2016), sur leur potentiel de contestation (Millette, 2011) ou encore sur leurs attitudes générales à l'égard de la politique. (Duguay, 2020) J'ai également remarqué que les études déjà produites sur le sujet sont souvent associées à un mouvement social, comme le mouvement social des gilets jaunes en France (Souillard et al., 2020) ou encore pendant la grève étudiante de 2012 au Québec. (Latz-Toth et al., 2017)

De plus, « l'expansion de l'usage de l'Internet a donné naissance à de nouvelles plateformes et de nouveaux types de communications interpersonnelles dont l'évolution rapide transforme constamment les formes potentielles d'influence sur la politique. » (Duguay, 2020, p.72). De nombreux auteurs se sont également intéressés à la façon dont les instances politiques ont ajusté leurs stratégies avec l'apparition de ces nouvelles plateformes. (Verville, 2012 ; Dubois, 2019 ; Verville et Giasson, 2011 ; Suty, 2020 ; Fassassi, 2017)

Au Québec, où des élections provinciales ont eu lieu en octobre 2022 et que des élections fédérales se sont terminées au printemps dernier, peu de travaux se sont concentrés sur l'usage politique des réseaux sociaux par les jeunes. Pourtant, la majorité, voir la totalité des candidats ont utilisé ces plateformes pour communiquer avec leurs électeurs. Est-ce que ces plateformes ont participé à la formation de l'opinion de la jeunesse québécoise ? Comment les jeunes se sont-ils informés sur les différentes questions politiques ? Pour développer ces questions et expliquer clairement la démarche qui m'a mené à vouloir étudier l'impact des pratiques informationnelles numériques des jeunes sur l'opinion, je propose, dans les parties suivantes de ce chapitre, quelques éléments essentiels issus de la littérature pour mieux cerner mes questionnements de recherche. L'objectif de cette recherche est donc d'observer et de documenter afin de mieux comprendre comment les jeunes s'informent sur les questions politiques, sur les réseaux sociaux et comment ces pratiques influencent leurs opinions en période électorale.

1.2 Définition du terme « jeune »

Encore aujourd'hui, « il n'existe pas de véritable consensus sur la tranche d'âge à prendre en compte lorsqu'on utilise le terme *jeune*, mais la plupart des travaux scientifiques qui emploient ce terme

utilisent la fourchette 15-24 ans. »³ Il s'agit notamment de la définition officielle de l'Organisation des Nations Unies, et aussi de la tranche d'âge la plus souvent utilisée par l'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE). En effet, « l'Organisation des Nations Unies – sans préjudice de toute autre définition proposée par les États Membres – considère que le jeune est une personne âgée de 15 à 24 ans⁴. »

La littérature emploie également régulièrement le terme *jeune adulte* qui désigne généralement les plus de 18 ans. « Cette catégorie est parfois même étendue dans certaines études (Statistique Canada, 2011; INSEE, 2022) à 29 ans »⁵. La littérature qualifie aussi de *jeunes* l'ensemble des moins de 25 ans: « on regroupe alors les enfants (approximativement les 0-11 ans), les adolescents (11-17 ans) et les jeunes adultes (18-24 ans)⁶. » Néanmoins, « la définition opérationnelle et les nuances à apporter à l'expression *les jeunes* varient d'un pays à l'autre, selon des facteurs socioculturels, institutionnels, économiques et politiques.⁷ »

Au Québec, le gouvernement emploie généralement le terme *jeune* pour désigner les individus âgés entre 15 et 29 ans⁸. Pour ma part, dans cette recherche, j'entendrai les *jeunes* comme des individus âgés de 18 et 25 ans.

1.3 Contexte politique québécois

Au Québec, toute personne de plus de 18 ans et ayant la citoyenneté canadienne peut utiliser son droit de vote. Ce dernier a été accordé aux personnes de 18 ans et plus par une loi sanctionnée le 10 juillet 1963. Les 18 ans et plus ont donc pu exercer leur droit de vote pour la première fois lors des élections partielles du 5 octobre 1964, puis lors des élections générales du 5 juin 1966⁹. Au

³ Centre d'observation de la société (2021, 25 janvier). *Jeunes*. Centre d'observation de la société. <https://www.observationsociete.fr/definitions/jeunes/>

⁴ Nations Unies. (s.d) *Questions thématiques jeunes*. Nation Unies. <https://www.un.org/fr/global-issues/youth>

⁵ Centre d'observation de la société (2021, 25 janvier). *Jeunes*. Centre d'observation de la société. <https://www.observationsociete.fr/definitions/jeunes/>

⁶ *Ibid.*

⁷ Nations Unies. (s.d) *Questions thématiques jeunes*. Nation Unies. <https://www.un.org/fr/global-issues/youth>

⁸ Gouvernement du Québec. (2021). *Vitrine statistique sur les jeunes de 15 à 29 ans*. Statistique Québec. <https://statistique.quebec.ca/vitrine-15-29-ans/#/population>

⁹ Élections Canada. (2021, 24 septembre). *Nouveaux électeurs-Jeunes*. Élections Canada. <https://www.elections.ca/content.aspx?section=res&dir=rec/part/yth&document=index&lang=f>

Québec, les 18-35 ans représentent un groupe non négligeable de l'électorat québécois. En effet, « ces derniers représentent près de 28 % de l'ensemble de la population en âge de voter, ce qui en fait une clientèle de choix pour les partis politiques provinciaux. » (Rettino-Parazelli, 2018)

Autant chez les jeunes que la population en générale, on constate que le taux de participation des citoyens est en baisse depuis de nombreuses années. « Cette tendance s'observe d'élection en élection, autant au Québec qu'au Canada, et même dans toutes les démocraties occidentales. » (Blais, 2022) Aux élections provinciales de 2018, c'est 66,45%¹⁰ de la population qui a utilisé son droit de vote. Aux élections provinciales de l'automne 2022, c'est 66,15%¹¹ de la population, soit seulement deux Québécois sur trois. On constate que le taux de participation des jeunes est encore plus faible que l'ensemble de la population de la province. « En 2022, environ 54% des individus de moins de 35 ans ont voté. Il s'agit d'un écart de plus de 20 points de pourcentage par rapport au taux du groupe d'âge de 65 à 74 ans.¹² » Les jeunes peuvent théoriquement avoir un poids politique considérable, mais ils sont moins nombreux que le reste de la population québécoise à exercer leur droit de vote (Ibid.)

Plusieurs aspects peuvent expliquer le désintéressement des jeunes électeurs au fil des années. Parmi les raisons, on peut notamment noter que « les jeunes ne se reconnaissent pas dans les différents décideurs/partis politiques ; qu'ils ont l'impression que leur vote ne changera rien, peu importe leur choix ; qu'ils n'ont pas trouvé un parti qui correspond à leurs valeurs ; qu'ils manquent de confiance envers le système ou les représentants politiques, ou encore qu'ils trouvent que tous les partis politiques se ressemblent et ne respectent pas leurs engagements.¹³ »

En 2022, La Presse a demandé à la firme Ipsos de sonder les 18-25 ans sur leur engagement social et politique. Ce sondage web a été reconduit auprès de 500 Québécois, mais cette fois, âgés entre

¹⁰ Élections Québec. (2022). *Résultats des élections générales du 1^{er} octobre 2018*. Élections Québec. <https://www.electionsquebec.qc.ca/resultats-et-statistiques/resultats-generales/2018-10-01/>

¹¹ Élections Québec. (2022). *Résultats des élections générales provinciales 2022*. Élections Québec. <https://www.electionsquebec.qc.ca/resultats-et-statistiques/resultats-elections-generales-provinciales-en-direct/>

¹² Élections Québec. (2023). *Participation électorale aux élections générales du 3 octobre 2022*. Élections Québec. <https://www.electionsquebec.qc.ca/notre-institution/recherche-projets-etudes-et-sondages/participation-electorale-aux-elections-generales-du-3-octobre-2022/>

¹³ Institut du Nouveau Monde. (2018, septembre). *Le vote des jeunes*. [Atelier-discussion]. Institut du Nouveau Monde. https://ftq.qc.ca/wp-content/uploads/2018/09/BGodin-INM_Vote-jeunes_Camp-jeunes-2018.pdf

18 et 30 ans. Les données du sondage ont démontré que « les jeunes électeurs se disent intéressés par la politique canadienne (63%), québécoise (59%) et municipale (45%), mais seulement 14% des 18-30 ans estiment que les partis politiques portent beaucoup d'attention aux enjeux qui les intéressent. Parmi les enjeux électoraux qui touchent davantage les jeunes, on compte : la santé (33%), l'économie (25%), l'environnement (25%) et l'éducation (23%).¹⁴ »

Toutefois, l'engagement politique des 15-35 ans est à la hausse par rapport à 2013, d'après une étude de l'Institut de la statistique du Québec, réalisée en 2020. Cet engagement s'exprime notamment par leur participation à des manifestations et par la signature de pétitions. » (Bérubé, 2024) En effet, les jeunes s'intéresseraient davantage aux enjeux politiques qu'à la politique « traditionnelle » dite électorale. Dans ce sens, les jeunes se sentent davantage interpellés lorsque vient le temps de s'exprimer ou défendre des enjeux qui les tiennent à cœur, tels que les enjeux environnementaux ou ceux liés aux inégalités sociales, par exemple. On observe ainsi un désintéressement à l'égard des processus électoraux, plutôt qu'une indifférence envers les causes politiques elles-mêmes. Cette distinction sera intéressante à observer lors de ma collecte de données. Les réponses de mes participants confirmeront-elles que les jeunes semblent désintéressés aux processus électoraux, mais démontrent-ils toutefois un intérêt marqué pour les causes politiques et les enjeux sociaux?

1.4 Émergence des réseaux sociaux numériques

Avant d'aborder les pratiques informationnelles des jeunes adultes, il est important de creuser un peu sur l'émergence des réseaux sociaux eux-mêmes.

L'avènement d'internet vers la fin des années 1980, ainsi que la massification des outils informatiques, ont provoqué une grande transformation dans nos manières de communiquer, d'interagir et de partager des informations.

C'est à partir de cet essor d'internet que les réseaux sociaux numériques ont fait leur apparition. Ces plateformes ont évolué au fil des années pour devenir les réseaux que nous utilisons

¹⁴ Simard, Valérie. (2022, 10 avril). Sondage- les jeunes et la politique : Écoutez-nous! *La Presse*. <https://www.lapresse.ca/contexte/2022-04-10/sondage-les-jeunes-et-la-politique/ecoutez-nous.php>

aujourd'hui. On attribue à Sixdegrees le titre de tout premier réseau social à présenter les caractéristiques et fonctionnalités typiques des réseaux sociaux modernes. Ensuite, des géants tels que MySpace, Facebook, Twitter, LinkedIn ont suivi, chacun apportant de nouvelles façons de faire dans cet univers. Plus récemment, des plateformes comme Twitch, Instagram ou TikTok ont enrichi encore davantage le paysage des réseaux sociaux, en diversifiant les expériences et les façons d'interagir pour les utilisateurs du monde entier.

Selon Reguer (2009, p.9-10) :

Les réseaux sociaux numériques (...) participent à relier les individus, les organisations (...) favorisant le partage des connaissances, le développement des identités numériques, l'échange d'idées, de valeurs, (...). Il s'agit de nouveaux moyens de diffusion d'informations intégrant des dimensions à la fois technologiques, virales et sociales, permettant de créer et de diffuser tout type de contenu dans un réseau numérique ouvert ou fermé.

À leurs débuts, les réseaux sociaux numériques avaient pour but de connecter les individus via des plateformes en ligne, créant ainsi des communautés virtuelles. Mais avec le temps, ces plateformes ont transformé l'expérience des utilisateurs, offrant des fonctionnalités variées qui ont grandement changé la manière dont nous transmettons l'information, communiquons et interagissons. En effet, ces évolutions ont eu un impact significatif, en redéfinissant les normes de communication. Les utilisateurs ne se contentent plus de consommer des informations ; ils deviennent également créateurs et diffuseurs de contenu. Cela a mené à une montée de la participation citoyenne en ligne, mais aussi à des défis comme la désinformation (fakes news.)

D'ailleurs, comme le souligne Touhami (2021, p6) :

Les réseaux sociaux « ont apporté un grand changement au niveau de la transmission de l'information et ont offert de nouvelles possibilités de communication. L'individu disposera alors de nouveaux moyens de s'exprimer, de réagir, de témoigner, de soutenir, de débattre, de partager, d'écouter et d'être écouté, etc. La communication devient interactive, individuelle et personnalisée, tandis que l'accès à l'information se réalise n'importe où, sans délai, hors du lieu et hors du temps.

Depuis leur avènement les réseaux sociaux ne cessent de gagner en popularité, particulièrement chez les jeunes. Avant de discuter des usages et des pratiques informationnelles des jeunes à l'ère

d'aujourd'hui, penchons-nous brièvement sur les pratiques informationnelles de cette génération avant internet.

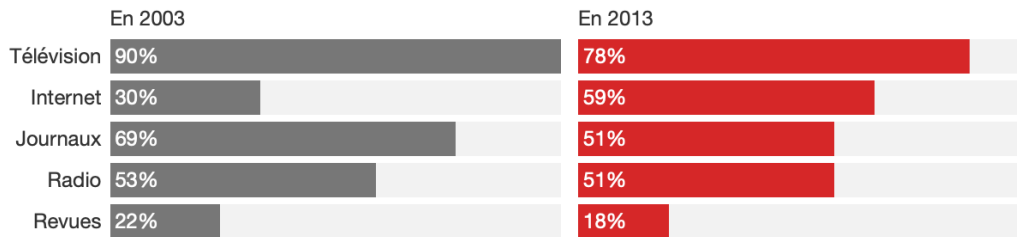
1.4.1 Pratiques informationnelles avant internet

Avant l'avènement d'Internet et des réseaux sociaux, les pratiques informationnelles étaient largement dominées par les médias traditionnels, notamment la télévision, la radio et la presse écrite. Ces canaux constituaient les principales sources d'information, aussi bien pour les adultes que pour les jeunes. La consultation de l'actualité se faisait souvent à des moments précis de la journée : les journaux du matin, les bulletins radio à heure fixe, ou encore les nouvelles télévisées du soir.

Toutefois, au début des années 2000, on constate un changement important dans les manières de s'informer, notamment par la diversification des supports pour se tenir informés. En effet, « La généralisation de l'accès à Internet au sein des foyers, la démocratisation des équipements numériques et la diversification des canaux d'information ont, d'une part, conduit à une diffusion et à une circulation beaucoup plus rapide de l'information et, d'autre part, elles ont eu un impact sur les usages de la télévision et de la radio. » (Louguet, 2003, p.2) Désormais, l'information est accessible à tout moment, sur une multitude de supports numériques. Cette transformation a profondément modifié les habitudes d'information des individus, en particulier chez les jeunes générations, qui délaissent massivement les médias traditionnels pour se tourner vers les plateformes en ligne.

Selon les données de Radio-Canada, entre 2003 et 2013 (voir la figure 1), on observe un déclin marqué de l'utilisation des médias traditionnels au profit des nouvelles plateformes numériques chez les Canadiens.

Figure 1 - Type de média utilisé pour lire l'actualité en 2003 et 2013 par les Canadiens selon Radio-Canada¹⁵



Même si la télévision reste la plateforme privilégiée par les Canadiens en 2013, il reste qu'internet devance grandement les autres plateformes d'informations. C'est d'ailleurs ce que Giroux et al ont exprimé :

La cadence des changements dans les pratiques d'information s'est accélérée depuis 2011 à un point tel que les modes numériques devancent maintenant l'écran de télévision, tant au regard du nombre quotidien d'utilisateurs que du temps qu'ils y passent en moyenne pour s'informer. Les médias écrits (quotidiens, hebdomadaires et magazines) ainsi que la télévision jouent maintenant un rôle plus modeste. (Giroux et al. 2017)

Dans cette optique, la multiplication des sources d'information et l'émergence d'un modèle où l'information est gratuite (par les réseaux sociaux) modifie la capacité des citoyens à rester informés sur leur environnement. « Historiquement, la presse écrite était traditionnellement considérée comme le principal média façonnant les opinions, contrairement à la radio et à la télévision qui se concentraient davantage sur le divertissement. Toutefois, avec les réseaux, nous constatons une diversification tant des sources d'information que des formes d'expressions d'opinions. » (Le Hay et al., 2011, p.49)

1.5 Usages des réseaux sociaux numériques par les jeunes adultes

Selon l'étude CEFRIO 2023 sur l'actualité en ligne, les réseaux sociaux et les balados, 78% des adultes du Québec ont utilisé un ou plusieurs réseaux sociaux en 2023¹⁶. Chez les 18-24 ans, on note que 85% d'entre eux sont des utilisateurs des réseaux sociaux. Parmi les adultes québécois

¹⁵ Radio-Canada. (2016, 16 février). Les Canadiens s'informent moins qu'avant et plus sur internet. *Radio-Canada*. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/765337/actualite-statistique-canada-habitudes-canadiens>

¹⁶ CEFRIO. (2023). *Actualités en ligne, réseaux sociaux et balados*. [Enquête NETendance] 14(3). <https://transformation-numerique.ulaval.ca/wp-content/uploads/2023/12/netendances-2023-actualites-en-ligne-reseaux-sociaux-et-balados.pdf>

utilisateurs des réseaux sociaux, 80% sont à l'université¹⁷. En 2023, les adultes de 18 à 24 ans et les adultes de 25 à 34 ans passent en moyenne plus de temps sur les réseaux sociaux que les adultes des autres générations avec respectivement 4 heures et 17 minutes et 4 heures et 38 minutes.¹⁸

Parmi les réseaux sociaux les plus utilisés pour le loisir, chez les jeunes adultes âgés de 18-24 ans, Facebook (80%) et YouTube (84%) reste toujours dans les plateformes les plus utilisées par ces derniers.¹⁹ Toutefois, dans cette toute nouvelle étude, on constate que la plateforme TikTok est venue prendre sa place en occupant la 2^e place des réseaux sociaux utilisés avec un pourcentage de 83% chez les 18-24 ans, suivi par Instagram à 73%.²⁰ Il va dans le même sens avec l'utilisation des réseaux sociaux lié avec le travail.

Il est également fort intéressant de constater, grâce à cette étude, que parmi les adultes québécois qui utilisent les réseaux sociaux, les 18-24 ans utilisent ces plateformes principalement pour : regarder des vidéos et écouter de la musique (89%), discuter et envoyer des messages (79%), rester en contact avec ses amis et ses proches (77%) et lire sur les nouvelles et les actualités (60%). Pour les utilisateurs universitaires, lire sur les nouvelles et les actualités se retrouve au 2^e rang (55%) après rester en contact avec ses amis et ses proches (64%).²¹

Tableau 1- Représentation du pourcentage d'utilisateur de réseaux sociaux qui ont mentionné suivre l'actualité ou les nouvelles par rapport à leur tranche d'âge selon l'étude CEFRIO 2023.

Groupes d'âge	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et +
Lire les nouvelles et les actualités	60%	64%	50%	49%	39%	36%	35%

¹⁷ CEFRIO. (2023). *Actualités en ligne, réseaux sociaux et balados*. [Enquête NETendance] 14(3).
<https://transformation-numerique.ulaval.ca/wp-content/uploads/2023/12/netendances-2023-actualites-en-ligne-reseaux-sociaux-et-balados.pdf>

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ *Ibid.*

²¹ *Ibid.*

On constate que les jeunes de 18 à 34 ans s’informent davantage sur les réseaux sociaux que les générations plus âgées. D’un point de vue lié aux sources d’information utilisées pour s’informer sur les nouvelles et les actualités, l’enquête a révélé que 70% des adultes québécois de 18-24 ans utilisent les réseaux sociaux comme principale source, suivi par la télévision (62%) et les sites web offrant du contenu d’information (42%).²²

Dans une optique plus politique, comme mentionné précédemment, les jeunes de 18 à 35 ans représentent un électorat important du Québec, mais ces derniers restent beaucoup moins nombreux à exercer leur droit de vote que d’autres catégories d’âge. Toutefois, ils ont une très grande présence en ligne comparativement aux personnes de 55 ans et plus selon les données du CEFRIO 2023²³.

Tableau 2 - Comparaison du tableau sur le taux d’utilisation des réseaux sociaux par les adultes québécois en 2023 selon l’étude CEFRIO avec le taux de participation à l’élection fédérale de 2019 selon Élections Canada.

Groupes d’âge	Taux d’utilisation des réseaux sociaux par les adultes québécois en 2023	Taux de participation à l’élection générale fédérale de 2019 (spécifiquement dans la province du Québec) ²⁴
18-24 ans	85%	60,1%
25-34 ans	93%	61,2%
35-44 ans	90%	67,1%
45-54 ans	86%	69,7%
55-64 ans	74%	76,2%
65-74 ans	64%	80,9%
75 ans et plus	40%	65,5%

²² CEFRIO. (2023). *Actualités en ligne, réseaux sociaux et balados*. [Enquête NETendance] 14(3). <https://transformation-numerique.ulaval.ca/wp-content/uploads/2023/12/netendances-2023-actualites-en-ligne-reseaux-sociaux-et-balados.pdf>

²³ *Ibid.*

²⁴ Élections Canada, (2021, 13 avril). *Évolution de la participation par province et territoire entre les élections générales de 2015 et de 2019*. (Figure 11, tableau 1) [Jeu de données]. <https://www.elections.ca/content.aspx?section=res&dir=rec/eval/pes2019/vtsa2&document=p1&lang=f>

Le taux d'utilisation des médias sociaux numériques semble donc inversement proportionnel à celui du taux de participation électorale.

Maintenant que j'ai dressé un portrait de l'usage des réseaux sociaux des jeunes adultes québécois, il est pertinent d'aller explorer leurs pratiques informationnelles.

1.6. Pratiques informationnelles des jeunes adultes

Un constat est régulièrement rapporté lors qu'on parle des pratiques informationnelles des jeunes adultes : les jeunes délaissent les médias traditionnels et se concentrent sur les contenus diffusés sur les réseaux sociaux.

De manière générale les jeunes auraient moins tendance à s'informer de façon générale que leurs parents. Bien que les données rapportées dans la section précédente démontrent que les jeunes utilisent les réseaux sociaux pour s'informer, il reste qu'à peine un tiers d'entre eux jettent un œil aux nouvelles au moins une fois par jour.

En effet, dans un sondage réalisé sur le web par la firme léger, il a été démontré que seulement 5% des Québécois reconnaissent ne jamais suivre l'actualité. Lorsqu'on s'intéresse aux jeunes, ce pourcentage augmente à 10%²⁵. Toujours selon ce sondage, parmi les Québécois de 18-34 ans, seulement 37% s'informent de manière quotidienne.²⁶

Selon Philippe Léger, « Les jeunes s'informent non seulement moins, ils s'informent différemment. Il y a encore une partie non négligeable des jeunes qui s'informent encore avec la télé. Mais encore là, l'écart est très important entre les plus vieux et les jeunes. »²⁷

En effet, même si les bulletins de nouvelles diminuent en « popularité » chez l'entièretré des tranches d'âges, il reste qu'ils sont la principale source d'informations des Québécois plus âgés. Selon l'étude, 85% des répondants de 55 ans et plus affirment avoir regardé un journal télévisé au

²⁵ Paré, Étienne. (2024, 21 mars). Les jeunes Québécois s'informent peu. *Le Devoir*.
<https://www.ledevoir.com/culture/medias/809420/jeunes-quebecois-vont-peu-quete-nouvelles?>

²⁶ Ibid

²⁷ Ibid.

moins une fois dans la dernière semaine. Chez les jeunes adultes de 18 à 34 ans, ce pourcentage s'élève à peine à 38%.²⁸

Toutefois, les jeunes restent plus attachés à la radio, car 56% des jeunes de 18 à 34 ans disent avoir écouté la radio en direct pour s'informer au moins une fois dans la semaine.²⁹

Une donnée qui n'est pas étonnante quant aux pratiques informationnelles des jeunes est l'utilisation des sites web et des applications qui sont les principales sources d'informations chez les jeunes adultes. Dans le même ordre d'idée 37% des 18 à 34 ans disent cependant avoir pris leurs informations par des sources qui ne sont pas des médias traditionnels sur les réseaux sociaux, tel que des influenceurs.³⁰

Le tableau ci-dessous compare les sources d'information utilisées par les 18-24 ans et les 65-74 ans, révélant des différences dans les sources utilisées pour s'informer. Les jeunes adultes privilégient les réseaux sociaux (62%) et les sites web d'information (30%), tandis que les citoyens plus âgés favorisent la télévision (78%) et la radio (31%).³¹

Tableau 3 - Comparaison du taux d'utilisation des sources d'informations utilisés par les adultes âgés de 18-24 ans avec le taux d'utilisation des sources d'information utilisés par les 65-74 ans selon l'étude CEFRIO 2023.

Sources d'informations	18-24 ans	65-74 ans
Télévision	36%	78%
Sites web offrant des contenus d'information	30%	39
Réseaux sociaux	62%	15%
Radio	17%	31%
Applications mobiles d'informations	13%	27%

²⁸ Paré, Étienne. (2024, 21 mars). Les jeunes Québécois s'informent peu. *Le Devoir*.
<https://www.ledevoir.com/culture/medias/809420/jeunes-quebecois-vont-peu-quete-nouvelles?>

²⁹ Ibid.

³⁰ Ibid.

³¹ CEFRIO. (2023). *Actualités en ligne, réseaux sociaux et balados*. [Enquête NETendance] 14(3).
<https://transformation-numerique.ulaval.ca/wp-content/uploads/2023/12/netendances-2023-actualites-en-ligne-reseaux-sociaux-et-balados.pdf>

Presse écrite	10%	22%
Forums de discussions, blogues ou wikis	17%	0%

Dans ce sens, on constate qu'il y a une différence générationnelle dans les sources d'informations priorisées par les différentes générations. Mais qu'arrive-t-il lorsque l'un des réseaux sociaux utilisés pour s'informer ne permet plus de publier des nouvelles sur sa plateforme? Je développe sur l'impact du blocage des nouvelles par Meta dans la section suivante.

1.6.1 Blocage des nouvelles sur Facebook

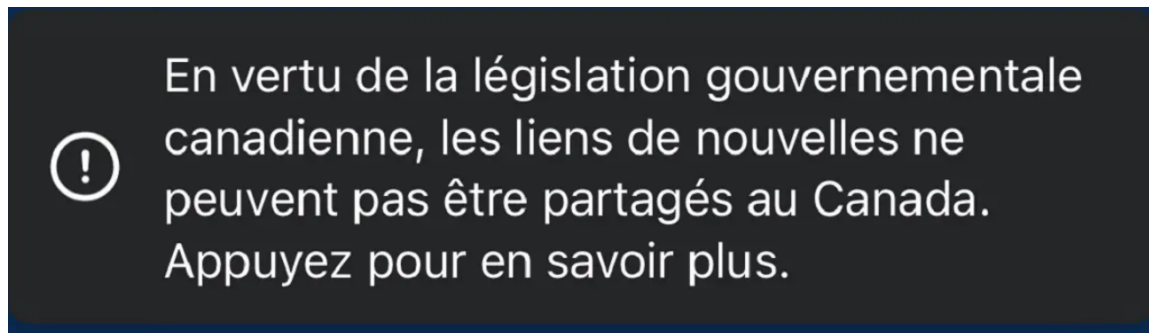
En septembre 2023, la multinationale Meta, regroupant les plateformes Facebook et Instagram, a supprimé la possibilité de publier des nouvelles sur ses applications au Canada. Cette décision est en réponse de la Loi sur les nouvelles en ligne (C-18), entrée en vigueur en août 2023. Selon Éducaloi :

Cette loi vise à rétablir l'équité entre les grandes plateformes numériques et les producteurs de nouvelles, afin de favoriser un marché de l'information numérique canadien équitable et viable pour les entreprises de presse. En d'autres termes, elle oblige les plateformes en ligne à rémunérer équitablement les médias qui génèrent des nouvelles, en raison des revenus publicitaires qu'elles génèrent.³²

En réponse à cette loi, Meta a choisi de bloquer le partage de nouvelles sur ses plateformes au Canada. Un message d'erreur apparaît désormais sur la plateforme (voir la figure 2.) Depuis août 2023, les Canadiens ne peuvent donc plus partager d'articles d'actualités sur Facebook et Instagram.

³² Éducaloi. (2024, 12 septembre). Un an de blocage médiatique sur les plateformes de Meta | Actualités. *Éducaloi*. <https://educaloi.qc.ca/actualites-juridiques/un-an-de-blocage-mediatique-sur-les-plateformes-de-meta/>.

Figure 2 - Message d'erreur apparaissant lorsqu'un internaute essaie de partager une nouvelle sur les plateformes de Meta.



Source : (Éducaloi, 2024)

Bien qu'il existe des moyens de contourner ce blocage des nouvelles par Meta, il a néanmoins bouleversé les habitudes des internautes, notamment ceux qui utilisaient Facebook comme source principale d'information. Selon une étude du CEFRIO 2023, 29 % des adultes du Québec ont dû changer leurs habitudes pour s'informer en raison de cette mesure. Plus précisément, parmi les 18-24 ans, 63 % ont déclaré avoir modifié leurs habitudes, et 59 % des 25-34 ans ont rapporté un changement similaire.³³(voir le tableau 4)

Tableau 4 - Pourcentage des adultes Québécois par tranche d'âge affirmant avoir dû changer d'habitudes pour s'informer en ligne à la suite du blocage par META selon l'étude CEFRIO 2023.

18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans	75 ans et plus
63%	59%	27%	29%	18%	10%	9%

On remarque que les pourcentages liés au changement d'habitudes sont beaucoup plus élevés chez les 18-34 ans. Cette tranche d'âge a dû modifier davantage sa manière de s'informer, en se tournant vers la télévision ou les sites web des médias directement. Les générations plus âgées, en revanche, semblent avoir apporté beaucoup moins de changements à leurs habitudes, probablement parce qu'elles consomment initialement davantage des médias traditionnels.

³³ CEFRIO. (2023). *Actualités en ligne, réseaux sociaux et balados*. [Enquête NETendance] 14(3). <https://transformation-numerique.ulaval.ca/wp-content/uploads/2023/12/netendances-2023-actualites-en-ligne-reseaux-sociaux-et-balados.pdf>

Le blocage des nouvelles par Meta sera à observer dans les réponses données par les participants à mon étude. Je pourrai ainsi constater si oui ou non ce blocage a eu un impact sur les pratiques informationnelles des jeunes participants à mon étude et voir vers quelles plateformes les participants se sont retournés pour trouver leurs informations sur l'actualité et/ou la politique.

1.7 Littératie numérique et déconstruire l'idée des pratiques propre à une génération

Comme constaté plus haut, les pratiques informationnelles de jeunes adultes de 18-25 ont largement contribué au développement de compétences numériques.

Dans sa définition la plus simple, la littératie numérique désigne « la capacité d'un individu à comprendre et utiliser l'information au moyen des technologies : accéder à des ressources et des informations en ligne, les comprendre et les utiliser, communiquer avec les autres, gérer ses comptes et ses informations personnelles en toute sécurité, etc.³⁴ »

En plus de ces compétences, « on s'attend généralement à ce qu'une personne soit en mesure d'utiliser plusieurs outils de communication (messages texte, courriel, clavardage, réseaux sociaux, vidéoconférence), sache distinguer une information fiable d'une fausse information, puisse remplir un formulaire en ligne, trouver un itinéraire, etc³⁵. »

Le professeur Yoram Eshet-Alkalai, a développé un cadre conceptuel qui propose cinq types de littératie numérique (Eshet,2004 – Tableau 5).

³⁴ CDEACF. (s.d.). *Littératie numérique*. Le Centre de documentation sur l'éducation des adultes et la condition féminine. <https://cdeacf.ca/dossier/litteratie-numerique>

³⁵ *Ibid.*

Tableau 5 - Cadre conceptuel proposé par Yoram Eshet-Alkalai pour représenter les cinq types de littératie numérique

Photo-visuel literacy	<i>Permet de décoder et comprendre facilement les messages visuels.</i>
Reproduction literacy	<i>La capacité de créer un travail ou une interprétation significative, authentique et créative.</i>
Branching literacy	<i>La capacité à développer un système de pensées multidimensionnel (ce qui induit un bon sens de l'orientation dans les espaces numériques)</i>
Information literacy	<i>Englobe les compétences cognitives utilisées par les consommateurs pour évaluer l'information de manière construite et efficace.</i>
Socio-emotional literacy	<i>La capacité à tirer profit des avantages de la communication numérique et à éviter les pièges du cyberspace.</i>

Dans ce cadre qu'il a développé, je m'intéresserai particulièrement au quatrième point, soit l'information literacy (compétences informationnelles) pour ma démarche de recherche. Les compétences informationnelles sont définies par *l'Association of college and research libraries* comme « un ensemble de compétences nécessitant aux individus de reconnaître quand l'information est nécessaire et d'avoir la capacité de localiser, évaluer et utiliser efficacement l'information requise.³⁶»

Bien que la littératie numérique soit désormais considérée comme une composante de la littératie selon l'UNESCO³⁷, ce n'est pas tout le monde qui possède la même littératie numérique. C'est

³⁶ Association of College and Research Libraries. (2000). *Information Literacy Competency Standards for Higher Education*. <http://www.ala.org/acrl/sites/ala.org/acrl/files/content/standards/standards.pdf>

³⁷ UNESCO (2008). The global literacy challenge. Rapport publié par l'UNESCO. Repéré à <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163170e.pdf>

dans cette optique que je vais déconstruire, dans le prochain chapitre, la notion de natif du numérique.

En effet, à travers le temps, « il y a eu plusieurs appellations données aux jeunes nés dans les années 90 au moment où les réseaux sociaux et internet ont émergé : Net generation (Tapscott, 1998), Digital natives (Prensky, 2001) ou encore Millenials (Oblinger, 2005.) » (Boubée, 2011, p.2) Cette notion désigne l'idée que les générations ayant grandi avec les technologies numériques, notamment Internet, les téléphones cellulaires et les réseaux sociaux, auraient développé une aisance naturelle avec ces outils et posséderaient, par conséquent, les mêmes compétences pour naviguer et utiliser ces plateformes de manière adéquate. Toutefois, il s'agit d'une affirmation que je critiquerai dans le prochain chapitre. En effet, « il y aurait plus de différences entre les individus d'une même génération qu'entre les individus de générations différentes, ce qui exige de bien comprendre l'expérience et les habitudes des apprenants avec les technologies.³⁸ » Toute cette idée de natif du numérique sera déconstruite dans le prochain chapitre.

1.8 Usage des réseaux sociaux numériques dans les campagnes électorales

Les réseaux sociaux, et en particulier Facebook, ont modifié nos habitudes de consommation médiatique. Facebook constitue aujourd'hui une plateforme très populaire et représente le réseau social le plus utilisé dans le monde.

L'utilisation des plateformes comme Facebook, Twitter, YouTube et maintenant TikTok lors des élections ou dans des mouvements politiques a déjà fait l'objet de nombreuses études en communication politique. En effet, plusieurs recherches se sont concentrées sur l'influence de Facebook dans diverses campagnes électorales à travers le monde : dans l'élection présidentielle de 2018 au Mexique (Glowacki et al., 2018), durant l'élection présidentielle américaine de 2008 (Scott et al., 2010), ou encore durant l'élection partielle de 2015 en Croatie. (Bagić Babac et Podobnik, 2018)

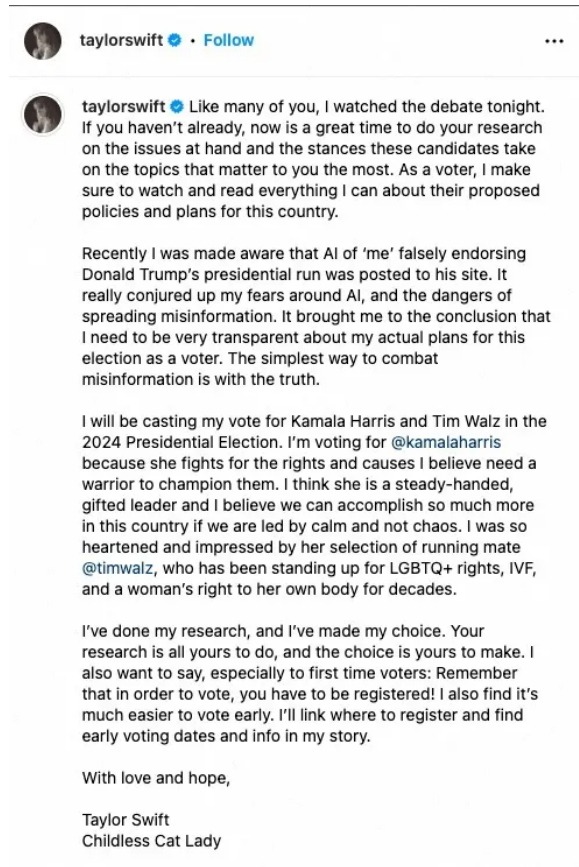
³⁸ Observatoire sur la réussite en enseignement supérieur. (s.d). Résultat : Natifs du numérique, tous pareil? *Observatoire sur la réussite en enseignement supérieur.* <https://www.oresquebec.ca/articles-de-veille/resultats-natifs-du-numerique-tous-pareils/>

Ces études ont notamment souligné la transition des campagnes traditionnelles vers les réseaux sociaux numériques, ainsi que leur possible efficacité pour orienter l'opinion publique. L'étude de Glowacki et al. a, pour sa part, démontré que l'un des politiciens dominait la conversation sur Twitter en publiant quatre fois plus de contenu quotidien que ses adversaires et que moins d'un pour cent des informations et actualités politiques partagées sur Facebook proviennent des pages officielles des candidats et des partis.

En somme, les recherches montrent clairement que les réseaux sociaux numériques occupent désormais une place centrale dans les campagnes électorales, transformant les stratégies politiques et influençant de manière significative la circulation de l'information.

Un excellent exemple très actuel de l'usage des réseaux sociaux dans les campagnes électorales est l'élection présidentielle de l'automne 2024 aux États-Unis. Les candidats ont utilisé massivement ces plateformes pour promouvoir leur campagne, en employant un éventail de stratégies numériques. Des publications régulières sur Facebook, des échanges et discussions sur X (anciennement Twitter), et des vidéos sur la plateforme tendance TikTok ont permis d'atteindre un large public, notamment les jeunes électeurs. Sans oublier l'impact des nombreuses personnalités publiques qui ont publiquement soutenu les différents candidats sur les réseaux sociaux, un exemple représentatif est celui de la chanteuse Taylor Swift, suivie par plus de 283 millions de personnes sur Instagram, qui a exprimé son soutien à la candidate démocrate Kamala Harris (voir la figure 3). Ce type de soutien, largement relayé sur des plateformes comme Instagram, Twitter et dans les médias partout à travers le monde, a permis de mobiliser des électeurs, particulièrement les jeunes, en mettant en lumière l'engagement des célébrités dans le processus politique et en amplifiant leur influence auprès de leurs millions d'abonnés.

Figure 3- Publication Instagram de la chanteuse Taylor Swift qui endosse publiquement la candidate démocrate Kamala Harris.



Source : Profil Instagram de Taylor Swift

En date du 8 novembre 2024, la publication avait atteint près de 12 millions de j'aimes sur Instagram.

Des exemples comme les élections américaines de 2024 qui crée de grandes polémiques à travers le monde sont généralement beaucoup plus documentées que les campagnes électorales au Québec. Ainsi, avec peu de travaux sur le sujet, c'est dans cette optique de création de savoirs que j'aborderai cette recherche.

1.9 Quels effets sur l'opinion ?

L'opinion, sa constitution et son évaluation, est un concept central des sciences politiques et de la communication. Cette notion occupe également une place importante dans le discours médiatique,

en ligne ou non. L'opinion a suscité de nombreuses études qui ont notamment tenté de comprendre sa formation et ses principales manifestations (Habermas, 1962 ; Bourdieu, 1973; Lippmann, 1922; Sunstein, 2001; Quéré, 1990; Tarde, 1901.) Ces études ont par ailleurs rappelé que « l'opinion publique doit être comprise, sans être substantialisée, comme un phénomène complexe et difficilement appréhendable, constitué de multiples entités aux positionnements souvent contradictoires et parfois conflictuels ». (Carlino et Mabi, 2015) Ainsi, la formation de l'opinion ne peut être dissociée des conditions dans lesquelles les individus accèdent à l'information et interagissent avec elle.

Dans cette optique, nous savons que les pratiques informationnelles des jeunes sont largement influencées par l'omniprésence des technologies numériques, en particulier les réseaux sociaux et les moteurs de recherche. Ces outils facilitent l'accès à une multitude d'informations, mais engendrent également des pratiques où les jeunes consomment, partagent et ajustent continuellement l'information en fonction de leurs interactions et de leurs recherches. Cette circulation rapide d'informations peut avoir un impact significatif sur la formation de l'opinion, en particulier dans le contexte des bulles de filtres³⁹ où les individus sont confrontés principalement à des contenus qui renforcent leurs croyances préexistantes. Les effets de ce phénomène sont multiples, notamment qu'il favorise la polarisation des opinions ou encore qu'il renforce des stéréotypes. En conséquence, l'opinion des jeunes peut devenir moins nuancée, plus fragmentée et plus susceptible d'être influencée par des sources qui ne remettent pas en question leur vision du monde.

1.9.1 Des médias aux réseaux sociaux : critique des bulles

L'essor des réseaux sociaux numériques et la multiplication de ces plateformes ont provoqué divers phénomènes que nous avons pu observer sur ces plateformes. Parmi ceux-ci, on note qu'à cette ère numérique, l'accès à l'information serait grandement influencé par les algorithmes des réseaux sociaux et créerait des bulles de filtre.

³⁹ Office Québécois de la langue française. (2017). Bulle de filtres. Dans Vitrine linguistique. Récupéré le 14 novembre 2025 de https://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=26543634

Ce terme mis de l'avant par Eli Pariser désigne

Le phénomène où l'ensemble des informations personnalisées qui sont présentées à un internaute par les moteurs de recherche et les réseaux sociaux à partir de données collectées à son sujet, ne l'exposant ainsi qu'aux informations pour lesquelles il a déjà démontré de l'intérêt. (Office Québécois de la langue française, 2017)

Cela signifie que l'utilisateur est exposé principalement à des contenus correspondant à ses intérêts préexistants, limitant ainsi sa diversité d'informations. Selon Pariser, ces algorithmes agissent comme des filtres, triant les informations de manière à privilégier celles qui renforcent les convictions de l'individu⁴⁰.

Les algorithmes des réseaux sociaux agissent comme des filtres et engendrent ce qu'on a nommé des bulles de filtres. L'utilisateur à l'intérieur d'une telle bulle obtient de l'information triée à son insu en fonction de son activité sur un réseau. L'accessibilité accrue aux informations correspondant aux opinions des individus fait que ces derniers sont moins exposés à des opinions différentes des leurs. (Mutz et Martin, 2001)

Bien que cette personnalisation puisse grandement améliorer l'expérience des utilisateurs, il reste que les algorithmes des réseaux sociaux les orientent principalement vers des contenus qui renforcent et amplifient nos convictions et nos opinions, allant même à nous limiter l'accès à des faits qui contredisent les contenus auxquels les individus auraient été préalablement exposés.

Toutefois, le concept développé par Pariser a été critiqué par plusieurs chercheurs des sciences sociales. En effet, selon André Gunthert, dans son texte *Et si on arrêta avec les bulles de filtres*, défend l'idée que les réseaux sociaux, à travers la sélection, ne modifient seulement un très faible pourcentage (1%) de l'exposition aux contenus.⁴¹ Ce dernier ramène également l'idée de Dominique Cardon qui affirmait que nos choix relationnels, tels que nos amis et nos abonnements, jouent un rôle plus déterminant que l'algorithme lui-même. « La bulle, c'est nous qui la créons. Par

⁴⁰ Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. New York: Penguin Press.

⁴¹ Gunthert, André. (2016, 13 novembre.) Et si on arrêta avec les bulles de filtre? *L'image sociale; Le carnet de recherches d'André Gunthert*. <https://imagesociale.fr/3666>

un mécanisme typique de reproduction sociale. Le vrai filtre, c'est le choix de nos amis, plus que l'algorithme de Facebook. » (Cardon, cité dans Gunthert, 2016)

Ainsi, bien que les bulles de filtre soient un phénomène observable sur les réseaux sociaux, il est essentiel de comprendre qu'elles ne résultent pas uniquement des algorithmes, mais aussi de nos choix personnels et de la manière dont nous interagissons avec ces plateformes. Je pourrai donc observer les effets des interactions sociales lors de mes entretiens pour mieux saisir d'où proviennent les influences sur l'opinion de mes participants.

1.9.2 L'opinion est-elle publique?

L'opinion est définie comme une « manière de penser sur un sujet ou un ensemble de sujets, jugement personnel que l'on porte sur une question, qui n'implique pas que ce jugement soit obligatoirement juste. » (TLFI, s.d.). L'expression désigne également « le processus par lequel se forment l'ensemble des jugements portés publiquement sur un sujet donné ainsi que les groupes d'individus qui y prennent part ». (Carlino et Mabi, 2015) La littérature est assez vaste quant à la formation de l'opinion publique (Noelle-Neumann, 1974 ; Gans, 1979 ; Sunstein, 2001 ; Le Bouteur, 2015; Lippmann. 1922; Lasswell, 1927). Ces nombreux auteurs, issus de domaines différents, se sont intéressés aux influences de la réception de l'information, aux effets de la persuasion, aux dynamiques de l'environnement social, à l'impact des médias de masse et à de nombreux autres aspects qui influencent la formation de l'opinion.

Cependant, l'opinion « fait référence à deux choses qui sont généralement confondues, soit l'opinion proprement dite ou individuelle (ensemble des jugements) et la volonté générale ou comme processus social (ensemble des désirs). » (Tarde, 1901) Dans le premier sens, Tarde (1901) considère l'opinion comme un jugement sur une question donnée et qui implique les croyances, valeurs, émotions, etc. de l'individu. Dans le deuxième sens, l'opinion est plutôt considérée comme un processus social qui implique la communication et l'interinfluence entre les individus. La distinction est donc établie entre l'opinion personnelle (expression de la subjectivité personnelle) et l'opinion dite publique (produit de l'interaction des individus dans une société.)

Dans ce même ordre d'idées, Quéré (1990, p.38) souligne que « l'opinion est une évaluation construite à partir de jugements et s'inscrivant dans la perspective (le point de vue et le sens) que lui donne son locuteur. On ne peut séparer l'opinion de son auteur ni la considérer comme *vraie* ou non, puisque l'opinion repose sur un régime de vérité qui lui est propre. » Dans cette idée, l'opinion se forme parce que l'individu l'exprime. Ainsi, comme mentionné précédemment, l'opinion, selon Quéré, représente le contraire du savoir. En effet, selon lui, le savoir et l'opinion représente deux notions distinctes et souvent confondues. Le savoir, qui est basé sur des faits véritables et scientifiques est contraire à la notion d'opinion qui est plutôt une évaluation subjective ou un jugement. Dans ce sens le passage du savoir à l'opinion repose, au niveau individuel, sur un processus linguistique spécifique. Ce passage s'observe par l'effacement des verbes tels que « je trouve », « j'estime que », ou « je pense que » qui sont propres à l'expression de l'opinion.

Dans nos démocraties occidentales, depuis des décennies maintenant, la notion d'opinion publique renvoie généralement à « la somme des opinions individuelles de l'ensemble des citoyens, ou encore à l'opinion de la majorité. » (Bouthillette, 2009, p.1). L'opinion publique est ainsi un élément fondamental des systèmes démocratiques. « Dans une démocratie, le pouvoir et l'influence ne sont pas simplement un acquis : ils sont obtenus par la concurrence et les conflits entre groupes. Les groupes les plus importants sont souvent les partis politiques qui se battent pour conquérir l'opinion publique afin de gagner des mandats et de légitimer leur activité politique. » (Leeper et Slothuus, 2014, p.129). Dans ce sens, les campagnes électorales visent à convaincre l'opinion publique pour appuyer un parti ou bien une candidature. Comme le souligne le Regroupement d'intérêt scientifique en démocratie et participation, « une véritable compétition caractérise le processus de détermination du choix et de la formation de l'opinion dominante majoritaire en faveur d'une certaine orientation, d'une candidature.⁴² »

Cependant, Bourdieu a remis en question cette idée de l'opinion publique en mentionnant que « cette conception naïvement réaliste s'est peu à peu imposée une approche artificialiste qui conçoit l'opinion publique comme un artefact construit à des fins de légitimation politique. » (Kaufmann, 2002, p.50). Avec l'avènement d'Internet et des médias sociaux, la notion d'opinion publique est

⁴² Démocratie et participation - Regroupement d'intérêt scientifique. (s.d) *La confrontation outil de formation de l'opinion*. Démocratie et participation - Regroupement d'intérêt scientifique. <https://www.participation-et-democratie.fr/la-confrontation-outil-de-formation-de-l-opinion>

aussi à repenser. Comme mentionné, ces espaces numériques ont élargi les moyens par lesquels les gens peuvent partager et recevoir des informations. (Lazkt-Tho et al., 2017) L'opinion publique deviendrait ainsi, en ligne, l'ensemble des échanges, des discussions, des débats, des partages d'informations et d'opinions sur les plateformes de réseaux sociaux numériques.

Bien qu'il soit très intéressant de se pencher sur l'opinion publique au vu des questionnements soulevés par mon projet de recherche, c'est uniquement l'opinion personnelle dont je traiterai ici, afin de montrer la part de pratiques et de littératie que sa constitution implique.

1.10 Questions de recherche

À la lumière de ce qui a été présenté dans ce chapitre, il est évident que les réseaux sociaux numériques jouent un rôle crucial dans la vie des jeunes Québécois, favorisant l'interaction, la collaboration et la création de contenu. Bien que nous ne comprenions pas encore pleinement comment les pratiques des jeunes sur ces plateformes influencent la formation de l'opinion personnelle, il est indéniable qu'elles exercent une influence significative dans la manière dont les jeunes adultes âgés de 18 à 25 ans s'informent en ligne sur les questions politiques. Les habitudes de recherche d'information en ligne ainsi que le niveau de compétence numérique des individus jouent également un rôle crucial dans ce processus. Ainsi, dans le but de mieux comprendre les pratiques numériques de jeunes et de constater l'effet sur leurs opinions personnelles, ma recherche a pour objectif de comprendre et de mettre en lumière comment les jeunes s'informent en ligne sur les questions politiques. Pour atteindre cet objectif, je tenterai de répondre à cette question :

- **Comment les jeunes, âgés entre 18 et 25 ans, s'informent-ils sur les questions politiques, sur les réseaux sociaux numériques, en période électorale?**

À partir des éléments mentionnés plus haut ainsi que de la question de recherche, j'ai formulé trois questions de recherche spécifiques :

1. Comment les compétences informationnelles numériques des jeunes participent-elles à s'informer sur les questions politiques ?
2. Quelles écologies de pratiques développent-ils pour s'informer ?

3. Comment le résultat de ces pratiques participe ou non à la formation de leur opinion sur les questions politiques?

1.11 Pertinence de la recherche

1.11.1 Sociale

Sur le plan social, plusieurs recherches s'accordent sur le fait que les réseaux sociaux numériques sont venus bousculer nos façons de faire traditionnelles, notamment nos façons de s'informer, tant positivement que négativement. D'un point de vue social, les résultats de cette recherche permettront de mieux comprendre cet enjeu de société. Bien cerner les pratiques informationnelles des jeunes adultes sur les réseaux sociaux permettra de documenter et approfondir les connaissances déjà existantes sur le sujet. Cela me permettra également de mieux comprendre ce qui stimule l'expression de l'opinion personnelle des jeunes de 18 à 25 ans. Cette recherche fera aussi sans doute émerger d'autres savoirs pertinents socialement relatifs à cette question de recherche et ainsi explorer les nombreuses avenues offertes par les réseaux sociaux numériques.

1.11.2 Scientifique

D'un point de vue scientifique, les réseaux sociaux jouent désormais un rôle important dans la sphère politique, mais certaines choses sont encore à élucider dans ce qui a trait à son influence sur les opinions par rapport aux questions politiques. Il est clair que les réseaux sociaux ont changé la donne dans les campagnes électorales, mais il n'y a que très peu d'études de leur impact sur les électeurs ou dans le monde politique en général. Questionner ce lien en contexte québécois est l'un des autres éléments de pertinence de cette recherche. Les réseaux sociaux numériques offrent des façons plus simples et rapides de rejoindre les individus, et dans un contexte politique, les électeurs. Certes, ces outils portent aussi des enjeux et des défis particuliers. La pertinence scientifique, dans le cas de cette recherche, réside donc dans la façon de poser un nouveau regard afin de discuter ces défis et enjeux. Cela permettra de favoriser la production de savoirs et de connaissances plus profondes l'influence des réseaux sociaux et des pratiques informationnelles des jeunes adultes québécois

CHAPITRE II

CADRE THÉORIQUE

Ce second chapitre est consacré à la présentation des concepts retenus pour étudier la question des pratiques informationnelles et de leur impact sur les opinions des jeunes adultes. Certains des principes et des idées évoqués précédemment ont été mentionnés dans le chapitre précédent, mais ils seront examinés de manière plus approfondie dans cette section pour établir le cadre conceptuel essentiel à l'analyse et à l'interprétation des résultats de ma recherche.

2.1 Pratiques informationnelles

Les pratiques informationnelles « sont des procédures, des manières de faire sur et avec l'information (recherche, évaluation, exploitation, traitement, stockage, diffusion) permettant à une activité, par exemple professionnelle, de se dérouler. » (Gardiès et al, 2012, p.4) De nombreuses études, notamment en sociologie ou en communication, se sont intéressées à comprendre et à distinguer les concepts d'usage et de pratiques informationnelles. « S'intéresser aux pratiques, et pas seulement aux usages, c'est s'interroger sur le sens donné par l'acteur lui-même à l'utilisation d'un dispositif informationnel. » (Aillerie, citée dans Moreau Bevilacqua, 2020)

Dans le cadre de ce travail, je m'intéresserai principalement à la définition élaborée par Latzko-Toth et al. (2017) qui définit cette notion comme « les pratiques individuelles de consommation, mais aussi de production et de mise en circulation de contenus en lien avec l'actualité, principalement en matière d'enjeux sociopolitiques. En d'autres termes, la notion de pratique informationnelle renvoie donc ici « aux manières de s'informer des individus, mais aussi aux pratiques consistant à disséminer cette information. » (Latzko-Toth et al, 2017, p.46)

Dans ma collecte de données, il sera donc important de s'intéresser à la manière dont les jeunes adultes âgés de 18 à 25 ans mobilisent les réseaux sociaux non seulement pour accéder à l'information politique, mais aussi pour la partager, l'interpréter ou même la produire. Mon

approche permettra de mieux comprendre comment ces pratiques informationnelles influencent leurs opinions sur les questions politiques et, ultimement, leur participation électorale.

2.1.1 Culture numérique des jeunes

Tel qu'élaboré dans le premier chapitre, plusieurs études abordent le rapport qu'entretiennent les jeunes avec les réseaux sociaux (Balley, 2017; Millette, 2011; Duguay, 2020). On recense aussi des auteurs qui s'intéressent particulièrement à leurs pratiques informationnelles sur ces réseaux (Livingstone, 2002; Buckingham, 2007; Boyd, 2014; Bennett et Robards, 2014; Jenkins, 2006). Lorsque les notions de pratiques informationnelles et de consommation médiatique sont abordées, il arrive fréquemment que la notion de culture numérique le soit également, puisque « les outils numériques ont un impact sur la culture juvénile » (Dauphin, 2012 p.3).

Fluckiger (2008, p.51), d'après Serge Proulx (2002), propose une définition de *culture numérique* comme « l'ensemble de valeurs, connaissances, pratiques qui impliquent l'usage d'outils informatisés, pratiques de consommation culturelle, médiatique, de communication et d'expression de soi ». La culture numérique joue ainsi un rôle essentiel dans la construction identitaire des jeunes.

Les pratiques d'information et la culture numérique des jeunes sont façonnées par divers facteurs, tels que leur âge, leur éducation et leur milieu socio-économique. Selon plusieurs, notamment Marc Prensky qui a publié un essai en 2001 intitulé *Digital Natives, Digital Immigrants*⁴³, les jeunes auraient tendance à être plus à l'aise avec la technologie ainsi que les technologies numériques que les générations plus âgées. Ils seraient également plus susceptibles d'utiliser une variété d'outils et de plateformes numériques pour accéder à l'information, la partager et la créer. Toutefois, cette image n'est pas du tout exacte. En effet ce ne sont pas tous les jeunes qui ont la même littératie numérique. Je déconstruirai cette idée dans la section suivante.

⁴³ Prensky, Marc (2001, 5 octobre). *Digital Natives, Digital Immigrants*. MCB University Press, 9(5).
<https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>

2.1.2 Pratiques informationnelles des jeunes

Plusieurs enquêtes démontrent que les réseaux sociaux sont de plus en plus cités comme mode d'information chez les jeunes. (Entraygues, 2017) On peut notamment penser à l'enquête du CEFRIO 2023, présentée dans le premier chapitre de ce de mémoire. En termes de pratiques informationnelles, les jeunes sont plus enclins à utiliser les moteurs de recherche et les réseaux sociaux pour trouver des informations, mais cela les rend plus vulnérables à la désinformation. Ils doivent donc trouver des façons, à travers leurs pratiques informationnelles, d'évaluer la qualité de leurs sources.

« Les étudiants universitaires, en particulier, sont confrontés à l'augmentation constante des ressources d'information, ce qui constitue un défi majeur les obligeant à être capables d'identifier leur besoin d'information, de rechercher cette information, puis de l'évaluer avant de l'utiliser. » (Soung, 2015, p.5) Ce défi oblige les étudiants à « développer des compétences de littératie numérique pour pouvoir exploiter de la bonne manière cesdites ressources. » (Duplâa, 2011)

Mais ce ne sont donc pas nécessairement tous les jeunes qui vont développer les mêmes compétences informationnelles et avoir les mêmes pratiques informationnelles. C'est donc dans cette optique de critique de l'homogénéité que j'aborde la notion de littératie numérique : les pratiques informationnelles en ligne, notamment celles pouvant participer à la formation d'une opinion sur une question politique, dépendent autant des environnements numériques que des compétences pour leurs usages et de la culture numérique de chacun.

2.1.3 Déconstruire cette idée de natif numérique

L'une des principales caractéristiques de la culture numérique des jeunes est leur utilisation intensive des réseaux sociaux faisant d'eux de soi-disant natifs du numérique. Puisqu'ils ont grandi avec la technologie et sont donc plus susceptibles d'être à l'aise et compétents dans l'utilisation d'outils et de plateformes numériques.⁴⁴

⁴⁴ Office Québécois de la langue française. (2004). Natif numérique. Dans *Vitrine linguistique*. Récupéré le 20 janvier 2023 de <https://vitrinelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/fiche-gdt/fiche/8358516/natif-numerique>

Cette idée de « natifs du numérique » introduite par Prensky (2001) tend à faire croire que les jeunes ont tous la même connaissance et maîtrise du monde numérique. Toutefois, « les pratiques informationnelles des jeunes sont ainsi marquées par leur hétérogénéité. Si les jeunes utilisent les mêmes outils, ils ne les exploitent pas de la même manière. » (Aillerie, citée dans Moreau Bevilacqua, 2020). Les auteurs Latzko-Toth et al ont d'ailleurs réalisé une recherche en 2017 qui étudie l'usage des médias sociaux et des pratiques informationnelles des jeunes Québécois (sur Facebook) pendant la grève étudiante de 2012. À la lumière des résultats obtenus, ils ont réfuté les deux idées préconçues suivantes (Latzko-Toth et al, 2017, p.48) :

- « L'idée que la *génération Internet* des 15-25 ans formerait une cohorte homogène quant à ses pratiques numériques ;
- La perception selon laquelle les individus appartenant à ce groupe d'âge auraient une aisance quasi innée dans l'utilisation des médias numériques, dont ils feraient un usage plus riche et diversifié que leurs aînés. »

C'est dans cette optique que j'aborderai ma recherche et ma collecte de données. En effet, comme Sylvie Octobre (2019) l'explique, il faut « saisir les différentes dimensions des inégalités numériques à travers cette même génération ». Pour l'auteure, « il s'agit autant de fractures technologiques ou socio-économiques liées aux conditions d'accès que de fractures sociologiques ou psychologiques liées aux usages culturels. » (Ibid. p.49)

Ainsi, ce ne sont pas tous les jeunes qui ont les mêmes pratiques et compétences informationnelles ainsi que la même attitude face aux différents réseaux sociaux. Ce sera dans cette optique que je constituerai mon échantillon. Je prendrai des individus ayant sensiblement le même parcours afin de saisir au mieux de possibles « fractures » au sein d'une même génération.

2.2 La notion de littératie numérique

L'UNESCO caractérise la littératie numérique comme « la capacité d'accéder à l'information, de la gérer, de la comprendre, de l'intégrer, de la communiquer, de l'évaluer et de la créer de manière sécuritaire et appropriée à l'aide des technologies numériques. » (UNESCO, 2025.) Au Québec, la littératie numérique prend une place importante en raison de la croissance des technologies

numériques et de sa présence dans toutes les sphères dans la vie des individus (personnelle, professionnelle et même scolaire.)

Les compétences de base en littératie numérique au Québec sont de savoir utiliser au moins un appareil, de savoir créer, conserver et classer des documents, télécharger des applications, de pratiquer les opérations les plus courantes en ligne, d'utiliser plusieurs outils de communication, de savoir distinguer une information fiable d'une fausse information, etc.⁴⁵

Dans cette optique, il est important de considérer la littératie numérique comme une pratique. En effet, « l'objectif de la littératie numérique est de donner aux individus les moyens d'accéder à l'information et de les inciter à s'interroger sur les médias qu'ils utilisent et consomment, à les remettre en question et (lorsqu'ils le souhaitent) à s'y opposer⁴⁶. »

Le Centre canadien d'éducation aux médias et de littératie numérique a mis en place quatre principes fondamentaux pour la littératie numérique⁴⁷ :

- « **Accéder**, qui signifie être capable d'accéder aux appareils afin d'utiliser et de consommer des médias numériques et de trouver du contenu à l'aide d'outils comme des moteurs de recherche, des bases de données, des wikis et des services de diffusion en continu.
- **Utiliser**, qui signifie avoir les compétences techniques nécessaires pour utiliser les outils numériques et médiatiques, comme les appareils photo, les ordinateurs, les appareils mobiles, les logiciels et les plateformes virtuelles.
- **Comprendre**, qui signifie réfléchir de manière critique à la façon dont les médias sont créés et dans quel but, examiner l'impact des médias sur nous et la société, et réfléchir à la façon dont nous utilisons les outils numériques et médiatiques.

⁴⁵ CDEACF. (s.d.). *Littératie numérique*. Le Centre de documentation sur l'éducation des adultes et la condition féminine. <https://cdeacf.ca/dossier/litteratie-numerique>

⁴⁶ Centre Canadien d'éducation aux médias et de littératie numérique. (s.d.). *Qu'est-ce que la littératie aux médias numériques*. Le Centre Canadien d'éducation aux médias et de littératie numérique. <https://habilomedias.ca/litteratie-numerique-et-education-aux-medias/informations-generales/principes-fondamentaux-de-la-litteratie-aux-medias-numeriques/qu'est-ce-que-la-litteratie-aux-medias-numeriques>

⁴⁷ *Ibid.*

- **S'engager**, qui signifie utiliser les médias numériques de manière efficace et responsable en vue de participer à nos communautés en ligne et hors ligne en tant que citoyens engagés et responsables. »

C'est d'ailleurs sur ce cadre que je m'appuierai pour construire mon guide d'entretien. Les quatre principes fondamentaux seront les grands thèmes clés qui guideront la conversation avec les participants que je questionnerai en vue d'aller chercher mes résultats.

2.2.1 Mesurer les compétences informationnelles

La Norme sur les compétences informationnelles dans l'enseignement supérieur⁴⁸ a mis en place un cadre qui met en évidence les cinq compétences informationnelles essentielles :

1. « Déterminer l'étendue d'information dont il a besoin;
2. Accéder à l'information dont il a besoin de façon efficace et efficiente;
3. Faire une évaluation critique de l'information et de ses sources et d'intégrer l'information dans son réseau de connaissances;
4. Utiliser l'information efficacement pour atteindre un objectif spécifique;
5. Comprendre les questions économiques, juridiques et sociales entourant l'utilisation de l'information, d'accéder à l'information et de l'utiliser de façon éthique et conformément à la loi. »

Dans le cadre de ma recherche, ces compétences sont particulièrement importantes, puisqu'elles influencent directement la manière dont les jeunes s'informent sur les enjeux politiques via les réseaux sociaux. En les mesurant, il sera possible de mettre en lumière les variations de compétences au sein même de la tranche d'âge ciblée, mais aussi de mieux comprendre la capacité des jeunes adultes à naviguer dans cet environnement informationnel. S'intéresser aux compétences informationnelles offrira également des pistes pour évaluer dans quelle mesure ces

⁴⁸ CREPUQ. (2005). Normes sur les compétences informationnelles dans l'enseignement supérieur de l'Association of College and Research Libraries. https://www.umoncton.ca/umcm-bibliotheque-champlain/files/umcm-bibliotheque-champlain/wf/wf/pdf/Norme_sur_les_competchences_informationnelles_0.pdf

compétences peuvent façonner, renforcer ou ébranler leurs opinions politiques, notamment en période électorale.

2.3 L'opinion personnelle

La formation des opinions personnelles et les processus qui influencent cette construction sont au cœur de nombreuses recherches. Toutefois, « jusqu'à présent, les recherches ne nous disent pas dans quelle mesure les processus de formation de l'opinion ont réellement lieu sur les réseaux sociaux et nous ne pouvons pas encore prédire ces processus, et encore moins leurs conséquences. » (Burbach et al., 2020, p.2) On constate toutefois que les réseaux sociaux favorisent l'accès à l'information, informent la population en temps réel et augmentent le nombre d'émetteurs. Dans ce sens, les réseaux sociaux sont devenus des vecteurs importants d'influence dans la formation des opinions des usagers.

Burbach et al. (2020, p.1) ont par ailleurs démontré que :

Les utilisateurs se forgent également des opinions sur la base des informations et des contributions disponibles sur les réseaux sociaux. Tout en recherchant des informations et en les intégrant dans leur formation d'opinion, les utilisateurs ne sont plus seulement des destinataires passifs d'informations sur les réseaux sociaux en ligne, mais diffusent également activement leurs propres opinions. Ainsi, la diffusion de nouvelles informations augmente et un plus large éventail d'opinions est exprimé.

Ce constat rejoint les travaux de plusieurs sociologues ayant étudié la formation des opinions, notamment Herbert Blumer (1948), qui, par la perspective de l'interactionnisme symbolique, souligne le rôle de l'interaction sociale et de la communication dans la formation des opinions. Selon Blumer (Ibid.), les individus se forment des opinions par le biais de leurs interactions avec les autres, car ils sont exposés à des perspectives et des idées différentes. Pierre Bourdieu, un sociologue qui a aussi étudié la formation des opinions, soutient que les opinions des individus sont façonnées par leur position sociale et économique dans la société. Selon Bourdieu (1973), la classe sociale, l'éducation et la profession des gens influencent la façon dont ils perçoivent et comprennent le monde, et donc les opinions qu'ils ont. Enfin, certains sociologues ont également étudié le rôle des médias dans la formation de l'opinion, soutenant que les médias y jouent un rôle

majeur en sélectionnant et en mettant certaines informations et perspectives. (Lippmann, 1922; Gans, 1979; Iyengar et Kinder, 1987; Pariser, 2011; Noelle-Neuman, 1974.)

Dans ce sens l'opinion personnelle est formée par une combinaison d'attitudes et de croyances individuelles, mais également par des facteurs externes, tels que les réseaux sociaux. Certaines études (Lazarsfeld, 1948; Katz, 1955; Rogers, 1962) ont également montré que les citoyens se forment souvent des opinions en fonction de la dynamique de groupe et des normes sociales, comme les opinions de leurs amis et des membres de leur famille, ou encore les points de vue dominants de la communauté ou de la société dans laquelle ils vivent. Mais quoi qu'il en soit, « l'étape de la discussion est reconnue par tous comme une phase essentielle dans la construction des savoirs et la formation des opinions. » (Eveland, Dylko, 2007; cité dans Granjon et Le Foulgloc, 2007, p.28)

Selon Tarde, les individus sont influencés par les opinions et les comportements des autres. Ainsi, les discussions et les interactions contribuent à façonner les opinions individuelles et à les partager dans un groupe. L'opinion publique/générale est donc la somme des opinions personnelles qui se mêlent dans un processus complexe à travers des interactions, des dynamiques ou des influences.

2.3.1 Formation de l'opinion personnelle et politique

La formation de l'opinion personnelle est un processus complexe qui repose sur plusieurs facteurs (Katz et Lazarsfeld, 1955 ; Alloing, 2016) :

- « Un système de croyances interne au sujet (aspects biographiques et expérientiels)
- Justification primaire (je vois) et secondaire (norme)
- Témoignages (les différents discours ou la restitution de ceux-ci)
- Discussion (diffusion d'information par le biais d'un média ou converger les discussions au sein d'un groupe)
- L'environnement social joue un rôle essentiel dans le développement des opinions et des attitudes: famille, amis, quartier, lieu de travail, communauté religieuse ou école. Les individus adaptent généralement leurs attitudes pour se conformer à celles qui sont les plus répandues dans les groupes sociaux auxquels ils appartiennent. Ces liens sont également

souvent responsables de la façon dont les individus ont accès à l'information. (Dodds et Watts, 2007; Asch, 1951; Kelman, 1958; Irving, 1972; etc.). »

Au niveau du groupe social dans lequel s'inscrit l'individu, trois mécanismes psychosociaux s'identifient en particulier (Kelman dans Alloing, 2016, p.98) :

- « La conformité aux choix des autres membres d'un groupe d'appartenance, ce qui consiste à accepter l'opinion d'un groupe pour s'y conformer ;
- L'identification : pour s'identifier dans un groupe, l'individu va choisir des éléments distinctifs et mettre en avant certaines opinions pour se définir ;
- L'internalisation : un individu va accepter les opinions d'un groupe, car ils sont en accord avec son système de valeurs. »

À un niveau plus macro, on peut également citer :

- « L'environnement médiatique : journaux, télévision et radio, sites web d'information et d'opinion, médias sociaux jouent des rôles importants dans la formation de l'opinion publique en fournissant les informations, en façonnant l'agenda (agenda setting) ainsi qu'en donnant le ton au discours public.
- Les groupes d'intérêts, qui tentent d'influencer l'opinion publique sur les questions qui préoccupent leurs membres. Il s'agit de groupes organisés qui défendent des politiques, des questions spécifiques ou des causes politiques, économiques, religieuses ou sociales. Ces groupes travaillent principalement par le biais des médias de masse et des médias sociaux, par le biais de lobbying, des relations publiques, ainsi que par le *bouche-à-oreille* ;
- Les leaders d'opinion jouent un rôle majeur dans la définition des questions populaires et dans l'influence des opinions individuelles à leur sujet. Les leaders politiques, en particulier, peuvent transformer un problème relativement inconnu en un enjeu national s'ils décident d'attirer l'attention sur lui dans les médias. L'une des façons dont les leaders d'opinion rallient l'opinion et aplanissent les différences entre ceux qui sont fondamentalement

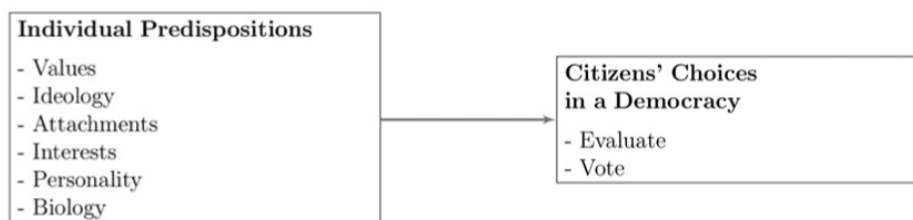
d'accord sur un sujet est d'inventer des symboles ou d'inventer des slogans. » (Davison, 2022)

À noter que l'influence réelle des leaders d'opinion a été remise en question pour de nombreuses raisons, étant donné que les auteurs considèrent les individus comme étant passifs et influençables. En effet, certaines personnes peuvent résister à cette influence. L'approche a donc été critiquée, notamment par Watts et Doods (2007), par sa vision unidimensionnelle mentionnant par le fait même que l'influence sur les opinions est beaucoup plus complexe.

Ces facteurs seront intéressants à observer et questionner dans le cadre de cette recherche, car ils permettent d'éclairer la manière dont les jeunes adultes, dans leur environnement social et médiatique, construisent leurs opinions personnelles en lien avec les questions politiques.

« Les chercheurs en science politique se sont par ailleurs intéressés de près à la manière dont les citoyens des démocraties modernes sélectionnent des candidats aux fonctions publiques et se forment des préférences sur les questions de politique publique. » (Leeper et Slothuus, 2014, p.131) Les développements dans ce domaine ont tenté de mieux comprendre comment certaines caractéristiques des individus participent à la formation d'opinions personnelles et aux comportements de vote : « les traits de personnalité, les valeurs, les principes, les affiliations à des groupes et les intérêts matériels des individus (...). » (Ibid, p.131) Ces travaux peuvent être résumés sous la forme d'un modèle de prédisposition de la formation de l'opinion personnelle.

Figure 4 - Modèle des prédispositions de la formation de l'opinion publique selon Leeper et Sloothus (2017)



Ce modèle reflète la direction que je souhaite entreprendre pour ma démarche de recherche. Certains aspects pourront en effet émerger de mes entretiens.

2.3.2 Formation des opinions en ligne et sur les réseaux sociaux numériques

Les réseaux sociaux numériques sont venus changer la donne dans le monde de la communication politique, en faisant évoluer la manière pour les publics de s'informer, de discuter et de se faire une opinion en ce qui concerne différents enjeux sociopolitiques, ou encore différents partis politiques. (Ben Mansour, 2017)

« Les acteurs politiques tentent grâce aux médias sociaux numériques de réduire l'écart qui existe entre les citoyens et la politique en essayant d'accroître la mobilisation de ces derniers et d'augmenter ainsi leur implication politique grâce en partie aux potentialités des usages des médias sociaux numériques. » (Ibid, p.7). En effet, les réseaux sociaux permettent aux politiciens de communiquer directement avec leurs électeurs, diffuser des informations en lien avec leur campagne, partager leur point de vue sur les enjeux d'actualité, mobiliser leur base électorale, etc. « Les médias sociaux ont également permis aux politiciens de contourner en quelque sorte les médias traditionnels pour s'adresser directement à leurs électeurs » (Roy-Brunet, 2020) et augmenter leur visibilité.

Comme mentionné, les plateformes de médias sociaux, telles que Facebook, Twitter, Instagram, YouTube ou encore TikTok sont devenues d'importantes sources d'information pour beaucoup d'individus, principalement les jeunes, et ont considérablement élargi les moyens par lesquels les individus peuvent partager et recevoir des informations.

Toutefois, « ce n'est pas seulement la présence d'informations qui influence l'opinion du public, mais le cadrage de ces informations, leur ton et leur composition. » (Mochona Gabore et Xiujun, 2018. P.34-35) Les cadrages de ces informations peuvent susciter l'adhésion ou le rejet d'un même groupe d'internautes (Carlino et Mabi, 2017), et participent alors à former des communautés au sein desquelles ces informations sont partagées, comme les opinions qu'elles participent à former (Proulx, 2006).

Ces communautés peuvent constituer une force puissante pour façonner l'opinion personnelle, car elles peuvent notamment amplifier certains points de vue. Si l'opinion des individus se forme notamment par l'environnement social, par les groupes d'intérêts, les témoignages, et surtout la

conversation, la question des communautés en ligne est donc un aspect à considérer pour ma recherche.

Dans le premier chapitre, j'ai abordé le principe des chambres d'écho dans lesquelles les individus pourraient s'enfermer en ne consultant que les contenus qui confirment ce qu'ils pensent déjà, particulièrement dans des communautés en ligne où participent des individus avec les mêmes croyances, et où circulent des informations avec des cadrages similaires. Toutefois, Rieder (2012) signale qu'il s'agit plutôt de « chambres de réfraction ». Selon lui, les utilisateurs ont la capacité et les compétences pour aller chercher de nouveaux points de vue, plutôt que d'être passivement exposés à des opinions similaires. Ainsi, s'informer en ligne repose aussi sur les pratiques informationnelles des utilisateurs de ces plateformes numériques pour aller chercher sur différents cadrages.

2.4 Synthèse du chapitre

Dans ce chapitre, j'ai défini les concepts fondamentaux qui encadrent ma recherche. Au début de ce chapitre, j'ai abordé les différents principes de la culture numérique des jeunes tout en déconstruisant la notion de natif numérique. En effet, ce ne sont pas tous les jeunes qui ont les mêmes pratiques et compétences informationnelles ainsi que la même attitude face aux différents médias. Il faut donc relativiser l'appropriation des réseaux sociaux par les jeunes, ce qui me mène vers mon deuxième point, la littératie numérique.

J'ai abordé, dans ce chapitre, les bases de la littératie numérique, point essentiel pour ma recherche afin de prendre en compte les compétences informationnelles des participants à mon étude.

J'ai finalement abordé la notion d'opinion personnelle. C'est d'ailleurs en prenant en compte des facteurs qui influencent la formation de l'opinion personnelle que je pourrai comprendre comment les individus se forment une opinion sur les questions politiques en période électorale. Parmi ces facteurs, j'ai notamment fait référence au processus complexe de formation de l'opinion impliquant les croyances, les interactions, l'entourage, les groupes sociaux, les leaders d'opinion, mais également les facteurs externes, tels que les médias.

CHAPITRE III

MÉTHODOLOGIE

Ce chapitre vise à préciser ma méthode. Je présente d'abord le choix de la posture épistémologique ainsi que des différentes approches préconisées. J'élabore ensuite sur ma collecte de données, qui s'est faite à travers des entretiens semi-dirigés. J'aborde également les critères liés à la méthode d'échantillonnage, le guide d'entretien que j'ai conçu, ainsi que les aspects éthiques liés à la recherche.

L'objectif de cette recherche est de mieux comprendre et de mettre en lumière comment les jeunes s'informent en ligne sur les questions politiques. Plus précisément, je souhaite répondre à la question suivante : De quelle manière les jeunes âgés de 18 et 25 ans s'informent-ils par les réseaux sociaux, sur les questions politiques, en période électorale ? Dans cette optique, j'ai opté pour une démarche qualitative inductive composée d'une approche compréhensive et interprétative.

3.1 Posture épistémologique

La recherche qualitative m'a permis de comprendre en profondeur les pratiques et éléments participants à la formation de l'opinion de ma population à l'étude, puisque ce type de recherche explore les expériences, les croyances, les motivations et les perspectives des individus. (Paillé et Mucchielli, 2016)

Dans ce sens, il s'agit de la méthode de recherche qui se prête le mieux à mon projet, notamment car je souhaitais comprendre et expliquer un phénomène, ainsi que ses significations pour les sujets de mon étude (Pope et Mays, 1995), à savoir le lien entre leurs pratiques informationnelles sur les réseaux sociaux et la construction de leur opinion. Ma démarche est inductive (Luckerhoff et Guillemette, 2019), étant donné que je suis allée du plus particulier (les pratiques et les littératies individuelles) pour monter ensuite en généralité (la construction de l'opinion). En effet, à partir de mes grands thèmes élaborés dans mon cadre théorique, soit les pratiques informationnelles, la littératie numérique et la formation de l'opinion personnelle, j'ai exploré, de façon plus particulière, ces sujets chez mes participants. Les informations recueillies lors de ma collecte de données me

permettent d'avoir une vision plus spécifique de mon phénomène à l'étude qui sont jumelées, lors de mon analyse, aux savoirs mis de l'avant dans mon cadre théorique.

Ma démarche de recherche étant compréhensive et interprétative, ma méthode vise, dans un premier temps, à comprendre un phénomène (comment les pratiques informationnelles numériques des jeunes participent à la formation de leur opinion) à partir d'expériences situées (des manières de s'informer des jeunes de 18 à 25 ans). Par la suite, j'ai cherché à comprendre comment les participants à mon étude donnent du sens à leurs propres pratiques visant à s'informer sur les questions politiques. J'ai analysé les façons que ces derniers s'informent, traitent et utilisent les informations qu'ils trouvent en ligne, précisément sur Facebook pour former leurs opinions.

Dans un second temps, ma recherche prend une posture interprétative lors de l'analyse de mes résultats. Comme cette approche se concentre sur l'interprétation des phénomènes sociaux à travers les perspectives des acteurs impliqués, il s'agit de la méthode adéquate pour ma recherche.

J'ai pris en compte au préalable mes préjugés et interprétations personnelles pouvant influencer l'analyse de mes données (Dumez, 2010).

J'ai établi que ma recherche avait comme objectif de comprendre des phénomènes selon le sens donné par mes participants ainsi que d'interpréter ce sens et de mobiliser ma propre subjectivité. Ces objectifs peuvent varier selon les courants théoriques et épistémologiques. Dans cette optique ma posture se situe dans une épistémologie phénoménologique et praxéologique.

Dans les approches phénoménologiques (Meyor, 2007; Ribau et al, 2005) le sens que nous donnons au monde varie en fonction de nos propres expériences. Ainsi, par rapport à l'axe donné à cette recherche, j'ai dû saisir le point de vue des participants pour comprendre le sens qu'ils donnent à leur *monde social* qui « a une signification particulière et une structure pertinente pour les êtres humains qui y vivent, qui y pensent et qui y agissent. Ils ont interprété à l'avance ce monde par de nombreuses constructions. » (Schütz, 1987, p. 10) Ce sont donc ces constructions qui m'ont intéressé, qu'elles participent à leurs pratiques informationnelles, à leur littératie numérique ou encore la formation de leurs opinions. Ces significations et constructions se forment aussi par leurs actions dans ce monde social, d'où une posture praxéologique qui vise à amener celui ou celle qui

pratique à conscientiser son agir pour mieux l'analyser. (St-Arnaud, Mandeville et Bellemare, 2002)

Dans le cadre de cette étude, les participants n'ont pas pris part à une enquête autoréflexive, mais bien à une entrevue semi-dirigée qui ont guidé leurs réflexions sur leurs pratiques. En effet, l'objectif est de comprendre les motivations, les raisons et les processus qui guident les pratiques de mes participants.

3.2 Méthode et technique de collecte des données

Afin de répondre de manière cohérente à ma question de recherche, j'ai décidé de faire une collecte de données à travers des entretiens semi-dirigés. Le développement de cette méthode se fait dans les pages suivantes.

3.2.1 L'entretien semi-dirigé

Pour la cueillette de donnée, mon choix s'est arrêté sur les entretiens individuels semi-dirigés à l'aide d'un guide d'entrevue. Il s'agit de la méthode la plus appropriée, puisque je souhaitais obtenir les représentations, les impressions et les points de vue des participants pour guider l'interprétation des phénomènes qui m'intéresse. Dans ce sens, ces entretiens m'ont permis d'obtenir des éléments centraux pour définir des points de vue sur une situation, et pour guider l'interprétation du vécu des sujets que j'ai rencontré. Grâce à cette façon de faire, j'ai pu définir le sens que donnent mes participants à certains phénomènes et comprendre les points de vue, leurs façons de faire et de penser, ainsi que tout autre élément qui ont guidé mes analyses.

Afin de réaliser en bonne et due forme ces entretiens, j'ai dû prendre en considération certains éléments. En effet, avant toute chose, il a fallu déterminer mon échantillon ainsi que ses critères de sélection afin de constituer un échantillon représentatif, mais qui m'expose à des points de vue variés utiles à mon étude. Il a également fallu préparer mon guide d'entrevue et déterminer les grands thèmes qui guideront les entretiens. Des questions de relance ont également été préparées afin d'alimenter les entretiens en cas de besoin. Il a également fallu penser aux demandes aux sujets. En d'autres termes, déterminer l'approche que j'avais à prendre pour recruter mes

participants. Sans oublier le déroulement et le matériel nécessaire pour réaliser lesdits entretiens, notamment à un lieu, à une manière d'enregistrer, etc. Tous ces points sont détaillés dans les prochaines sections.

3.2.1.1 Procédure d'échantillonnage

Ma population cible est composée de jeunes âgés de 18 à 25 ans qui résident au Québec, qui sont à la maîtrise ou qui ont complété une maîtrise, qui parlent français, et qui utilisent les réseaux sociaux. Étudier l'ensemble de la population cible représente un travail qui aurait dépassé largement les ressources humaines et temporelles disponibles pour cette recherche, sachant que les 18 à 35 ans représentent 28% de l'ensemble de la population en âge de voter.⁴⁹ D'autant plus que ce n'est pas du tout l'intérêt des approches qualitatives, puisqu'elles permettent plutôt d'avoir un regard situé sur un phénomène en particulier et non une vision globalisante. Dans ce sens, je propose un échantillon de 10 personnes selon les critères suivants :

1) Jeunes âgés de 18 et 25 ans à la maîtrise ou qui ont complété une maîtrise

J'ai décidé d'avoir un échantillon composé de jeunes adultes étudiants à la maîtrise ou qui ont complété une maîtrise, dans un domaine connexe aux communications. En effet, étant donné que j'aborde le point de la littératie numérique, et que j'ai établie, dans le chapitre précédent, que tous les jeunes n'ont pas les mêmes compétences, il a été pertinent d'étudier une population homogène pour démontrer qu'ils n'ont pas les mêmes compétences numériques malgré leur âge similaire et leur niveau d'étude équivalent.

2) Utiliser les réseaux sociaux de manière régulière

Puisque j'observe les pratiques informationnelles des jeunes, il est primordial que les réseaux sociaux fassent partie des plateformes numériques que mes participants utilisent pour s'informer.

⁴⁹ Rettino-Parazelli, Karl. (2018, 17 août). Les 18-35 ans : portrait-robot d'une génération courtisée par les partis politiques. *Le Devoir*. <https://www.ledevoir.com/politique/quebec/534713/portrait-robot-d-une-generation>

3) Avoir le droit de vote au Québec

Étant donné que je me suis concentrée sur les jeunes du Québec, mettre ce critère m'a permis d'éliminer les étudiants étrangers. De plus, ce critère laisse place à une plus grande variété de participants et ne limite pas énormément l'échantillon. Cela m'a permis d'aller chercher des participants qui s'intéressent à la politique sans pour autant avoir voté aux dernières élections.

Mon échantillon est donc composé de 10 individus âgés entre 18 et 25 ans qui ont complété une maîtrise ou qui sont toujours aux études à la maîtrise, dans un domaine connexe aux communications. Le tableau suivant présente le profil des 10 participants à l'étude.

Tableau 6 - Profils des participants à l'étude

Codage	Genre	Niveau d'étude	Domaine	Date d'entretien	Durée	Profession	Date fin maîtrise
JR	Femme	Maîtrise	Communications	6 octobre 2024	37m30sec	Relationniste	Septembre 2024
RX	Non-binaire	Maîtrise	Communications	12 octobre 2024	46m48sec	Chargé de réseaux sociaux	n.d.
II	Femme	Maîtrise	Management	15 octobre 2024	30m41sec	Chargé de projets	Septembre 2022
ZL	Femme	Maîtrise	Communications	18 octobre 2024	30m58sec	Coordo de recherche et responsable communications	Juin 2023
KC	Femme	Maîtrise	Management	26 janvier 2025	18m50sec	Chargé de projets	Avril 2023
IL	Femme	Maîtrise	Communications	2 janvier 2025	35m14sec	Chargé de projets	Mai 2023
NK	Homme	Maîtrise	Droit international	16 janvier 2025	28min52sec	Conseiller communications et aux politiques	Septembre 2024
UR	Homme	Maîtrise	Management	2 février 2025	28m08sec	Chargé de projets	Avril 2021
LL	Femme	Maîtrise	Management	26 janvier 2025	19m10sec	Chargé de projets	Avril 2023
UK	Femme	Maîtrise	Marketing	8 novembre 2024	24m29sec	Chargé de projets	Août 2023

L'échantillon a été formé selon ce qui a été décrit dans la section précédente, en regroupant des participants issus d'un même groupe d'âge, présentant un niveau d'étude similaire et un domaine d'étude connexe. Ce choix m'a permis d'observer les pratiques et compétences informationnelles propres à cette génération, tout en analysant s'il existe des variations au sein même de ce groupe. Cela m'a également permis d'avoir une idée et de constater ce qui influence l'opinion de cette tranche d'âge, de façon générale, par rapport à leurs pratiques, à leurs compétences informationnelles ou encore sur quoi/sur qui ce groupe de la population québécoise fonde son opinion.

Mon échantillon est assez large et est constitué selon la méthode boule de neige : les participants ont pu recommander d'autres participants dans leur entourage. Le recrutement des participants est davantage élaboré plus bas.

Selon Savoie-Zajc (2007, p. 100), un échantillonnage est scientifiquement valide en recherche qualitative/interprétative si : il est intentionnel, pertinent, balisé, accessible et répond aux balises éthiques. Dans ce sens, mon échantillon est valide et concorde avec les différents critères :

- Il est intentionnel : mon échantillon est réalisé de manière intentionnelle selon une logique spécifique délimitée par les informations que je souhaite aller chercher ;
- Il est pertinent par rapport à l'objet et aux questions de la recherche : mon échantillon est pertinent et me permet de répondre à mes questions de recherche. En effet, il représente adéquatement la population étudiée en incluant des critères de sélection qui me permettent d'atteindre mon objectif de recherche. Mon échantillon prend en compte qu'il peut y avoir une grande variabilité entre les comportements et les expériences des participants ;
- Il est balisé théoriquement et conceptuellement : mon échantillon est construit à la suite des éléments développés dans mon cadre théorique et est établi selon les concepts clés élaborés préalablement. En effet, afin d'aller atteindre les résultats basés sur mon objectif de recherche, j'ai formé mon échantillon afin qu'il entre en résonance avec mon cadre conceptuel. Ainsi, mon échantillon a été formé afin de comprendre comment les jeunes forment leur opinion, comment ils utilisent les plateformes numériques et comment ils analysent leur propre niveau de compétences informationnelles.

- Il est accessible : j'utilise un échantillon non probabiliste de convenance, c'est à un groupe d'individus facilement disponible pour l'enquête.
- Il répond aux balises éthiques qui encadrent la recherche : l'ensemble de ma recherche suit les balises du comité d'éthique de la recherche pour les projets étudiants impliquant des êtres humains de l'UQAM. Le recrutement s'est fait de façon la plus transparente possible afin que les participants puissent donner leur consentement de manière éclairée. L'étude et ses objectifs, ainsi que les méthodes de collecte de données sont expliqués aux participants afin de recueillir leur consentement éclairé.

Le recrutement des participants s'est déroulé en grande partie sur Facebook, mais également via la plateforme LinkedIn. Une première publication a été publiée dans mon réseau personnel. Cette publication expliquait brièvement l'objectif de la recherche, les critères de sélection ainsi qu'une idée du temps à accorder pour les entretiens. Selon les réponses obtenues, j'ai contacté individuellement les individus pour leur donner du contexte supplémentaire concernant ma recherche. Certains individus ont également été recommandés par des participants déjà recrutés.

3.3 Méthode de collecte de données

3.3.1 Le guide d'entrevue

Le guide d'entrevue a été construit de manière à intégrer ma littérature ainsi que le cadre théorique. L'objectif principal des entretiens a été de comprendre dans un premier temps comment les pratiques informationnelles des jeunes participent à la formation de leurs opinions sur les questions politiques ainsi que les critères qui guident leurs compétences informationnelles.

Le premier thème de mon guide visait à connaître le participant et à récolter des informations sociodémographiques. Dans cette partie, les participants ont été invités à se présenter, à parler de leur parcours scolaire et de vie en général, ainsi que les milieux sociaux dans lesquels ils évoluent et qui peuvent avoir une incidence sur la façon qu'ils se positionnent sur les questions politiques.

Ensuite, l'entretien s'est déroulé en quatre grands thèmes, soient : accéder à l'information, utiliser l'information, comprendre la façon d'utiliser l'information et s'engager grâce à l'information.

Dans ces sections, les questions m'ont permis d'identifier leurs pratiques informationnelles, leur compréhension de l'univers numérique, leur niveau de compétences informationnelles, etc. Bref, tous les éléments essentiels pour pouvoir faire une analyse pertinente et ainsi répondre à ma question de recherche. Le guide d'entretien complet se retrouve à l'annexe A.

J'avais initialement prévu de réaliser des visites commentées à la suite des entretiens, afin d'observer en temps réel les usages et pratiques informationnelles des participants. Cette démarche constituait le sixième thème de mon guide d'entretien et s'inscrivait dans la continuité de mes entretiens semi-dirigés. Cependant, au terme de ces entretiens, cette méthode ne s'est pas révélée concluante et n'a donc pas été intégrée aux résultats ni à l'analyse de cette étude.

3.3.2 Déroulement des entretiens

Les entretiens se sont réalisés en ligne, par vidéoconférence, via la plateforme Zoom ou Teams. Cela a facilité l'enregistrement des entretiens et n'obligeait pas les participants à se déplacer.

Des notes ont également été prises à travers ces rencontres afin de décrire et noter certains éléments pertinents qui m'ont été utiles pour l'analyse.

Les entretiens se sont déroulés en 5 grandes étapes (Gaspar, 2019) :

- 1- Préparation du matériel et effectuer les réglages nécessaires en vue des entretiens.
- 2- Présentation rapide de la recherche au participant et explication du déroulement.
- 3- L'entretien lui-même. Je suivrai le guide d'entretien établi préalablement.
- 4- Conclusion de l'entretien et explication des prochaines étapes afin que le participant ait une idée du moment du dépôt du mémoire.
- 5- Retranscription de l'entretien et prises de quelques notes en vue de l'analyse.

3.4 Analyse des données

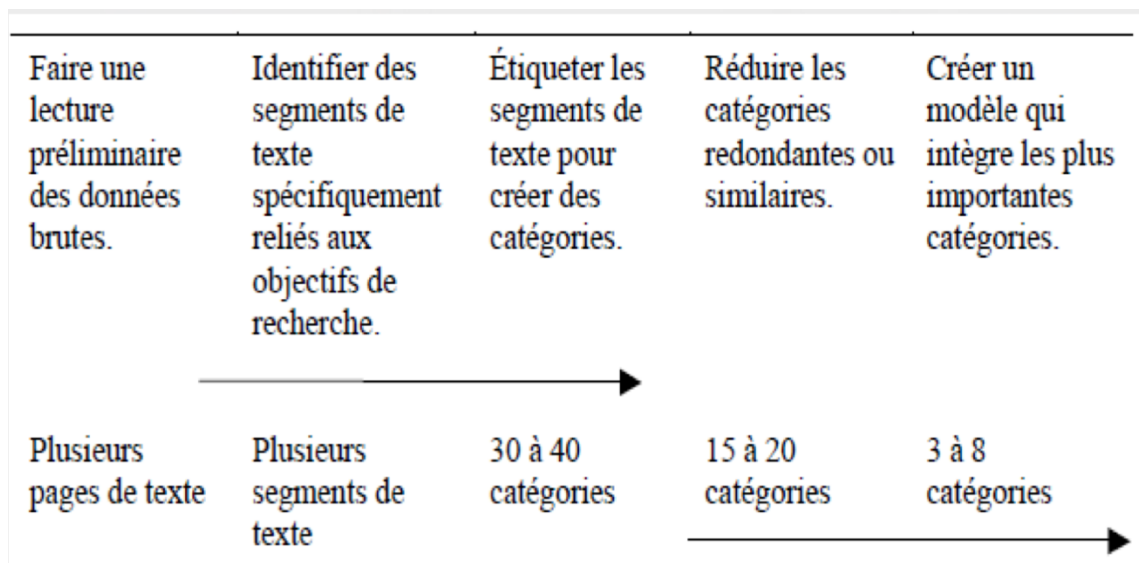
Dans le cadre de cette recherche, j'ai opté pour une approche inductive générale. Cette méthode permet de « donner du sens à des données brutes et collectées en poursuivant le même objectif. » (Blais et Martineau, 2006, p.4).

Selon Blais et Martineau l'analyse inductive générale comporte trois étapes :

1. « Condenser des données brutes, variées et nombreuses, dans un format résumé;
2. Établir des liens entre les objectifs de la recherche et les catégories découlant des données brutes;
3. Développer un cadre de référence ou un modèle à partir des nouvelles catégories émergentes. » (Ibid)

Selon les auteurs, la démarche de l'analyse inductive intégrant la codification et menant à la réduction des données se doit de suivre quatre étapes distinctes présentées dans la figure suivante (Ibid.)

Figure 5- Modèle de l'analyse inductive générale de Blais et Martineau (2006, p.9) : processus de codification menant à la réduction des données



En suivant donc cette logique, j'ai dans un premier temps retranscrit l'ensemble des données recueillies pour ensuite procéder à la relecture de ces dernières afin de me les approprier

adéquatement. À chaque lecture, j'ai également produit des notes d'observation pour faciliter mon travail d'analyse.

À l'issue de cette relecture, j'ai identifié plusieurs extraits provenant de mes entretiens avec mes participants, me permettant de cibler des éléments pertinents et spécifiquement reliés à mes objectifs de recherche. À la fin de ce processus, j'ai totalisé 201 extraits d'entretiens que j'ai analysés et catégorisés. Par la suite, le logiciel Excel m'a permis d'identifier et de regrouper ces différents segments avec des termes et des catégories similaires dans le but de créer de plus grandes catégories de regroupement. Ces catégories ont été directement liées à mes objectifs de recherche. J'ai ensuite réduit ces catégories en fonction des redondances ou des similarités, afin d'aboutir à un cadre ou à un modèle rassemblant mes six catégories les plus importantes. Une capture d'écran de ma grille d'analyse se retrouve à l'annexe B.

Dans le prochain chapitre, je présente les résultats de ma collecte de données.

3.5 Aspects éthiques liés à la méthode

Numéro de certificat : 2025-6877

Étant donné que ma démarche implique des êtres humains, avant de procéder au recrutement des participants et des participantes, j'ai obtenu l'approbation du comité d'éthique afin de pouvoir entamer ma recherche. Ce certificat a témoigné de la conformité de mon étude d'un point de vue des normes établies par le comité d'éthique de la recherche pour les projets impliquant des êtres humains de l'Université du Québec à Montréal. (CERPE) Comme il s'agit d'individus majeurs, le consentement parental ou de la personne titulaire n'était pas nécessaire.

Pour que les participants puissent comprendre de façon éclairée le protocole de recherche, un formulaire explicatif de consentement leur fut remis avant les entrevues semi-dirigées. Chacun était libre de répondre ou non aux questions et d'arrêter l'entrevue à tout moment. Pour chaque entretien, les participants étaient informés de la nature de la recherche ainsi que de la manière que les informations recueillies seront utilisées. Toutes les réponses sont confidentielles et leur identité l'est également.

Pour le traitement des données, afin de respecter la confidentialité et l'anonymat des participants, des entrevues semi- dirigées, les noms recueillis ont été transformés en code numérique. Finalement, toutes les données recueillies sont et seront conservées en lieu sûr dans mon ordinateur qui doit être déverrouillé à l'aide d'un mot de passe.

Il faut également noter que ma recherche peut parfois traiter des informations qui peuvent être considérées comme « sensibles » pour certains, notamment toute la question du vote. Étant donné que le but de la recherche est de comprendre de quelles façons les jeunes forment leur opinion à sur les questions politiques selon leurs pratiques informationnelles sur les réseaux sociaux, le but ici n'est pas de connaître spécifiquement pour qui ils ont voté. Dans ce sens, il n'a pas été nécessaire de connaître leur choix aux dernières élections, surtout que ceci ne fait pas partie des critères de sélection de mon échantillon. Ainsi, il a été mentionné aux participants, dès le départ, que les questions qui constituent le guide d'entretien n'étaient pas dirigées vers ce type d'information afin d'éviter tout inconfort.

L'ensemble des critères reliés à l'aspect éthique de la méthode demandé par le comité de l'UQAM ont été pris en compte de façons très sérieuse et rigoureuse.

CHAPITRE IV

RÉSULTATS

Ce chapitre présente les résultats de ma collecte de données. Je présente premièrement un récapitulatif des différentes catégories identifiées de mon analyse générale inductive. Je développe ensuite les sous-catégories pour détailler davantage les résultats de mon étude auprès de ma population ciblée.

Dans un premier temps, avant de présenter plus en détail des résultats de mon analyse générale inductive, voici un tableau représentant mes différentes catégories (voir tableau 8). Sur un ensemble de 201 extraits d'entretiens analysés et décortiqués, j'ai pu établir 6 catégories et 17 sous-catégories. Rappelons que mon objectif de recherche est de comprendre et de mettre en lumière les pratiques informationnelles des jeunes et leur influence sur leurs opinions à propos des questions politiques.

Tableau 7 - Récapitulatif des différentes catégories identifiées

Catégories principales	Sous-catégories	Description	Occurrence
Les jeunes s'adaptent à l'environnement des plateformes	Les jeunes utilisent une écologie de plateformes	Les jeunes s'adaptent à l'environnement et aux changements des plateformes pour s'informer	22
	Le blocage des nouvelles par META a changé les manières de consommer l'information		
	Les jeunes consomment par le social		
Les jeunes mobilisent des compétences informationnelles variées	Les jeunes ont conscience de l'importance de la crédibilité d'un média	Pour s'informer les jeunes mobilisent des compétences informationnelles variées	51
	Leur parcours scolaire a renforcé leurs compétences informationnelles		

	Les jeunes accordent une plus grande crédibilité aux personnes jugées expertes		
Les jeunes qui s'informent en ligne sont désintéressés envers la politique traditionnelle	Manque de confiance envers les instances politiques et les processus électoraux	Les jeunes se désintéressent de la politique	16
	Intérêt marqué pour les grands enjeux qui les concernent		
Les jeunes s'informent par l'influence de leurs interactions sociales	L'entourage exerce une grande influence sur la formation des opinions	Les interactions sociales exercent une influence sur les manières de s'informer des jeunes	52
	Les jeunes ont une réticence à prendre position publiquement		
Les jeunes s'engagent avec des informations qui les intéressent	Leurs activités quotidiennes ont un impact sur leur exposition aux nouvelles	Les jeunes doivent se sentir engagés par des informations qui les intéressent pour s'informer et former leurs opinions	47
	Rester informé sur les enjeux de leur environnement		
	S'informer et être engagés lorsque le sujet rejoint leurs valeurs et intérêts		
Les jeunes s'informent par une écologie de pratique	S'informer de manière sélective	Les jeunes utilisent des pratiques variées pour s'informer	13
	Les fonctionnalités des plateformes ont un impact sur la consommation		

Dans ce sens, à la suite de mon analyse inductive générale, je peux dire que les jeunes de 18 à 25 ans à la maîtrise ou ayant complété une maîtrise :

- S'adaptent à l'environnement des plateformes pour s'informer;
- Mobilisent des compétences informationnelles variées;

- Montrent un désintéressement clair envers la politique;
- Sont influencés par leurs interactions sociales dans leurs pratiques informationnelles;
- S'engagent avec des informations qui les intéressent;
- Et s'informent par une écologie de pratiques.

Dans le chapitre suivant, je reviens sur chacune de ces catégories afin de montrer comment ces éléments permettent de mieux comprendre la manière dont les jeunes s'informent et forment leurs opinions sur les questions politiques.

4.1 Les jeunes s'adaptent à l'environnement des plateformes

Cette première catégorie met en lumière la capacité d'adaptation des jeunes de 18 à 25 ans à la maîtrise ou diplômés, face à l'évolution des plateformes numériques d'information. Les individus sondés mobilisent une diversité de sources et de moyens pour s'informer et s'engager sur des enjeux d'actualité ou politiques. Ils naviguent au sein d'une écologie de plateformes, tout en ayant un rapport à l'information qui passe largement par le social. Le blocage des nouvelles par META a également transformé certaines de leurs habitudes. Ces éléments sont approfondis dans la section suivante.

4.1.1 Les jeunes utilisent une écologie de plateformes pour s'informer

La première sous-catégorie fait référence à la diversité de sources et de plateformes que ces derniers consultent pour se tenir informés de l'actualité et de la politique. En effet, sept participants sur dix ont affirmé ne pas se limiter à une seule plateforme pour leur information. Par exemple, comme l'indique NK, « *je suis sur Twitter, Facebook, Instagram. Je suis des journaux québécois, canadiens. Je suis quelques journalistes sur X aussi.* ». LL, pour sa part, explique : « *la façon que je m'informe le plus, c'est à la radio 98.5, que j'écoute le matin et le soir. Sinon, j'ai l'application La Presse sur mon cellulaire, puis TikTok. Je vois aussi des nouvelles passer là-dessus.* »

Ainsi, les participants montrent une diversité de plateformes pour se tenir informés, en naviguant entre différents réseaux et sources pour suivre l'actualité, notamment politique. Chaque individu

sélectionne et intègre plusieurs médias et plateformes pour se garder informé de l'actualité. Même si TikTok est perçu principalement comme une plateforme sociale, elle est utilisée pour accéder à des informations actualisées. Je reviens d'ailleurs sur la consommation informationnelle par le social un peu plus loin.

Cette sous-catégorie suggère donc que les jeunes adultes âgés de 18 à 25 ans à la maîtrise ou ayant complété une maîtrise ont recours à un ensemble de plateformes et de médias lorsque vient le temps de consommer de l'information sur l'actualité et sur la politique.

4.1.2 Le blocage des nouvelles par META a changé les manières de s'informer des jeunes

Ensuite, la deuxième sous-catégorie met en lumière l'impact du blocage des nouvelles par META dans les manières de s'informer chez mes participants. En effet, le blocage des nouvelles a eu un impact considérable dans les manières de s'informer des jeunes, les amenant la plupart du temps à devenir plus actifs dans leur consommation d'information. C'est d'ailleurs le cas de IL qui mentionne qu'« *avant les blocages des médias, je m'informais par Facebook. Je voyais les grandes nouvelles et tout.* »

Initialement, au moins trois participants ont mentionné se fier principalement aux réseaux sociaux, comme Facebook et Instagram, pour accéder aux informations, souvent de manière passive, sans trop nécessairement chercher à approfondir leur recherche. Ils étaient également exposés aux articles partagés par leurs amis ou à des contenus proposés par les algorithmes des plateformes, sans nécessairement rechercher activement des informations. Les nouvelles apparaissaient via leur fil d'actualité, qu'ils suivent les pages de nouvelles ou non. « *Anciennement, les réseaux sociaux m'aidaient beaucoup à avoir cette information-là [nouvelles politiques] de manière instantanée. Maintenant, moins.* » mentionne ZL. Ce mode de consommation a donc été perturbé par le blocage de partage d'articles par les médias sur les plateformes de META (Facebook et Instagram.)

Sept participants à mon étude ont nommé que le blocage des nouvelles a ralenti leur accès à l'information et les a poussés à rechercher des informations supplémentaires par d'autres moyens. C'est d'ailleurs le cas de JR qui mentionne

« Qu'avant je me fiaais beaucoup sur Facebook avec le partage des articles. Maintenant que les médias ne peuvent plus, cela a changé un peu justement ma manière de consommer l'information. Maintenant, je vais vraiment plus aller par moi-même dans l'application de La Presse, je vais regarder un peu les grands titres, puis je vais aller lire des articles, des choses que je sens que j'ai besoin de plus d'informations ou des choses qui m'intéressent. »

Bien que le blocage des nouvelles sur META ait forcé les personnes rencontrées à changer leur manière de consommer et être des consommateurs plus actifs, il reste que cela a également eu des effets néfastes sur leur sentiment d'être informé. En effet, certains participants, tel que LL, ont mentionné se sentir moins informé depuis le blocage des nouvelles par META; *« dans les dernières années, je suis moins informée. Ça reste qu'aujourd'hui, avec Facebook et Instagram, on a moins accès aux nouvelles. Puis ça doit jouer là-dessus, parce qu'il faut aller les chercher nous-mêmes. »*

Cette sous-catégorie met en lumière le fait que les jeunes de mon étude ont dû adapter leur manière de consommer l'information, mais cela présente un effet de « double tranchant ». D'une part, cela les a contraints à devenir plus actifs dans leur recherche d'actualités ; d'autre part, cela a pu décourager certains de s'informer davantage, en raison de la difficulté d'avoir accès aux nouvelles de façon rapide via leur fil d'actualité.

4.1.3 Les jeunes consomment par le social

La sous-catégorie met en lumière l'usage des plateformes dites de « réseaux sociaux » pour s'informer des actualités. Plutôt que de chercher directement des nouvelles, ils « scrollent » sur leurs fils d'actualités, c'est-à-dire qu'ils défilent verticalement à travers des contenus numériques pouvant contenir des informations politiques et sociales. Ce processus est en partie guidé par des algorithmes, les intérêts personnels des utilisateurs ou encore par ce que leurs contacts/amis partagent. Ainsi, sans rechercher activement des nouvelles, les jeunes sont exposés à des informations politiques et d'actualité. UR souligne d'ailleurs que *« TikTok, sur mon feed, j'ai du politique dedans, un peu de Trump, un peu de tout ce qui s'est passé. »*

Le blocage des nouvelles par META a eu un effet sur cette situation, notamment en affectant la consommation d'informations via les réseaux sociaux. Avant ce blocage, de nombreux jeunes utilisaient Facebook non seulement pour son aspect social, mais aussi pour se tenir informés. C'est le cas d'IL, qui explique : *« avant, disons, je savais que je pouvais scroller et tomber sur des faits d'actualité, m'informer et tout ça. Même que c'est ce que je faisais directement le matin en me réveillant. Mais maintenant, ce n'est vraiment plus ça. »* Cependant, ce comportement n'est pas disparu, puisqu'il persiste sur d'autres plateformes sociales, comme TikTok, qui a été mentionnée à nombreuses reprises par les participants à l'étude.

Cette sous-catégorie met donc en évidence que les jeunes, en utilisant les plateformes sociales principalement pour du contenu divertissant et plus ludique, finissent par se retrouver exposés à des informations d'actualité, souvent sans même les chercher activement.

4.2 Les jeunes se désintéressent de la politique traditionnelle

Dans cette deuxième catégorie, je mets en lumière le désintérêt croissant des jeunes pour les enjeux politiques traditionnels. Comme je l'ai mentionné dans le premier chapitre, l'intérêt des jeunes pour la politique est en déclin, avec une faible participation aux processus électoraux et une certaine distance vis-à-vis les institutions politiques classiques. Ce phénomène se manifeste notamment par un désengagement général envers les élections et les partis politiques. Toutefois, il est important de souligner que ce désintérêt n'est pas total. En effet, bien que les jeunes montrent peu d'intérêt pour les structures politiques traditionnelles, un fort engagement se manifeste lorsqu'il s'agit de questions sociales et sociétales majeures, telles que les élections présidentielles, les grandes luttes pour les enjeux sociaux, ou encore les mobilisations autour de causes environnementales. Je développe ces sous-catégories dans les paragraphes suivants.

4.2.1 Les jeunes manquent de confiance envers les instances politiques et les processus électoraux

Cette sous-catégorie illustre que le désintérêt des jeunes envers la politique est davantage lié aux processus plus complexes et au manque de transparence des politiciens. En effet, les participants à

l'étude semblent avoir une méfiance envers les instances politiques et les processus électoraux, un sentiment qui se manifeste par un désintérêt pour s'engager plus activement dans la politique, que ce soit en posant des actions ou simplement en s'informant. JR mentionne par exemple *« je pense que je suis plus dans l'action que dans les paroles. Ça me touche moins quand, justement, il y a des déclarations ou quand il y a des promesses, mais quand il y a des actions qui sont posées. »* Trois participants à mon étude ont d'ailleurs mentionné perdre de l'intérêt pour la politique parce que les discours des politiciens sont perçus comme déconnectés de la réalité et centrés davantage sur des attaques personnelles que sur des propositions concrètes et des solutions tangibles. En effet, II a dit

« Un politicien, c'est aussi un très bon parleur. Il ne faut pas croire tout. Et c'est aussi un des éléments qui fait en sorte que ça m'intéresse plus ou moins. Je trouve que c'est beaucoup de rabaisser l'autre sans que ce soit réellement basé sur des faits fondés. Quand je vois une information ou une publication qui a été faite par un politicien, je ne me dis pas OK, oui, c'est sûr à 100 %. »

Ce désintérêt et cette méfiance sont également souvent renforcés par une consommation passive de l'information politique. Au lieu de s'impliquer activement ou de chercher à approfondir leur compréhension des enjeux, les jeunes se contentent souvent de recevoir des informations de manière aléatoire, que ce soit à travers les médias traditionnels ou les réseaux sociaux. En effet, IL souligne que *« en fait, la politique, je ne vais jamais aller chercher plus d'informations que ce qu'on va me donner de manière que je n'ai pas le choix d'absorber parce que j'écoute la télé. C'est très rare que je vais pousser plus loin ce que je reçois comme information. »* Cette attitude renforce leur sentiment d'éloignement vis-à-vis des processus électoraux, qu'ils considèrent comme peu pertinents. Les événements politiques qui échappent à ce désintérêt ou qui sont plus concrets et tangibles et qui semblent offrir des réponses plus claires et plus directes aux préoccupations des jeunes suscitent plus d'intérêt. Comme ZL le mentionne

« C'est sûr que, tu sais, si je vois quelque chose qui est comme lié à la politique, mais qui m'intéresse un peu moins, j'ai moins tendance à aller comme le consulter. Je dirais que quand ce sont des trucs vraiment qui concernent les sujets qui me touchent le plus, c'est sûr que je suis davantage amenée à les consulter. »

Je reviens sur la place des valeurs et des intérêts dans les pratiques informationnelles des jeunes dans une section ultérieure.

4.2.2 Les jeunes ont un intérêt marqué pour les grands enjeux qui les concernent

Cette sous-catégorie illustre que les jeunes sont plus intéressés par les événements politiques majeurs et largement médiatisés, comme les élections américaines, ou les controverses autour de figures politiques telles que Justin Trudeau ou Donald Trump. Cependant, cet intérêt est limité. En effet, ils montrent un désintérêt pour les questions politiques quotidiennes ou les débats moins médiatisés :

« C'est sûr que les élections américaines, ça a fait jaser pas mal avec Donald Trump qui est tout un personnage, j'étais quand même intéressée. Là, avec tout ce qui s'est passé avec Justin Trudeau, tu sais, des grosses nouvelles comme ça, je suis plus portée, mais comme le quotidien de la petite politique puis des petits projets de loi qui, bon, impactent un peu moins le commun des mortels, si je peux dire, je suis un peu moins intéressée. » (KC)

L'intérêt des jeunes semble se concentrer sur les événements spécifiques et les grands enjeux, qu'ils jugent plus importants ou plus pertinents. Ces événements sont souvent liés à des moments particuliers de l'année, comme les périodes électorales ou des scandales politiques, où l'actualité devient plus intense et plus médiatisée. En effet, trois participants à l'étude ont mentionné « redevenir » plus informés en période électorale, étant donné qu'ils pourront voter et agir concrètement. Ainsi, les jeunes ont tendance à particulièrement s'informer, que ce soit pour les élections provinciales ou fédérales, par exemple. Ils précisent que leur consommation d'informations augmente en raison de l'importance de leur participation politique. Cela reflète un désir de mieux comprendre les positions des différents partis et candidats. Pour LL « *dans le temps des élections, je redeviens beaucoup informée, parce que je sais qu'aux prochaines élections provinciales, mais aussi au niveau du Canada, je vais (...) aller chercher plus mon information.* »

Cette sous-catégorie montre donc que les jeunes manifestent un intérêt pour les grands événements politiques et médiatisés, mais montrent un désengagement concernant la politique quotidienne. Leur consommation d'information augmente principalement lors des périodes électorales, où leur engagement plus actif, comme le vote, les pousse à se tenir informés des enjeux majeurs.

4.3 Les jeunes s'informent par l'influence de leurs interactions sociales

Cette troisième catégorie met en avant l'influence significative sur les choix politiques des personnes rencontrées des interactions sociales avec l'entourage. Toutefois, il est important de noter que l'ensemble de ma population sondée préfère éviter de discuter de politique en ligne. Par crainte des conflits ou du jugement, ils choisissent souvent de ne pas y interagir ou d'y limiter leurs échanges politiques. L'entièreté des participants à l'étude préfère ainsi observer les échanges ou s'informer auprès de sources jugées plus fiables, comme des experts ou des personnalités politiques ou encore directement auprès des membres de leur entourage. Je développe ces éléments dans la partie suivante.

4.3.1 L'entourage exerce une grande influence sur la formation de l'opinion des jeunes

Cette sous-catégorie permet de souligner l'influence de l'entourage sur la formation de leurs opinions et la manière dont ils consomment et partagent l'information. De manière générale, ces individus sondés semblent privilégier des discussions plus privées et intimes pour discuter des sujets qui les concernent, notamment la politique. Ils cherchent à échanger avec des personnes de confiance, comme leur famille, leurs amis proches ou leurs partenaires, ce qui leur permet d'interagir sans le risque d'une possible confrontation directe aux opinions des autres. NK mentionne d'ailleurs que *« je parle d'actualité, quand même, dans mon entourage immédiat, amis, parents. Je parle à du monde de confiance, que, tu sais, je connais un peu leur opinion politique. »*

Les discussions en privé jouent donc un rôle crucial dans leur processus de formation des opinions. Elles permettent non seulement de partager des informations, mais aussi de leur donner d'autres perspectives. C'est d'ailleurs le cas de ZL : *« j'ai aussi un copain qui est très politisé. Donc, souvent, il m'amène à entendre parler de ça. »*. UR mentionne aussi parler avec son entourage pour

recevoir de l'information supplémentaire, particulièrement lorsqu'il doit voter : *« j'en parle pour recevoir l'information supplémentaire puis me faire une meilleure idée sur mon vote. »*. Les interactions des jeunes avec leur entourage les amènent donc à une forme d'ouverture à l'information au risque de se laisser guider seulement par leurs proches et ne pas s'engager activement dans des recherches pour former leur opinion.

Par exemple, UK explique :

« Je ne me trouve pas du tout informée, c'est vraiment une lacune dans ma vie à ce niveau-là. Pour les dernières élections, je votais pour [ville natale] à ce moment-là. Ma candidate était bien populaire. J'étais comme, OK, je me sens sûre de voter pour elle, parce que c'était elle qui était pour l'environnement. Je vais y aller avec des valeurs que j'ai à la base, mais c'est sûr que je me suis beaucoup laissée influencer par d'autres gens, parce que sinon, si je ne m'étais pas laissée influencer, j'aurais pris une décision à l'aveugle. »

De même, II confie :

« Maintenant que je vote, je me fie à 100% à la boussole électorale et à l'opinion de mon entourage. Mon éducation avant d'aller voter, ça s'arrête là. » (XY)

Cela est d'autant plus vrai lorsqu'ils sont majoritairement désintéressés envers la politique.

Cependant, bien que l'entourage exerce une influence sur la formation des opinions des jeunes, cet impact peut parfois être négatif. En effet, deux participants à l'étude ont mentionné qu'ils ne sont pas particulièrement politisés, car leur entourage ne l'est pas non plus. Lorsque l'information politique ou l'actualité ne fait pas partie des valeurs de l'entourage, cela peut également affecter les jeunes. II exprime d'ailleurs : *« Ça ne m'a jamais intéressée, la politique. J'ai grandi dans une famille où ce n'était pas un sujet abordé autour de la table, disons. Je n'ai jamais eu des parents non plus qui m'ont inculqué l'importance d'aller voter, ou quoi que ce soit. »*

En résumé, l'entourage des jeunes joue un rôle central dans la manière dont ils forment leurs opinions et interagissent avec l'information. Les discussions privées, souvent entre amis ou famille, permettent non seulement de partager des informations, mais aussi d'engager des réflexions.

4.3.2 Les jeunes ont une réticence à prendre position publiquement (peur confrontation, crainte manque information et mauvaise image)

Cette sous-catégorie permet de souligner le comportement des jeunes qui ne souhaitent pas mettre de l'avant leurs opinions publiquement. En effet, parmi les participants à mon étude, on constate une certaine constante qui reflète la préférence marquée pour les échanges privés et intimes, souvent dans des cercles proches, tels que la famille, les amis, ou les partenaires. C'est le cas de JR qui mentionne « *Je suis plus quelqu'un qui va être plus impliqué dans la sphère privée que dans la sphère sociale.* »

Ou encore de II :

« Je pense que je ne suis juste pas assumée à ce point-là. Si j'ai besoin d'interagir avec un article, je n'ai pas le besoin d'aller le faire publiquement. Je vais en parler avec mes proches. On dirait que je ne vois pas la pertinence d'aller écrire à quelqu'un. »

C'est ce que la totalité des jeunes participants à mon étude expriment. Ils ont tous mentionné ne pas voir l'intérêt de discuter des nouvelles qu'ils consomment. Ils préfèrent le faire dans la sphère privée. Les raisons de ces interactions plus passives sont en grande partie liées à la peur de confrontation, mais aussi à une crainte de manquer d'information pour prendre part à des échanges et même de renvoyer une mauvaise image. En effet, ils expriment une gêne à partager publiquement leurs opinions politiques, redoutant le jugement ou la confrontation, particulièrement en ligne. Ce phénomène reflète une peur du regard des autres et du risque de sembler « stupide » ou d'être perçu de manière négative par les autres. C'est d'ailleurs ce qu'IL a exprimé :

« Tu sais nos réseaux sociaux, ce n'est pas nécessairement juste notre cercle d'amis et tout. Quand c'est quelque chose qui me tient vraiment à cœur, c'est sûr que je n'ai pas peur, mais en général, si ce n'est pas un sujet dans lequel je me sens vraiment vraiment informée, j'aurais peur de publier quelque chose, puis que finalement, ce n'est pas de la bonne information que j'ai. »

Ou encore UK :

« Si j'ai un avis, je vais le partager aux gens que je connais, mais jamais que je vais le mettre sur le public. Je ne sais même pas si c'est le bon terme, mais on dirait que je trouve ça embarrassant de commenter. Je pense aussi que j'ai un petit syndrome d'imposteur. Je ne voudrais pas me mettre dans une position, pas parce que j'ai peur de me faire confronter, mais plus parce que j'ai peur d'avoir de l'air niaiseuse. »

L'aspect de la confrontation est une autre dimension importante dans mes entretiens. La peur de la confrontation est un frein majeur à l'engagement des jeunes sur les plateformes sociales. Les participants ont souvent admis qu'ils hésitent à exprimer leurs opinions en ligne par crainte d'attirer l'attention négative ou de nuire à des relations. C'est le cas de ZL qui mentionne que

« C'est vraiment la peur. Il y a quelque chose qui m'inquiète de m'exposer publiquement. Je ne suis pas confortable avec ça. On ne parle pas de politique à Noël, mais c'est un peu ça, je trouve, dans la vie de tous les jours, parfois, sans se censurer. Mais je trouve que ça peut mener à des différences, à des discussions qui sont intéressantes, mais qui suffisent que tu mettes un peu d'huile sur le feu puis ça peut potentiellement peut-être briser une relation ou une amitié ou peu importe. »

En somme, cette réticence à prendre position publiquement révèle un désir de protéger ses relations personnelles et de maintenir une certaine sécurité. Les jeunes préfèrent éviter les conflits et les jugements, privilégiant des échanges plus privés et intimes où ils se sentent moins exposés.

4.4 Les jeunes s'engagent avec des informations qui les intéressent

Cette catégorie démontre que l'engagement des jeunes dans le processus d'information est essentiel pour qu'ils puissent non seulement être informés, mais aussi développer une opinion personnelle sur des sujets d'actualité et/ou politique. Les données recueillies dans mon étude montrent que l'engagement et l'intérêt pour l'information dépendent beaucoup des valeurs, de leur environnement local et de leurs préoccupations personnelles. C'est ce que j'aborde dans la prochaine section.

4.4.1 Leurs activités quotidiennes ont un impact direct sur leur exposition aux nouvelles

Cette première sous-catégorie met en évidence l'influence significative de l'environnement de travail des jeunes ainsi que de leurs activités quotidiennes sur leur manière d'accéder à l'information et de la consommer. En effet, les responsabilités et les exigences liées à leur carrière les amènent souvent à se tenir au courant de sujets spécifiques ou à développer des compétences particulières pour mieux comprendre les enjeux qui les concernent. C'est ce que deux d'entre eux mentionnent dans leurs entretiens respectifs :

« Dans le cadre de mon travail, je dois suivre l'actualité politique environnementale. J'ai un travail pour le Comité des citoyens et citoyennes pour la protection de l'environnement maskoutain » (RX)

« Avec l'arrivée de Santé Québec, c'est sûr que je dois m'informer par rapport à ça dans mon milieu de travail. » (ZL)

En effet, au moins trois participants à l'étude ont mentionné se trouver naturellement exposés à des revues de presse, des rapports ou des mises à jour professionnelles en raison de la nature de leur travail. Les exigences de leur domaine demandent une veille constante de l'actualité pertinente à leur milieu, ce trouvant donc souvent exposés à de l'actualité et/ou à des nouvelles politiques. C'est le cas de JR qui mentionne qu'« à tous les matins, dans mon travail, je reçois une veille médiatique de ce qui se passe dans le domaine de la télévision, dans le domaine culturel. »

En résumé, le domaine professionnel des jeunes ou encore leurs activités quotidiennes ont un impact direct sur la manière dont ils sont exposés aux nouvelles. Leur travail joue un rôle central dans le choix des sources d'information et dans la façon dont ils abordent l'actualité.

4.4.2 Rester informé sur les enjeux de leur environnement

Cette sous-catégorie met en évidence la manière dont les jeunes s'intéressent à des sujets qui les touchent directement, principalement liés à leur communauté locale et à leur quotidien. Cinq

participants à mon étude ont mentionné se tenir informés de l'actualité, sur la politique et sur des enjeux locaux, près de leur lieu de résidence. Par exemple, II mentionne que « *j'aime aussi qu'est-ce qui se passe dans la communauté, proche de moi, dans l'entourage. Quand il y a quelque chose qui s'est passé, puis là, si c'est proche de chez moi, je vais aller regarder c'est où.* »

L'engagement politique est aussi fortement influencé par une connexion locale et personnelle avec une instance politique. En effet, plusieurs participants ont mentionné suivre des élus locaux puisqu'ils représentent les intérêts de leur région. Dans cette optique, la proximité géographique avec cette personnalité publique, ainsi que l'admiration pour ses valeurs et son travail, motive l'engagement des jeunes rencontrés, démontrant que l'implication politique est souvent plus marquée lorsqu'elle touche des enjeux locaux ou lorsque les valeurs de la personne résonnent avec celles du politicien. C'est ce que LL a mentionné lors de son entretien en parlant de la mairesse de sa ville et de son intérêt à suivre cette personnalité publique/politique pour se tenir informer des enjeux locaux, mais aussi parce qu'elle défend des valeurs qui lui tiennent à cœur : « *j'aime beaucoup [la mairesse], que je suis, puis que j'aime. C'est la ville de X. Je vis à X, ce qui permet d'être plus accessible, justement. Il y a d'autres gens qui publient des nouvelles sur des enjeux féministes et tout.* »

C'est également le cas de NK qui mentionne qu'il suit sa députée locale pour suivre les enjeux locaux : « *Dans le cas de [ma députée], comme c'est une députée locale, ce sont des enjeux locaux. Je trouve ça pertinent. C'est pertinent quand même de suivre nos propres élus.* » Ainsi, l'intérêt pour s'informer sur des questions politiques des jeunes peut être influencé par des liens locaux et une admiration pour les valeurs et les actions des personnes publiques, renforçant ainsi leur engagement envers des enjeux politiques qui les concernent directement.

Ce besoin de s'informer au plus proche s'observe également dans l'intérêt porté par trois participants à des médias locaux:

« *je suis abonnée aussi à Noovo Infos. Ils font beaucoup de pages sur le terrain, puis justement, il y a beaucoup d'actualités par rapport à [ma ville]. Puis c'est sûr que moi, en habitant à [ma ville], il y a beaucoup d'affaires qui vont plus me toucher aussi.* » (JR)

Enfin, même lorsque des événements médiatisés à grande échelle, comme les élections, captent leur attention, la manière de s'informer des jeunes reste souvent sélective et liée à leur environnement immédiat. ZL a d'ailleurs mentionné dans son entretien que « *je dirais que c'est en fait la politique que je suis le plus avec, mettons, surtout aux États-Unis, quand c'est le moment des élections. Mais je dirais que c'est principalement la politique qui est la plus proche de moi un peu qui m'intéresse le plus disons.* »

En résumé, les jeunes s'informent de manière plus systématique lorsque les sujets correspondent à leurs préoccupations personnelles. L'environnement local, les personnalités publiques qu'ils admirent, ainsi que les enjeux qui les touchent directement, jouent un rôle déterminant dans leur manière de consommer l'information et de s'engager politiquement. Leurs valeurs et leurs intérêts jouent également un rôle assez important. J'aborde ceci dans la section suivante.

4.4.3 Les jeunes vont s'informer et être engagés lorsque le sujet rejoint leurs valeurs et intérêts

Cette sous-catégorie fait écho à la précédente en mettant en avant l'importance de l'alignement entre les préoccupations personnelles des jeunes et l'information qu'ils consomment. Cette dynamique montre que l'engagement des jeunes envers l'actualité, notamment politique, est fortement influencé par la pertinence des sujets par rapport à leurs valeurs, convictions et intérêts personnels.

Tous les participants à l'étude ont indiqué qu'ils s'informaient davantage sur les sujets qui rejoignent leurs valeurs et leurs intérêts. Que ce soit sur la politique, sur la santé, l'environnement, les luttes féministes, et plus encore, les jeunes rencontrés font des choix délibérés sur ce les profils, les pages ou les comptes qu'ils décident de suivre et de consommer. Par exemple, RX explique clairement que ses choix de comptes à suivre sont motivés par des raisons affectives : « *c'est très affectif comme choix. J'en ai pleinement conscience que c'est un biais affectif. Tout simplement... Je décide de suivre les pages qui provoquent chez moi des sentiments de bien-être.* »

De même, IL a partagé son intérêt pour les enjeux féministes:

« Juste, le féminisme, en général, c'est un sujet qui m'intéresse, qui me préoccupe. J'ai envie d'être informée par rapport à ça. Quand il y a des avancements ou des enjeux en lien avec ça, c'est sûr que le sujet m'intéresse plus. Je ne suis pas intéressée par le fait divers, mais quand il y a des trucs par rapport à ça, je veux savoir comment les gens se situent. »

Cette sélection en fonction de leurs valeurs et intérêts illustre une approche sélective de la consommation d'informations. Cela montre également leur tendance des jeunes à se concentrer sur des sujets qui les touchent personnellement ou qui suscitent une certaine émotion.

Cette approche se manifeste aussi dans le choix des plateformes et médias. Le comportement sélectif des jeunes sur les réseaux sociaux est souvent en lien avec le désir de validation de leurs propres points de vue et opinions, plutôt que par une recherche active de diversité d'opinions. LL explique : *« souvent, c'est quand le contenu me rejoint. Puis si jamais il y a des vues très différentes de la mienne, je vais peut-être avoir tendance à les enlever ou juste à ne pas les suivre. »* Ce comportement, observé chez LL, montre également que les jeunes se désabonnent des comptes qui ne partagent pas de contenu en accord avec leurs valeurs.

Un exemple de cet engagement est visible lorsque les participants évoquent un parti qui correspond à leurs convictions. Par exemple, IL a exprimé son intérêt pour [un parti politique X] soulignant que leur plateforme politique l'intéressait particulièrement. *« Moi, c'est sûr que [ledit parti politique], ça m'intéresse beaucoup. Leur plateforme politique, elle m'intéresse particulièrement. »* Les jeunes suivent également activement des personnalités politiques ou des figures publiques, dont les valeurs, et l'approche résonnent avec leurs propres convictions. Par exemple, IL suit Léa Clermont-Dion, en raison de son admiration pour son travail et ses actions politiques : *« son contenu m'intéresse full [Léa Clermont-Dion]. Je la suis et je trouve ça important ce qu'elle divulgue comme message. »* Cette tendance montre que l'engagement politique des jeunes est souvent influencé par une connexion avec des personnalités qui tiennent des propos qui résonnent avec leur façon de penser et qui sont en lien avec leurs valeurs.

En résumé, cette sous-catégorie met en lumière une approche plus active où les jeunes s'engagent davantage dans des sujets qui résonnent avec leurs valeurs, leurs intérêts et leurs préoccupations personnelles.

4.5 Les jeunes mobilisent des compétences informationnelles variées pour s'informer

Cette catégorie met en lumière la manière dont les jeunes, tout en étant très exposés à l'information numérique, adoptent une approche sélective et intentionnelle dans leur consommation d'informations. Cela démontre une prise en compte accrue de la désinformation et des algorithmes influençant leur accès à l'information. Les jeunes manifestent une volonté de vérifier la véracité de l'information et sont particulièrement attentifs à la crédibilité des sources qu'ils consultent. Toutefois, des différences ont été observées entre mes participants. Bien qu'ils aient sensiblement tous le même parcours, soit d'être à la maîtrise ou d'avoir complété une maîtrise, il reste qu'il y a des différences dans leurs compétences informationnelles, notamment dans la façon dont ils jugent de la crédibilité d'une source ainsi que dans la mise en pratique de leurs compétences acquises dans le cadre de leur parcours scolaire. J'y reviens dans la prochaine section.

4.5.1 Les jeunes ont conscience de l'importance de la crédibilité d'une source d'information

Les jeunes ont une certaine conscience de l'importance de la crédibilité des sources d'information. Bien qu'ils soient constamment exposés à des contenus sur les réseaux sociaux, notamment sur des plateformes comme TikTok, ils restent conscients des dangers associés à une information non vérifiée. TikTok, par exemple, a souvent été nommé pour sa rapidité et son format interactif⁵⁰, qui rend l'information facilement consommable. Cependant, cette accessibilité rapide de l'information amène des critiques face à sa fiabilité⁵¹. Pour JR « *c'est sûr que c'est plus accessible, comme tu le*

⁵⁰ Agence Cartier. (2022, 5 janvier). Démystifier TikTok. *Cartier*. <https://agencecartier.com/fr/blogue/demystifier-tiktok/>

⁵¹ Kubiweb. (n.d.) Faut-il faire confiance à TikTok comme canal d'information? Kubiweb. <https://kubiweb.fr/faut-il-faire-confiance-a-tiktok-comme-canal-dinformation/>

dis, par rapport au côté social, mais par rapport à la crédibilité, si je vais chercher une information, je ne vais pas passer par TikTok. » Ou encore pour LL « Quand je vois de l'information [sur TikTok], je vais souvent sur Google voir si c'est vrai. »

La totalité des jeunes participants à mon étude ont affirmé faire confiance aux médias traditionnels, qui, selon eux, respectent des standards éthiques et un code déontologique. La confiance dans des médias réputés comme Radio-Canada ou La Presse est marquée par une croyance de « rigueur professionnelle ». Ces sources sont perçues comme fournissant une information véridique, ce qui renforce leur crédibilité aux yeux des jeunes, surtout en comparaison avec des plateformes numériques. Ainsi, pour ZL « *c'est sûr que quand ça vient d'un média traditionnel, mettons La Presse, Radio-Canada, on dirait que naturellement, avec le code déontologique que les journalistes doivent respecter dans leur profession, il devrait y avoir vérité de l'information.* » C'est aussi le cas de RX, II, IL, KC, LL qui ont tous émis des propos similaires. Toutefois, bien qu'ils aient tous le même niveau d'étude, certains ont dit avoir ne jamais faire de vérifications supplémentaires, faisant 100% confiance envers les sources. Ils ont pour autant des critères différents de ce qu'est une source fiable. C'est d'ailleurs le cas de II qui dit « *Mettons que je lis quelque chose et il n'y a rien qui m'aide à me dire si c'est vrai ou pas, je vais aller faire une recherche Google et je vais aller voir s'il y a d'autres personnes qui en parlent.* »

Une attitude critique est adoptée envers les sources d'information perçues comme moins fiables, telles que le Journal de Montréal, souvent considéré comme sensationnaliste par les participants. Ces derniers préfèrent des médias comme Le Devoir, La Presse ou RAD jugés plus crédibles. Cette critique se reflète également dans une prudence face à l'information en ligne, notamment en ce qui concerne les informations circulant sur des plateformes comme Twitter et Facebook. C'est d'ailleurs le cas de KC qui mentionne « *J'ai toujours double-validé mes affaires. Quand je trouve un peu bizarre, ben là, je vais taper dans Google. Je me questionne : Est-ce que c'est un vrai article ou c'est n'importe quoi?* »

Cependant la popularité d'une page ou d'une source (en termes d'abonnés) est parfois perçue comme un signe de crédibilité. Pour certains participants, cette association entre popularité et fiabilité est nuancée par le fait que l'information peut toujours être biaisée :

« Ça dépend de l'information qu'il dit. S'il émet une opinion, ça ne veut pas dire que je vais être d'accord avec l'opinion, mais s'il émet un fait, un nouveau projet de loi qui va passer, ou peu importe, c'est sûr que je vais croire à ce qu'il dit, parce que veut veut pas que ça fait partie de son travail de dire la bonne chose. » (KC)

« Quand tu as des pages qui ont beaucoup d'abonnés, je me dis qu'il y a peut-être quelque chose de fiable. Je sais que ce n'est pas un bon... Je suis quand même biaisée par ça. Je me dis que ça doit être de l'information fiable. » (JR).

Je reviens d'ailleurs un peu plus loin sur cet aspect.

Cette approche sélective dans le choix des sources d'information est également influencée par les compétences informationnelles des jeunes. Ils mettent en avant l'importance du « background » de l'auteur ou du créateur de contenu. Par exemple, les informations provenant d'experts ou de personnalités académiques ou professionnelles sont jugées plus crédibles. Les jeunes participants privilégient des sources qui ont une expertise reconnue dans un domaine, comme des professeurs ou des spécialistes. C'est ce que LL a mentionné dans son entretien :

« C'est beaucoup la personne qui l'écrit. Si le nom me résonne quelque chose. Parfois, il va être aussi marquer le titre de la personne, ou professeur, ou c'est quoi son rôle dans la société, puis le média sur lequel elle ou il publie. Disons des journaux plus réputés que d'autres. »

En somme, les jeunes sont conscients de l'importance de la crédibilité des sources d'information. Ils adoptent une attitude critique et sélective dans leur consommation médiatique, en privilégiant les médias traditionnels tout en restant vigilants face à la désinformation en ligne.

4.5.2 Leur parcours scolaire a renforcé leurs compétences informationnelles

Cette sous-catégorie illustre comment le parcours scolaire des jeunes a renforcé leurs compétences informationnelles et a façonné leur manière d'analyser et de consommer l'information. En effet,

plusieurs participants à l'étude ont affirmé avoir acquis ou renforcé des compétences informationnelles grâce à leur parcours universitaire. C'est le cas de JR qui mentionne que :

« c'est sûr que maintenant, j'ai comme une lunette un peu différente pour lire la politique. Puis, je suis capable un peu de décerner les relations publiques dans la politique. Donc c'est sûr que je suis peut-être un peu plus sceptique par rapport à la politique, mais ça va m'en prendre plus qu'une déclaration pour faire mon idée. »

Pour RX :

« j'ai un bac en médias, donc je sais qu'il y a une différence entre un texte d'opinion, une chronique, puis un hebdomadaire. Donc si c'est un texte d'opinion, je vais quand même le lire parce que je suis intéressé, mais je vais prendre avec un grain de sel. »

Dans ce sens, il devient évident que l'expérience académique a permis aux participants de développer une approche plus critique et nuancée face aux informations qu'ils consomment et de développer des réflexes qu'ils n'avaient pas nécessairement avant, notamment le « fact-checking. » En effet, plusieurs participants ont fait part de ce qu'ils ont acquis durant leur parcours et qu'ils mettent en œuvre dans leur quotidien et dans leur consommation d'information. C'est le cas de ZL pour qui *« même dans mon travail aujourd'hui, je double-check tout. C'est vraiment un réflexe d'aller tout vérifier pour être certain que c'est la bonne affaire. C'est un peu un réflexe qu'on a, je pense, post-maîtrise. J'ai entendu dire que c'était très partagé dans les gens, qu'y ont une maîtrise. »*

C'est également le cas d'IL qui a mentionné *« je vais lire ce qui va être écrit. Ça m'est déjà arrivé d'aller voir la source, aller voir les communiqués de presse aussi. Ce que je ne faisais pas avant le bac. »*

Leur parcours académique a également amené les jeunes à se questionner sur la qualité des sources. En effet, sept participants ont fait la mention que les travaux imposés à travers leur cheminement leur ont permis de développer des critères dans la sélection de leurs sources jugées fiables. C'est du moins ce que KC mentionne *« avec la maîtrise et les documents scientifiques, on a quand même dû faire des attentions à nos sources. Ça reste qu'une source pour un travail et pour l'école ne va*

pas être une nouvelle nécessairement qu'on va voir dans les journaux. » ou encore UR qui va dans le même sens :

« Mes critères, je pense que ça découle genre de l'école. Honnêtement, tu sais, comme dans le sens que à l'école, je n'irais pas sur ces genres de sources pour un travail, comme le Journal de Montréal, parce que la qualité du journalisme est peut-être moins... Ben, à mon avis, il est moins bien que, mettons, Le Devoir. »

En somme, l'éducation joue un rôle central dans le développement des compétences informationnelles des jeunes. Elle les aide à appliquer un regard critique et une méthode de vérification des informations et à valoriser des sources fiables.

4.5.3 Les jeunes accordent une crédibilité aux personnes jugées expertes

La dernière sous-catégorie met en évidence que les jeunes désirent se tourner vers des personnes spécialisées plutôt que vers des sources plus générales. En effet, ils semblent avoir une préférence marquée pour des figures publiques qui possèdent un bagage académique et professionnel. Plusieurs participants ont mentionné suivre en ligne des personnalités publiques, qu'elles soient politiques ou non, pour recevoir de l'information. C'est le cas de RX qui exprime que *« Chaque fois que la page se prononce sur un sujet, je prends son opinion en compte beaucoup parce que je les considère [les administrateurs de la page] comme des experts dans leur domaine. »* Ou encore IL qui mentionne faire confiance aux propos de Catherine Dorion⁵², dû à son bagage professionnel

« Si, admettons, Catherine Dorion publie quelque chose, ben, je vais croire ce qu'elle me dit parce que je sais qu'elle est pleine de papiers, là. Elle est pleine de diplômes pis de trucs comme ça. C'est quelqu'un qui est érudit, c'est quelqu'un qui écrit, c'est quelqu'un qui se questionne pis tout ça. »

Toutefois, cette préférence pour les personnalités considérées comme expertes va au-delà du simple fait d'avoir un parcours académique ou professionnel impressionnant. Les jeunes semblent

⁵² Catherine Dorion est une femme politique québécoise, membre de Québec Solidaire et représentant de la circonscription de Taschereau à l'Assemblée nationale entre 2018 et 2022. Elle est également une auteure.

également privilégier des personnalités qu'ils perçoivent comme authentiques, transparentes et honnêtes dans leurs discours, ce qui me ramène au point que les jeunes s'engagent selon leurs valeurs et leurs intérêts.

4.6 Les jeunes utilisent une écologie de pratiques pour s'informer

Cette catégorie illustre la diversité des comportements d'information chez les jeunes adultes, qui adoptent des approches adaptées à leurs préférences et à leurs modes de vie. Ce mélange de pratiques montre que les jeunes sont à la fois sélectifs dans leur consommation d'information, souvent influencés par des notifications, des alertes ou des recommandations de leur entourage. J'aborde ces éléments dans les paragraphes suivants.

4.6.1 Les jeunes s'informent de manière sélective

La première sous-catégorie met en lumière une approche passive de la consommation d'informations, notamment en politique et actualité. Bien qu'ils manifestent un intérêt pour ces sujets et fassent l'effort de consulter des outils comme « la boussole électorale⁵³ » pour prendre des décisions éclairées, les jeunes ne s'engagent pas activement dans la recherche d'informations. Ils préfèrent que les nouvelles leur parviennent aléatoirement, principalement par le biais de notifications ou au travers des discussions qui émergent autour d'eux. JR a d'ailleurs dit

« je suis abonnée aux notifications de La Presse, de Radio-Canada. Donc, eux, ils envoient des notifications d'actualité à tous les jours, à tous les moments de la journée. Je m'informe un peu comme ça aussi, juste savoir un peu ce qu'elles sont les grandes lignes, c'est quoi qui se passe. Puis parfois, justement, quand je ressens le besoin d'avoir des infos de plus, je vais lire les articles qui sont en lien avec les notifications. »

⁵³ La boussole électorale est un sondage en ligne, conçu par des experts dans le domaine politique, pour connaître son alignement politique en lien avec les différentes idéologies des partis politiques. <https://boussoleelectorale.com>

Leur consommation d'actualité se limite souvent aux grandes lignes, sans approfondir les détails, et lorsqu'un sujet les interpelle particulièrement, ils se tournent alors vers des articles plus complets. Cela suggère qu'ils privilégient des informations qu'ils jugent pertinentes et alignées avec leurs préoccupations personnelles, mais sans un plus grand investissement.

Le mode de consommation des jeunes rencontrés est ainsi peu proactif : ils se laissent guider par les notifications et l'affichage de contenus sur leurs fils d'actualité, cherchant l'information principalement en fonction de ce qui leur est présenté. Ils filtrent les sujets selon leurs propres intérêts, sélectionnant les articles et les informations qui attirent leur attention, souvent selon leur position dans les résultats de recherche. « *Je suis quand même assez Apple News sur mon iPhone, ça fait que les nouvelles qui sortent, je les regarde, ça m'intrigue de temps en temps. Il y en a que je lis, il y en a que je ne lis pas;* » a mentionné KC. Cette approche illustre un engagement limité, où l'information est consommée de manière aléatoire, sans effort de recherche active ou d'analyse approfondie.

4.6.2 Les fonctionnalités des plateformes ont un impact sur la consommation d'information des jeunes

Cette dernière sous-catégorie met en lumière l'importance que les jeunes accordent aux caractéristiques des plateformes. Les jeunes reconnaissent l'attrait de plateformes comme TikTok, en raison de leur format de « défilement rapide » et de leur aspect interactif. Toutefois, ils expriment une insatisfaction générale vis-à-vis des applications dédiées aux nouvelles, qu'ils jugent peu engageantes et mal conçues pour capter leur attention de manière prolongée. Ils ressentent un manque de fonctionnalités pratiques dans l'interface de ces plateformes, ce qui les empêche de s'investir pleinement dans la consommation d'informations. C'est le cas de ZL :

« Honnêtement, ce qui me fait accrocher le plus, c'est vraiment le fameux scroll sur TikTok notamment. Je trouve qu'il manque quelque chose dans l'interface des applications de nouvelles. Il y a vraiment quelque chose qui fait en sorte que je ne reste pas longtemps. Il y a comme des petites frustrations par rapport à l'utilisation vraiment de la plateforme que je n'ai pas, mettons, sur les réseaux sociaux. »

Deux participants à l'étude ont mentionné préférer des formats d'information plus dynamiques et interactifs, tels que ceux proposés par RAD, où les nouvelles sont présentées de manière plus attractive et accessible. Ce type de présentation semble mieux correspondre à leurs attentes, démontrant une recherche d'un contenu plus stimulant et enrichissant. C'est d'ailleurs ce qu'IL a exprimé lors de son entretien :

« RAD, j'aime vraiment ça parce qu'ils ne font pas juste comme présenter l'information. Tu sais, ils vont faire des capsules, ils vont rendre ça interactif aussi. Tu sais, c'est niaisieux, là, mais c'est genre les couleurs qu'ils vont utiliser, les titres qu'ils vont utiliser, la façon qu'ils vont, tu sais, aller chercher ça. »

4.7 Synthèse du chapitre

Mes résultats ont démontré que les jeunes s'adaptent rapidement aux évolutions des plateformes numériques, en naviguant dans une écologie de plateformes qui leur permettent de s'informer sur les questions politiques. Le blocage des nouvelles sur META a perturbé leurs habitudes, révélant une certaine dépendance à ces canaux pour accéder à l'information. Certains ont activement cherché des alternatives, d'autres se sont désengagés, montrant des stratégies et des compétences informationnelles variées.

Dans cette optique, les jeunes savent généralement bien utiliser les outils numériques et ont développé certaines aptitudes, notamment grâce à leur parcours académique. S'ils reconnaissent l'importance des sources crédibles et des figures expertes, ils appliquent toutefois des critères très différents pour juger de la fiabilité d'un contenu. Cela reflète des approches diverses de l'information et met en évidence une forme de fracture intergénérationnelle dans les manières de s'informer.

Politiquement, beaucoup se disent désintéressés ou éloignés des formes de participation traditionnelles, mais s'engagent activement sur des enjeux qui les touchent personnellement, comme l'environnement ou les luttes sociales. L'entourage joue un rôle important, à la fois dans l'intérêt initial et dans la construction des opinions.

Enfin, leurs pratiques restent sélectives, contextuelles et fortement liées à leurs intérêts, leurs valeurs, leurs activités quotidiennes et leur environnement.

Dans le chapitre suivant, je discute de ces résultats et verrons s'ils peuvent entrer en relation avec les éléments issus de la littérature que j'ai mis de l'avant dans les premiers chapitres. J'observe également comment ces éléments de réflexion peuvent répondre à mes questions de recherche.

CHAPITRE X

DISCUSSION

Dans ce chapitre, j'utilise les résultats de mon étude afin de les mettre en parallèle avec la littérature discutée dans les deux premiers chapitres et établir des liens avec mes questions de recherche. Finalement, je finaliserai ce chapitre en mentionnant les limites de cette étude.

5.1 Mise en perspective

À l'issue de ma revue de littérature et dans le cadre de ma question de recherche, j'ai formulé trois questions spécifiques afin d'explorer en profondeur les pratiques informationnelles des jeunes de 18 à 25 ans vis-à-vis des questions politiques afin de former leur opinion personnelle. Rappelons que ma question principale est : comment les jeunes, âgés entre 18 et 25 ans s'informent-ils sur les questions politiques, sur les réseaux sociaux, en période électorale?

J'ai également formulé trois questions spécifiques :

1. Comment les jeunes s'approprient-ils les plateformes pour s'informer ?
2. Comment les compétences informationnelles numériques des jeunes participent-elles à s'informer sur les questions politiques ?
3. Comment le résultat de ces pratiques participe ou non à la formation de leur opinion sur les questions politiques?

Dans les prochaines sections, je discute de chacune de ces questions en discutant de mes résultats par les concepts de la littérature présentés dans mes deux premiers chapitres. Certaines réflexions qui émergent de cette discussion permettent de bonifier mon étude et de mettre de l'avant d'autres questions pour de futurs travaux.

5.2 Les jeunes s'adaptent à l'environnement des plateformes

Ma première question de recherche porte sur l'appropriation des plateformes par les jeunes pour s'informer. Comme mentionné dans les premiers chapitres, les réseaux sociaux occupent une place centrale dans la vie des jeunes générations. Depuis leur émergence, ces plateformes sont devenues des outils incontournables de communication et d'information. Leur attrait repose sur la rapidité d'accès à l'information, mais aussi sur la diversité des contenus et des fonctionnalités qu'elles offrent. En matière d'information, elles sont désormais un moyen de diffusion privilégié, particulièrement chez les jeunes, qui leur préfèrent souvent les médias traditionnels. Ma revue de littérature révèle d'ailleurs que 70 % des adultes québécois âgés de 18 à 24 ans considèrent les réseaux sociaux comme leur principale source d'information⁵⁴. Ce chiffre illustre bien le désengagement progressif des jeunes adultes envers les médias traditionnels vers une information plus instantanée et facilement accessible provenant des réseaux sociaux.

Mon analyse met en lumière cette recherche d'une information rapide, facilitée par les plateformes numériques. Les raisons qui poussent les jeunes à utiliser ces réseaux sont multiples : rapidité, dimension sociale, simplicité d'usage, fonctionnalités variées et contenus personnalisés. Ces éléments, fréquemment évoqués lors de mes entretiens, démontrent aussi une réalité observable au quotidien et témoignent de l'intérêt marqué des jeunes pour les réseaux sociaux. Toutefois, j'ai observé que les médias traditionnels gardent quand une même certaine crédibilité auprès des jeunes. Bien que les réseaux sociaux soient privilégiés pour s'informer dans leur quotidien, il reste que les jeunes sont conscients de la crédibilité d'une source et de l'importance d'avoir des sources vérifiées, sans toutefois avoir tous les mêmes critères. J'y reviens un peu plus loin dans ce chapitre.

5.2.1 Consommer par le social, entre facilité et obstacles

Les jeunes de mon étude s'informent principalement en parcourant leur fil d'actualité et en interagissant avec leur réseau. Comme le montre mon étude, cette activité sur les plateformes les amène à découvrir des nouvelles à travers les publications d'amis, les pages suivies ou encore les partages. Cette façon d'accéder à l'information, souvent spontanée et organique, en « scrollant », se manifeste particulièrement lorsqu'il est question de nouvelles de l'actualité et de la politique.

⁵⁴ CEFRIO. (2023). *Actualités en ligne, réseaux sociaux et balados*. [Enquête NETendance] 14(3). <https://transformation-numerique.ulaval.ca/wp-content/uploads/2023/12/netendances-2023-actualites-en-ligne-reseaux-sociaux-et-balados.pdf>

Les discussions et les partages dans leur réseau social permettent aux jeunes de maintenir un lien social tout en accédant à des contenus pertinents et intéressants pour eux. On observe donc une consommation d'information reposant en partie sur les algorithmes de plateformes initialement utilisées pour le divertissement.

Dans ce contexte, on peut se demander si consommer l'information de manière sociale permet réellement aux jeunes de se forger une opinion claire sur certains sujets, tel que sur un parti politique en période électorale. Bien que cette forme de consommation présente certains côtés positifs, elle reste largement influencée par les centres d'intérêt individuels et les contenus partagés par l'entourage. Ainsi, mon étude vient s'appuyer sur les propos de André Gunther, qui critiquant l'idée des bulles de filtres qui, selon lui, ne modifient seulement un très faible pourcentage (1%)⁵⁵ de l'exposition aux contenus. Selon lui, et en ramenant l'idée de Dominique Cardon, nos choix relationnels, tels que nos amis et nos abonnements, jouent un rôle plus déterminant que l'algorithme lui-même. « La bulle, c'est nous qui la créons. Par un mécanisme typique de reproduction sociale. Le vrai filtre, c'est le choix de nos amis, plus que l'algorithme de Facebook. » (Cardon, cité dans Gunther, 2016) Dans ce sens, il n'est pas question de bulles, mais de choix guidés par leur littératie, leurs compétences, leurs intérêts, leurs interactions, etc.

En sachant que les jeunes consomment majoritairement l'information en ligne, ils reçoivent fort probablement aléatoirement des éléments lors d'une campagne électorale ou d'un événement politique majeur. En se fiant à ce que les participants de mon étude ont nommé, ces éléments peuvent être des extraits vidéos de débats via TikTok, des publications d'homme ou de femme politique ou de parti sur Facebook, voire quelques articles de médias traditionnels via leurs notifications « Apple News » sur leur cellulaire. Mais est-ce suffisant pour se construire une opinion éclairée sur les différentes questions politiques?

La situation se complexifie davantage avec les évolutions de leurs paysages médiatiques, comme le blocage des nouvelles par Meta. Cette mesure soulève une question cruciale : comment les jeunes peuvent-ils se former une opinion lorsqu'une partie importante de l'information considérée comme fiable et vérifiée leur est désormais inaccessible ? En effet, les plateformes évoluent constamment,

⁵⁵ Gunther, André. (2016, 13 novembre.) Et si on arrêta avec les bulles de filtre? *L'image sociale; Le carnet de recherches d'André Gunther*. <https://imagesociale.fr/3666>

intégrant de nouvelles fonctionnalités, des mises à jour régulières et des outils basés sur l'intelligence artificielle. Ces changements influencent profondément la façon dont l'information est diffusée et consommée.

Les nouvelles réglementations, les modifications des algorithmes ou encore les décisions juridiques internationales affectent l'accès à l'information, obligeant les jeunes à s'adapter à un environnement numérique de plus en plus mouvant et parfois incertain. Si la flexibilité et l'adaptabilité sont essentielles dans cet univers numérique, elles ne garantissent pas pour autant des effets positifs sur le long terme. En effet, une information rapide, souvent incomplète, peut mener à un détachement de l'actualité, déjà faible chez les jeunes adultes, les exposant en plus à des biais et à de la désinformation.

Un élément central de mon analyse porte sur l'impact du blocage des nouvelles sur les plateformes de Meta, une mesure qui a profondément perturbé les habitudes informationnelles des jeunes. Cette restriction a forcé de nombreux usagers à réajuster leur manière de s'informer, en particulier une tranche de la population déjà moins engagée envers l'actualité et les enjeux politiques. Pour plusieurs jeunes, ce blocage a eu pour effet de les éloigner encore davantage de l'information, certains rapportant se sentir moins bien informés qu'auparavant, faute d'accès aux contenus d'actualité auxquels ils étaient exposés passivement via leur fil d'actualité.

Ces constats rejoignent les données publiées par le CEFRIO⁵⁶, selon lesquelles le blocage des nouvelles a conduit une majorité de Québécois à revoir leurs habitudes de consommation de l'information. Ce phénomène a été particulièrement marqué chez les 18-24 ans, dont 63 % ont déclaré avoir modifié leurs pratiques informationnelles. Les résultats de ma propre enquête confirment ces données : tous les participants à mon étude ont exprimé avoir dû modifier leurs habitudes en matière d'information à la suite du blocage des nouvelles par la plateforme Meta.

Mais qu'advient-il lorsqu'en plus d'avoir un accès limité ou restreint à l'information d'actualité et politique sur leurs plateformes habituelles, ces jeunes ont des compétences informationnelles inégales ? Cette situation soulève une réflexion : la capacité à distinguer l'information crédible de

⁵⁶ CEFRIO. (2023). *Actualités en ligne, réseaux sociaux et balados*. [Enquête NETendance] 14(3).
<https://transformation-numerique.ulaval.ca/wp-content/uploads/2023/12/netendances-2023-actualites-en-ligne-reseaux-sociaux-et-balados.pdf>

celle qui est biaisée, incomplète ou même fausse devient alors très variable d'un individu à l'autre. C'est ce que j'aborde dans la section suivante.

5.3. Les jeunes ne possèdent pas tous les mêmes compétences

Ma deuxième question de recherche porte sur les compétences informationnelles des jeunes et comment ces dites pratiques participent-elles à s'informer sur les questions politiques. Bien que mon échantillon comporte des jeunes tous issus d'un même profil scolaire, il reste tout de même des différences notables entre cette même génération. Les jeunes n'ont pas tous les mêmes compétences informationnelles, contrairement à ce que plusieurs semblent affirmer. Mon analyse a clairement démontré que ces jeunes, que l'on appelle régulièrement « natif du numérique », n'ont pas tous les mêmes réflexes lorsqu'ils sont confrontés à une information et n'ont pas les mêmes critères lorsque vient le temps de déterminer la crédibilité de cette information et de cette source.

5.3.1 Crédibilité : pas les mêmes critères pour tout le monde

Les propos recueillis lors de mes entretiens révèlent une réelle lucidité, chez les jeunes, quant à l'importance de la crédibilité des sources d'information. Bien qu'ils soient massivement exposés à l'information via les réseaux sociaux, plusieurs affirment adopter un regard critique, voire méfiant, envers ces plateformes. Ils disent privilégier les médias traditionnels, perçus comme plus rigoureux et encadrés par des codes déontologiques, tels que Radio-Canada, Le Devoir ou encore La Presse. Si certains suivent ces médias traditionnels via leurs comptes sur les réseaux sociaux, à l'exception maintenant des plateformes de Meta, ce discours peut toutefois sembler questionnable, voire contradictoire, dans la mesure où les jeunes utilisent majoritairement les réseaux sociaux comme principale source d'information. Ce parallèle entre pratiques et ce qu'ils affirment, souligne l'enjeu central des compétences informationnelles, tel que le décrit Soung (2015), notamment la nécessité de savoir identifier, évaluer et utiliser l'information dans un contexte d'abondance de contenus. L'analyse montre également une grande diversité dans les pratiques : certains participants vérifient systématiquement l'information, tandis que d'autres accordent une confiance totale à certaines sources, sans validation supplémentaire. De plus, le fait d'associer la crédibilité à la « popularité », fréquemment évoqué par les participants à mon étude, révèle que la visibilité ou le nombre d'abonnés d'une page ou d'un créateur de contenu est parfois pris comme signe de fiabilité. Cette

différence observée dans mon échantillon démontre des différences dans les compétences informationnelles des jeunes et leur littératie numérique, mettant en perspective le cadre d'Eshet (2004) délimitant les quatre principes fondamentaux de la littératie numérique : accéder, utiliser, comprendre et s'engager. À la lumière de mes résultats, des différences notables ont été observées dans mon échantillon, me permettant d'affirmer que ce ne sont pas tous les jeunes qui accèdent, utilisent, comprennent et s'engagent avec l'information de la même manière, menant à une fracture intergénérationnelle claire.

Accéder qui signifie être capable d'accéder aux appareils afin d'utiliser et de consommer des médias numériques et de trouver du contenu à l'aide d'outils. Si tous les participants de mon étude ont accès aux plateformes numériques de façon assez équitable, cette capacité ne s'exerce toutefois pas de manière uniforme. Certains les utilisent « à leur pleine capacité », en exploitant différentes fonctionnalités pour diversifier leurs sources ou délimiter leurs recherches. D'autres, cependant, adoptent une approche plus passive et se contentent d'interagir avec les contenus qui apparaissent dans leur fil d'actualité ou provenant de sources qu'ils connaissent/suivent déjà. Cette variabilité dans la manière d'accéder à l'information illustre une première distinction importante dans les compétences informationnelles des jeunes.

Utiliser : qui signifie avoir les compétences techniques nécessaires pour utiliser les outils numériques et médiatiques. Les jeunes de mon échantillon démontrent généralement une aisance avec les outils numériques. Toutefois, tous ne les utilisent pas de la même manière: certains se limitent à un usage routinier et « automatique », sans chercher à contourner les algorithmes ni à diversifier leurs sources. Peu d'entre eux, par exemple, ont mentionné entreprendre des démarches pour vérifier l'information en dehors de leur fil d'actualité principal ou consulter des sources alternatives.

Comprendre : qui signifie réfléchir de manière critique à la façon dont les médias sont créés et dans quel but, examiner l'impact des médias sur nous et la société, et réfléchir à la façon dont nous utilisons les outils numériques et médiatiques. Certains jeunes de mon échantillon expriment une connaissance des mécanismes des algorithmes ou des fonctionnements des plateformes, mais cette compréhension reste souvent superficielle. La coupure d'accès engendré par la loi C-18 n'a pas

nécessairement renforcé leur esprit critique, mais a plutôt augmenté leur détachement de l'information.

S'engager : qui signifie utiliser les médias numériques de manière efficace et responsable en vue de participer à nos communautés en ligne et hors ligne en tant que citoyens engagés et responsables. Les jeunes de mon échantillon démontrent généralement une aisance avec les outils numériques. Toutefois, cette facilité d'usage n'est pas toujours mobilisée pour s'engager et utiliser les plateformes à leur pleine capacité. Dans le cas de mon étude, tous les participants ont mentionné ne pas interagir sur les plateformes et se limiter à la consultation de contenu sans jamais vraiment partager, commenter ou produire leurs propres informations.

Ces diverses variabilités dans les différents principes de la littératie numérique mettent en lumière les différences à travers les individus d'une même génération, montrant une fracture intergénérationnelle bien présente. J'en discute dans la section suivante.

5.3.2 Fracture intergénérationnelle : déconstruire l'idée de natif du numérique

Les jeunes, comme je l'ai mentionné, sont souvent qualifiés de « natifs du numérique », une notion introduite par Prensky (2001), qui tend à faire croire à une maîtrise innée de ces technologies. Mes résultats viennent infirmer cette vision, notamment en ce qui concerne les compétences informationnelles des jeunes et leur manière de s'informer sur des questions politiques. En effet, à la lumière de mes données, les jeunes, bien qu'exposés à une multitude d'informations, développent des pratiques sélectives dans leur consommation. Plusieurs de mes participants ont montré une attention particulière à la crédibilité des sources, cherchant activement à vérifier les informations et à éviter les biais ou la désinformation. Ce constat rejoint les observations de Soung (2015), qui souligne que les étudiants universitaires sont confrontés à une augmentation constante des ressources d'information, un défi majeur les obligeant à identifier leurs besoins, à rechercher l'information pertinente et à l'évaluer de manière critique avant de l'utiliser. Cela implique, comme le souligne Duplâa (2011), le développement de compétences en littératie numérique, indispensables pour exploiter efficacement ces ressources dans un contexte informationnel de plus en plus complexe.

Cependant, une diversité notable a émergé dans la manière dont mes participants évaluaient la fiabilité de l'information. Alors que certains jeunes étaient capables de faire la distinction entre des informations fiables et non fiables, d'autres semblaient moins sensibles à ces critères, ce qui révèle des différences importantes dans leurs compétences informationnelles. Ces écarts soulignent une fracture qui va au-delà de la simple exposition aux outils numériques. Cette hétérogénéité des compétences informationnelles rejoint directement la position de Latzko-Toth et al. (2017) selon laquelle la génération des « natifs du numérique » n'est pas homogène, et que les pratiques informationnelles des jeunes sont fortement influencées par des facteurs contextuels et individuels. La question de l'accès à l'information et des fractures numériques, comme l'évoque Sylvie Octobre (2019), est également pertinente dans le cadre de mon étude. Si mes résultats montrent que les jeunes ont un accès relativement égal aux outils numériques, les compétences pour exploiter ces outils de manière réfléchie et efficace varient beaucoup. Cette observation fait écho à la *Norme sur les compétences informationnelles dans l'enseignement supérieur*⁵⁷, qui identifie cinq compétences informationnelles essentielles : déterminer l'étendue de l'information nécessaire, y accéder efficacement, évaluer de façon critique l'information et ses sources, utiliser l'information pour atteindre un objectif précis, et enfin comprendre les enjeux économiques, juridiques et sociaux liés à une utilisation éthique de l'information. Malgré tout, tous les participants ne maîtrisent pas ces compétences de manière équivalente, ce qui met en lumière l'existence d'une fracture intergénérationnelle. Il serait ainsi particulièrement intéressant d'observer ces variations de compétences informationnelles avec un échantillon élargi, composé de participants issus de parcours et de niveaux d'étude différents.

Mes résultats révèlent aussi que certains jeunes prennent une approche plus stratégique dans leur consommation d'informations, en prenant le temps de vérifier les sources et en étant plus sceptiques face à certains contenus, souvent grâce à leur parcours académique. Cette prise de conscience des enjeux liés à la désinformation et à la manipulation des informations, émerge en partie de leurs études supérieures et grâce aux travaux réalisés les amenant à développer des compétences précises. Cependant, ces compétences ne sont pas universellement partagées, et

⁵⁷ CREPUQ. (2005). Normes sur les compétences informationnelles dans l'enseignement supérieur de l'Association of College and Research Libraries. https://www.umoncton.ca/umcm-bibliotheque-champlain/files/umcm-bibliotheque-champlain/wf/wf/pdf/Norme_sur_les_compétences_informationnelles_0.pdf

certaines jeunes de mon échantillon sont moins sensibilisés à ces enjeux, ce qui renforce l'idée de fractures dans les compétences informationnelles, mais aussi dans la capacité à naviguer efficacement dans l'environnement numérique.

En outre, le concept de fracture numérique va au-delà de l'accès aux technologies. Mes résultats montrent que même au sein d'une population jeune et relativement homogène en termes d'âge ou de parcours académique, des différences restent dans les compétences informationnelles. Par exemple, bien que tous mes participants soient issus de formations supérieures, leur capacité à évaluer la crédibilité des informations varie, suggérant que des facteurs tels que l'expérience personnelle avec les réseaux sociaux, les interactions sociales ou l'intérêt pour l'actualité politique jouent un rôle important dans la façon dont ces jeunes s'informent. Cette observation confirme les travaux de Sylvie Octobre (2019) sur les fractures sociologiques et psychologiques des jeunes vis-à-vis de l'information, où l'accès à la technologie ne suffit pas à garantir une maîtrise homogène des compétences informationnelles.

Si les participants à mon étude font preuve d'une certaine vigilance quant aux sources et à la crédibilité des informations, il n'en demeure pas moins qu'une majorité d'entre eux restent désengagés des processus électoraux. Cela nous amène à m'interroger sur la relation entre compétences informationnelles et engagement politique. En effet, le niveau d'intérêt pour la politique influence le temps consacré et les recherches effectuées pour accéder à une information fiable et vérifiée. Une dynamique qui pourrait être explorée plus en profondeur dans le cadre d'études futures.

5.4 Des facteurs déterminants dans le processus de formation de l'opinion des jeunes

Ma troisième question de recherche porte sur la manière dont les pratiques informationnelles et numériques, par exemple, la recherche et la récupération de l'information, l'évaluation de la qualité des sources, l'utilisation pertinente de l'information, la représentation et la création de connaissances, des jeunes contribuent, ou non, à la formation de leurs opinions à l'égard des questions politiques. Ma revue de littérature a mis en lumière plusieurs facteurs exerçant une influence significative sur la construction de l'opinion personnelle, tels que les leaders d'opinion, l'environnement social, ainsi que le système de croyances de chacun. Au fil de mon analyse, quatre

facteurs déterminants se sont particulièrement démarqués, me permettant de mieux comprendre les dynamiques jouant un rôle dans la formation de l'opinion politique des jeunes.

L'influence de l'environnement social joue un rôle clé dans la formation des opinions des jeunes. Que ce soit de la famille, des amis ou encore des collègues de travail, l'entourage est un élément fondamental de la construction de l'opinion personnelle des jeunes. Mon analyse confirme que les discussions privées, souvent entre proches, permettent non seulement un échange d'idées, mais aussi des réflexions, menant parfois à influencer des gestes politiques, tel que le vote. Ces discussions s'inscrivent dans la logique des travaux de Katz et Lazarsfeld (1955) et d'Alloing (2016), qui ont démontré l'importance des relations interpersonnelles dans les processus d'influence et de formation d'opinion.

Les croyances préexistantes jouent également un rôle central dans la formation des opinions des jeunes adultes. Ces derniers interprètent souvent les contenus politiques en fonction de leur système de valeurs et de leurs convictions. Bien souvent, ces croyances se forment dans l'éducation familiale « enseignée » ou dans l'influence du groupe d'amis, ce qui renforce davantage l'idée que l'environnement social est un facteur déterminant dans la construction de l'opinion. Ce système de croyances guide la manière dont l'information est perçue, acceptée ou rejetée, influençant ainsi le positionnement politique des jeunes.

Comme je l'ai déjà évoqué, l'environnement médiatique dans lequel évoluent les jeunes exerce une influence majeure sur leur manière de s'informer et, par conséquent, sur la construction de leur opinion. Les réseaux sociaux numériques, en particulier, façonnent non seulement les contenus auxquels les jeunes sont exposés, mais aussi la façon dont ils les consomment. En effet, les jeunes sont plongés dans un *bain médiatique*, c'est-à-dire des espaces numériques où circulent des informations issues de multiples plateformes : télévision, radio, réseaux sociaux, balados, etc. Ils y sont en permanence immergés. Cette exposition constante, mais souvent aléatoire, fait en sorte qu'ils captent des bribes de contenus médiatiques sans nécessairement avoir une vision globale. C'est d'ailleurs ce que mes entretiens ont révélé : certains jeunes mentionnent des médias traditionnels, comme la télévision ou des journaux, tels que La Presse ou Le Devoir, tandis que d'autres s'appuient presque exclusivement sur des sources numériques, notamment TikTok. Cette

diversité dans les sources d'information utilisées joue un rôle central dans la manière dont ils forment leurs opinions sur les questions politiques.

Enfin, trois mécanismes psychosociaux influencent de façon notable la manière dont les jeunes forment leurs opinions sur les questions politiques (Kelman dans Alloing, 2016, p.98) :

La conformité : adopter l'opinion d'un groupe pour y appartenir ou éviter le conflit; Mes données montrent que la majorité de mes participants partagent les opinions politiques de leur entourage, soit par manque d'information claire, par exemple lorsqu'ils ne savent pas pour qui voter, soit parce qu'ils se fient principalement à leurs proches pour se forger une opinion politique. Par ailleurs, certains expliquent qu'ils évitent d'aborder les sujets politiques, souvent perçus comme tabous, afin d'éviter les tensions ou toute confrontation.

L'identification : intégrer certains éléments d'un groupe pour se définir ou affirmer une appartenance ; Des participants ont affirmé se tenir informé sur des questions politiques puisqu'ils se sentaient interpellés d'une certaine façon. Par exemple, une participante a mentionné voter pour la candidate qui était la plus populaire ou encore deux participants qui ont mentionné s'informer sur les enjeux proches de chez eux, donc dans un environnement physique que leur appartient.

L'internalisation : accepter une opinion parce qu'elle est en cohérence avec ses propres valeurs. Je l'ai mentionné à plusieurs reprises, les jeunes s'engagent en lien avec leurs propres intérêts et valeurs. Dans ce sens, ils forment leurs opinions politiques selon ce qui fait du sens avec leurs valeurs et ce qu'ils jugent importants selon leurs convictions. La totalité des participants à mon étude ont mentionné être plus enclin à se faire une opinion positive envers des partis ou des idéologies qui reflètent leurs convictions et valeurs.

À travers mon analyse, j'ai observé que les jeunes se situent principalement dans des dynamiques de conformité et d'internalisation. En effet, ils ont tendance à adopter ou suivre les opinions de leur entourage ou encore de choisir « la voie » qui résonne le plus avec leurs valeurs personnelles. On peut donc dire que le positionnement politique des jeunes se construit dans un certain sens au milieu de l'influence de leur entourage et de leurs valeurs/convictions personnelles.

5.4.1 L'intérêt : le facteur le plus déterminant ?

Bien que tous ces facteurs influencent la formation des opinions personnelles chez les jeunes, l'intérêt, ou le désintérêt pour la politique, joue un rôle déterminant dans la manière dont ces influences s'exercent. En effet, même si les jeunes sont exposés à des informations politiques par le biais des réseaux sociaux ou de leur entourage, le véritable point de départ demeure l'intérêt qu'ils portent à la politique. Cet intérêt constitue, selon moi, le premier facteur décisif dans la construction d'une opinion personnelle. Lorsqu'il est absent ou très faible, les jeunes ont davantage tendance à se fier ou de se conformer aux opinions et aux choix politiques de leur entourage. C'est également ce manque d'intérêt qui freine leur volonté d'approfondir l'information ou de faire l'effort supplémentaire pour se forger une opinion éclairée.

Mon analyse a d'ailleurs mis en évidence la différence dans l'intérêt porté à la politique chez les jeunes. Pour ceux portant un intérêt plus élevé pour la politique, la recherche d'information et la formation de l'opinion se réalisaient beaucoup plus par eux même, par rapport à ceux désintéressés à la politique. En effet, ceux ne portant pas nécessairement d'intérêt dans leur quotidien avaient beaucoup plus tendance à se fier à l'opinion de la masse et/ou de leur environnement social et ont davantage tendance à se conformer. Notons également l'influence de l'intérêt de l'entourage proche envers la politique. En effet, mon étude a révélé que les jeunes issus d'une famille plus politisée avaient davantage tendance à porter un intérêt envers la politique, qu'un jeune issu d'une famille où la politique est un sujet tabou ou encore peu important.

Cette tendance se confirme dans mon étude. Les pratiques numériques en lien avec l'information politique varient selon le niveau d'intérêt et d'engagement des jeunes. Les participants les plus politisés, souvent issus de familles où la politique est régulièrement discutée, adoptent une démarche plus active. En effet, ils vont davantage chercher l'information par eux-mêmes, sont plus attentifs à la fiabilité des contenus et vont le faire dans le quotidien, et non uniquement au moment des élections. Ils disposent aussi, dans la plupart des cas, d'opinions déjà construites ce qui renforce leur intérêt. À l'inverse, les jeunes moins engagés politiquement, souvent issus de milieux où la politique est absente ou considérée comme tabou, ont tendance à adopter une posture plus passive. Ils se laissent davantage porter par les algorithmes des plateformes et consomment majoritairement les contenus qui apparaissent spontanément dans leur fil d'actualité ou via les interactions avec

leur entourage. Ce sont des observations que j'ai pu voir à l'issue de mon étude, mais qui pourraient être approfondies.

5.4.2 La politique versus les enjeux sociaux

Peut-on dire que les jeunes sont-ils désintéressés par la politique? Oui, en partie, sans vouloir généraliser. Et mes observations rejoignent les études plus quantitatives sur la question. Toutefois, ces derniers se montrent fortement engagés lorsqu'il s'agit de sujets qui reflètent leurs valeurs et leurs intérêts, souvent en lien avec leur système de croyances ou les enjeux qu'ils jugent prioritaires. La crise environnementale, les inégalités sociales, les questions de genre ou encore la lutte féministe sont des thèmes qui sont revenus fréquemment lors de mes entretiens.

Mon analyse révèle que les jeunes se sentent beaucoup plus interpellés par ces enjeux concrets que par les processus électoraux traditionnels. Ce désintérêt envers la politique institutionnelle s'explique en grande partie par un manque de confiance envers les instances politiques. Les jeunes expriment une forte méfiance à l'égard des partis et des figures politiques, souvent perçus comme déconnectés de la réalité ou porteurs de promesses non tenues.

Les institutions politiques auraient tout à gagner à revoir leurs approches traditionnelles pour regagner la confiance des jeunes adultes. Bien que certains changements soient déjà en cours, notamment par l'utilisation des réseaux sociaux (TikTok par exemple) comme outils de campagne, il reste encore beaucoup à faire. Principalement en sachant que les jeunes consomment via leurs interactions en ligne. Il serait pertinent de s'interroger sur les stratégies qui pourraient favoriser un engagement plus actif et durable des jeunes dans la vie politique, principalement en période électorale, un moment crucial où plusieurs cherchent à se forger une opinion sur les partis en vue d'exercer leur droit de vote.

5.5 Limites de la recherche

Comprendre l'impact des pratiques informationnelles des jeunes sur la formation de leur opinion m'a permis de mettre en lumière plusieurs dimensions de leurs habitudes médiatiques, tout en approfondissant ma compréhension des facteurs qui influencent la construction de leurs opinions politiques.

Cependant, il aurait été pertinent d'élargir mon échantillon afin d'explorer d'autres perspectives. Mon étude s'est concentrée sur des participants ayant un niveau d'études considéré comme supérieur. En interrogeant des jeunes issus d'autres domaines d'études ou possédant un parcours scolaire différent, voire moins avancé, j'aurais peut-être pu observer des points de vue divergents. Cette diversification aurait sans doute mis en lumière des écarts encore plus marqués, notamment en ce qui concerne la fracture intergénérationnelle.

Dans une autre optique, il aurait pu être intéressant de croiser les résultats obtenus avec les profils de mon échantillon. Mettre en relation ces données aurait permis de mieux comprendre comment certaines caractéristiques, par exemple le domaine d'études ou le milieu de travail (communication vs politique), peuvent influencer les pratiques observées. Une telle analyse aurait ajouté une dimension supplémentaire à l'interprétation des résultats et permis de déterminer plus précisément l'existence d'éventuelles influences liées aux profils.

Par ailleurs, la taille relativement restreinte de mon échantillon constitue une autre limite, puisque les opinions recueillies ne peuvent représenter l'ensemble des jeunes adultes. Les résultats doivent donc être interprétés avec prudence.

Dans la même optique, bien que la majorité des jeunes interrogés aient exprimé un certain désengagement à l'égard de la politique, il est fort probable que des jeunes très engagés politiquement auraient apporté une tout autre dimension à mon étude, enrichissant ainsi la diversité des profils et des discours analysés.

5.6 Synthèse du chapitre

L'analyse de ma première question de recherche met en lumière l'omniprésence des réseaux sociaux dans les pratiques informationnelles des jeunes. Ces plateformes numériques, perçues comme accessibles, rapides et socialement engageantes, constituent aujourd'hui leur principale source d'information. Toutefois, cette consommation se fait majoritairement de manière passive, à travers le fil d'actualité et les partages dans leur réseau, rendant l'exposition à l'information très aléatoire et influencée par les algorithmes des plateformes. Bien que ces espaces numériques facilitent l'accès à certains contenus, nous pouvons voir certaines limites où l'on peut se questionner sur la possibilité pour les jeunes de se forger une opinion politique réellement éclairée.

Le blocage des nouvelles par META, combiné à des compétences informationnelles inégales, vient compliquer davantage cette dynamique.

Par ailleurs, mes résultats mettent en lumière une notion claire chez plusieurs jeunes de l'importance de la crédibilité des sources d'information. Bien que leur consommation passe majoritairement par les réseaux sociaux, plusieurs disent privilégier les médias traditionnels, reconnus pour leur rigueur. Toutefois, cette attitude critique est en parallèle avec des pratiques parfois contraires, démontrant de grandes différences dans les compétences informationnelles. Ces différences soulignent l'hétérogénéité des jeunes face aux outils numériques et remettent en question l'idée de « natifs du numérique » et aux compétences uniformes au sein d'une même génération.

Enfin, mon analyse a permis de dégager plusieurs facteurs clés qui ont un impact sur la manière dont les jeunes s'informent sur les questions politiques, notamment l'environnement social, le système de croyances, l'environnement médiatique et certains mécanismes psychosociaux. J'ai observé que les jeunes évoluent souvent dans des dynamiques de conformité et d'internalisation : ils adoptent parfois les opinions dominantes de leur entourage ou s'alignent avec celles qui résonnent avec leurs propres convictions. Toutefois, l'intérêt pour la politique reste un facteur déterminant. Les jeunes peu engagés ont tendance à se fier davantage à leur environnement social, tandis que ceux qui manifestent un intérêt réel prennent plus activement en charge leur information politique.

CONCLUSION

Aux termes de cette étude, il est pertinent de revenir à l'origine de cette démarche de recherche, qui trouve ses racines dans une expérience professionnelle en politique provinciale. C'est au cœur d'une campagne électorale, alors que je travaillais au sein du cabinet d'un parti politique, que j'ai pu observer de manière concrète l'omniprésence des réseaux sociaux numériques dans la communication politique. J'ai été frappée par la rapidité avec laquelle l'information circulait, par la manière dont les messages étaient construits pour capter l'attention des électeurs, et par le rôle central que jouaient les plateformes dans la stratégie électorale. Cette immersion m'a amenée à m'interroger sur les pratiques informationnelles des jeunes ainsi que sur la formation de leurs opinions sur les questions politiques, principalement au moment où ils sont invités à poser un geste politique.

Ainsi, pour conclure, l'objectif premier de cette recherche était de mieux comprendre et de mettre en lumière comment les jeunes adultes, âgés de 18 à 25, ans inscrits à la maîtrise ou diplômés, s'informent sur les questions politiques à travers les réseaux sociaux numériques, et comment ces pratiques participent, ou non, à la formation de leur opinion en période électorale.

Dans un premier temps, j'ai observé que la participation politique des jeunes tend à s'éloigner des formes traditionnelles, notamment électorales, tout en s'exprimant davantage à travers l'engagement envers des enjeux sociaux ou environnementaux. Ainsi, bien que les taux de participation électorale chez les jeunes demeurent faibles, leur implication politique, sous d'autres formes, est en croissance. Ma revue de littérature a également mis en lumière un changement notable dans les habitudes médiatiques : les jeunes délaissent les médias traditionnels au profit des réseaux sociaux numériques, qui constituent aujourd'hui leur principal canal d'information. Toutefois, malgré cet usage généralisé, les jeunes ne sont pas à l'abri des transformations des plateformes elles-mêmes, comme le blocage des nouvelles par Meta, qui influencent directement leurs habitudes de consommation d'information.

Par ailleurs, ma recherche s'est penchée sur la question de la littératie numérique, ainsi que sur l'idée selon laquelle les jeunes partageraient des compétences informationnelles homogènes du fait de leur appartenance à une même génération dite « native du numérique. » À la lumière de cette littérature, j'ai donc formulé ma question de recherche de la manière suivante : comment les jeunes, âgés entre 18 et 25 ans, s'informent-ils sur les questions politiques, sur les réseaux sociaux, en période électorale? À partir des éléments, j'ai formulé trois sous-questions de recherche : 1) Comment les compétences informationnelles numériques des jeunes participent-elles à s'informer sur les questions politiques? 2) Quelles écologies de pratiques développent-ils pour s'informer ? 3) Comment le résultat de ces pratiques participe ou non à la formation de leur opinion sur les questions politiques?

Le deuxième chapitre a permis d'élaborer mon cadre théorique en s'appuyant sur trois concepts clés : les pratiques informationnelles, la littératie numérique et l'opinion personnelle. Ce chapitre a mis en lumière la complexité et l'hétérogénéité des usages numériques chez les jeunes, permettant notamment de déconstruire l'idée de « natif du numérique » en montrant que l'accès généralisé aux outils ne signifie pas une maîtrise équivalente. J'ai également examiné les facteurs qui influencent la formation de l'opinion personnelle, tels que l'environnement social, les croyances préexistantes, ou encore le contexte médiatique, autant d'éléments qui ont orienté ma collecte des données.

Dans le troisième chapitre, j'ai d'abord présenté ma méthodologie qui s'appuie sur une stratégie de recherche qui est démarche qualitative inductive composée d'une approche compréhensive et interprétative. J'ai ensuite présenté ma population que j'ai sélectionnée pour mon étude constituée de jeunes étudiants à la maîtrise ou ayant complété une maîtrise, âgés entre 18 et 25 ans, dans un domaine connexe aux communications. Cette sélection s'est réalisée selon les critères suivants : étudiants de 18-25 ans à la maîtrise ou qui ont complété une maîtrise, posséder des comptes sur les réseaux sociaux et considérer les utiliser et avoir le droit de vote au Québec. Dans ce sens, j'ai donc opté vers des entretiens semi-dirigés pour ensuite utiliser la méthode d'une analyse générale inductive permettant d'analyser les corpus de mes participants en plusieurs catégories.

Le quatrième chapitre de cette étude présente mes résultats. À travers l'analyse de 201 extraits d'entretiens, j'ai dégagé six grandes catégories et dix-sept sous-catégories révélant les pratiques informationnelles des jeunes de 18 à 25 ans à la maîtrise ou diplômés. Ces résultats montrent que

ces jeunes s'adaptent aux environnements numériques, mobilisent diverses compétences informationnelles et s'informent à travers une écologie de pratiques complémentaires. Toutefois, un désintéressement marqué envers la politique se manifeste, contrebalancé par un engagement ciblé envers les contenus qui les interpellent personnellement. Leurs pratiques sont également fortement influencées par leurs interactions sociales. Ces résultats m'ont permis de formuler des éléments de discussions, me permettant d'émettre des conclusions.

Finalement, mon dernier et cinquième chapitre m'a permis de discuter de mes résultats. L'analyse de ma première question de recherche révèle que les réseaux sociaux occupent une place centrale dans les pratiques informationnelles des jeunes, bien que leur utilisation demeure majoritairement passive et influencée par les algorithmes. Si certains jeunes démontrent une conscience de la crédibilité des sources, les compétences informationnelles restent inégales, remettant en question l'idée d'une génération homogène de « natifs du numérique ». Enfin, l'environnement social et le niveau d'intérêt pour la politique apparaissent comme des facteurs déterminants dans la manière dont ces jeunes accèdent, filtrent et s'approprient l'information politique.

En somme, à l'issue de cette étude, plusieurs constats fondamentaux se dégagent. D'abord, il apparaît clairement que les jeunes ne forment pas un groupe homogène en matière de compétences informationnelles. Bien que souvent qualifiée de « natifs du numérique », cette génération n'adopte ni les mêmes façons de naviguer sur les plateformes, ni les mêmes critères pour évaluer la crédibilité des sources. Ma recherche met ainsi en lumière une grande hétérogénéité au sein même de cette génération, révélant l'existence d'une fracture intergénérationnelle.

J'ai également observé que les jeunes mobilisent une véritable écologie de plateformes et de pratiques pour s'informer, où le « social » joue un rôle central. Que ce soit à travers les interactions en ligne, les opinions de leurs proches ou les discussions informelles, le réseau social, au sens large, demeure un élément essentiel dans leur manière de consommer l'information politique. Ces pratiques, bien que variées, influencent fortement la manière dont ils se forment une opinion.

Certains jeunes se montrent très attentifs à la fiabilité des sources, développant une approche critique face à l'information en ligne. D'autres, à l'inverse, s'informent de manière plus passive, influencés par les contenus proposés par les algorithmes ou les opinions dans leur entourage. Cette

diversité démontre que l'exposition aux plateformes numériques ne garantit ni un usage réfléchi, ni une volonté égale de s'informer politiquement. L'analyse a par ailleurs permis d'identifier plusieurs facteurs clés qui influencent la formation de l'opinion politique des jeunes : l'environnement social, le système de croyances, l'environnement médiatique, ainsi que certains mécanismes psychosociaux, comme la conformité, l'identification ou encore l'internalisation.

Néanmoins, le facteur qui semble le plus déterminant demeure l'intérêt porté à la politique. Plus cet intérêt est fort, plus les jeunes développent des pratiques actives. À l'inverse, ceux qui se montrent désengagés ont tendance à se reposer sur leur entourage ou sur les contenus qui apparaissent spontanément dans leur fil d'actualité. Enfin, mon étude confirme un phénomène déjà observé dans d'autres recherches : les jeunes, bien qu'éloignés des formes traditionnelles de participation politique, s'engagent fortement lorsqu'il est question d'enjeux sociaux et environnementaux qui résonnent avec leurs valeurs personnelles.

Cette recherche a permis de faire avancer la compréhension des pratiques informationnelles des jeunes dans un contexte politique, en mettant en lumière la diversité de leurs rapports aux plateformes numériques, à l'information et à l'engagement. Toutefois, plusieurs pistes pourraient venir approfondir et enrichir ce travail. Il serait pertinent, par exemple, d'élargir l'échantillon à d'autres groupes d'âge afin d'évaluer si les dynamiques observées chez les 18-25 ans sont spécifiques à cette génération ou plus largement partagées. Une autre voie de recherche prometteuse consisterait à explorer les raisons pour lesquelles les jeunes semblent davantage s'identifier à des causes sociales qu'à des partis politiques traditionnels, afin de mieux comprendre les nouvelles formes d'engagement et les leviers possibles pour raviver l'intérêt politique des jeunes générations qui pourraient avoir un impact énorme sur nos systèmes politiques actuels.

ANNEXE A

GUIDE D'ENTRETIEN

Comme expliqué préalablement, les entretiens pour se dérouleront en ligne, par vidéoconférence. Cette méthode a été choisie pour faciliter l'enregistrement des entretiens et pour vous éviter tout déplacement.

Des notes seront prises tout au long de nos rencontres afin de noter certains éléments pertinents qui seront utilisés pour l'analyse de la recherche.

Je vous ferai une brève présentation de ma recherche et je vous expliquerai le déroulement des entretiens. Nous passerons ensuite à l'entretien proprement dit. L'entretien comporte 5 grands thèmes : votre parcours, accéder à l'information, utiliser l'information, comprendre la façon d'utiliser l'information et s'engager grâce à l'information.

À la fin de l'entretien, je prendrai un moment pour conclure la séance et pour vous expliquer la prochaine étape.

À titre de rappel, vous êtes libre de répondre ou non aux questions et d'arrêter l'entrevue à tout moment. Tout ce que vous direz sera anonyme, autant dans le traitement qui en sera fait que pour d'éventuelles analyses ensuite.

Avez-vous bien compris? Avez-vous des questions?
Je vais maintenant partir l'enregistrement.

Peux-tu me confirmer verbalement ces informations :

- Es-tu âgé entre 18 et 25 ans?
- Résides-tu au Québec?
- Vas-tu au Cégep ou à l'université?
- Utilises-tu Facebook de manière régulière?

Thème 1 : Parcours des participants

Que fais-tu dans la vie?

- Qu'est-ce qui t'intéresse le plus de ton travail?
- Qu'est-ce qui t'intéresse le moins?
- Dans ton parcours scolaire, as-tu des cours d'informations sur/pour l'usage d'internet

Quels sont tes centres d'intérêt

- Que fais-tu en dehors de tes études?

Quel intérêt portes-tu à la politique québécoise dans ton quotidien?

- Est-ce que tu milites?

- Est-ce que tu suis des pages politiques sur les réseaux sociaux numériques?

Thème 2 : Accéder à l'information

Comment tu t'informes sur l'actualité ?

- Sur l'actualité politique en particulier ?
 - o Y a-t-il des sujets qui t'intéressent plus que d'autres?
- Quels sont les principaux moyens (plateformes) que tu utilises pour te tenir informé?

Combien de temps consacres-tu sur internet pour t'informer?

- Sur des sujets liés à tes centres d'intérêt?
- Sur le monde politique ?

Sur quelles plateformes t'informes-tu ?

- As-tu une préférence pour certaines plateformes en fonction de ce que tu recherches?
- Est-ce que tu publies sur ces plateformes?

Est-ce que tu es sur Facebook

- Pourquoi as-tu choisi d'utiliser (ou ne pas utiliser) Facebook pour te tenir informé?
- Combien de temps y passes-tu quotidiennement?

Thème 3 : Utiliser l'information

Tu m'as dit que tu utilisais X et X plateformes, est-ce que pour t'informer tu suis des profils/des comptes?

- Si oui, quels types de profils ou comptes suis-tu généralement?
- Comment fais-tu tes choix pour t'informer?
 - o Et au niveau politique

Est-ce que tu interagis/ produis des contenus en ligne?

- Lorsque tu interagis, quels types d'interactions privilégies-tu?
- Pourquoi choisis-tu de ne pas interagir avec les contenus que tu vois en ligne?

Est-ce que tu suis des hommes/femmes politiques en ligne?

- Pourquoi tu suis (ou ne suis pas) des profils de personnalités politiques?
- Quels sont les types d'informations que tu recherches (regardes) en suivant ces personnalités politiques?

Thème 4 : Comprendre la façon d'utiliser l'information

Comment évalues-tu la fiabilité d'une information que tu trouves en ligne?

- Quels critères utilises-tu?

Tu m'as dit que tu utilisais X et X plateformes, est-ce que ces plateformes sont tes principales sources d'informations?

- En dehors de ces plateformes, utilises-tu d'autres sources pour te tenir informé de l'actualité ou sur le monde politique?
- Considères-tu ces plateformes comme étant plus fiables et accessibles que d'autres?

Est-ce que tu te fies à ce que les personnalités politiques disent en ligne ?

- Pourquoi choisis-tu de faire confiance (ou ne pas faire confiance) aux déclarations des personnalités politiques en ligne?
- Est-ce que tu cherches des contextes supplémentaires pour valider la crédibilité de ces déclarations?

Thème 5 : S'engager par l'information

Ce que tu trouves en ligne, sur une personnalité politique, le partages-tu?

- Si oui, quels sont les types d'informations que tu partages le plus souvent?
- Si non, pourquoi choisis-tu de ne pas partager les informations?

Discutes-tu avec d'autres personnes sur ce que tu trouves en ligne?

- Avec ton entourage?
- Auprès de communautés en ligne?

Est-ce que tu te sers de ces informations pour discuter avec les autres?

- Si oui, comment t'en sers-tu?
- Si non, pourquoi choisis-tu de ne pas utiliser ces informations pour discuter avec les autres?
 - o Par manque d'intérêt?
 - o Par peur de la confrontation?

Est-ce que tu participes activement aux débats politiques qui se déroulent en ligne?

- Qu'est-ce qui te pousse (ou qui ne te pousse pas) à participer à ces débats en ligne?

Avant de conclure l'entretien, y a-t-il autre chose que tu aimerais aborder que je n'ai pas mentionné?

ANNEXE B

GRILLE D'ANALYSE SUR LE LOGICIEL TABLEAU EXCEL

Catégories	Description	Verbatim	Source	Mots clés	Analyse
Appui personnalités publiques	Influence des personnalités qui appuie un candidat	Elle [Kamala Harris] a eu quand même une bonne technique marketing avec tous les gens qui l'appuyaient. J'étais plus à l'affût de tout ça.	UK	personnalité publique, appui, intérêt	Montre un intérêt pour la dynamique de communication de la candidate Kamala Harris. Elle s'est intéressée à cette candidate et les gens qui l'appuyaient, plutôt que sur les élections américaines en générales.
Attachement personnel	l'attachement affectif d'un lieu ou à cause de liens familiaux/amicaux	Puis le troisième, je te dirais que c'est par pure curiosité, mais c'est toutes les nouvelles en lien avec l'Abitibi Temiscamingue, parce que je suis originaire de là. J'ai encore beaucoup d'amis là-bas. Dès qu'il se passe quelque chose, je veux savoir qu'est-ce qui se passe.	RX	attachement, personnel, affectif, communauté	L'individu a un attachement particulier avec sa région natale. Ainsi, il porte une attention particulière aux événements locaux renforcée par ses liens affectifs avec la région et ses amis qui y vivent encore. Cela montre un attachement fort à sa communauté d'origine et un désir de rester connecté à ce qui s'y passe, même à distance.
Bloquage des nouvelles par META	le blocage des nouvelles par META a un impact sur la consommation des gens	Avant, je me fiaais beaucoup sur Facebook avec le partage des articles. Maintenant que les médias ne peuvent plus, ça a changé un peu justement ma manière de consommer l'information. Maintenant, je vais vraiment plus aller par moi-même dans l'application de La Presse, je vais regarder un peu les grands titres, puis je vais aller lire des articles, des choses que je sens que j'ai besoin de plus d'informations ou des choses qui m'intéressent.	JR	bloquage, META, changement, consommation active	Elle se fiait principalement à Facebook, en particulier aux articles partagés par ses contacts, ce qui suggère qu'elle se laissait guider par ce qui circulait dans son réseau social. Cependant, avec les restrictions sur le partage d'articles par les médias sur les plateformes sociales, elle a modifié sa façon de s'informer. Elle est maintenant plus active dans sa manière de s'informer.
Bloquage des nouvelles par META	le blocage des nouvelles par META a un impact sur la consommation des gens	Je consulte beaucoup les quotidiens. Beaucoup, plus spécifiquement Radio-Canada. Anciennement, avant que META coupe les accès à l'information sur les plateformes numériques.	ZL	bloquage, META, changement, consommation active	souligne sa consommation régulière de l'actualité, en particulier via les quotidiens et Radio-Canada. Elle mentionne également un changement notable dans l'accès à l'information, lié à la coupure des accès par META (Facebook), ce qui semble avoir affecté sa manière de s'informer.
Bloquage des nouvelles par META	le blocage des nouvelles par META a un impact sur la consommation des gens	Avant les blocages des médias, je m'informais par Facebook. Je voyais les grandes nouvelles et tout.	IL	bloquage, META, changement, consommation active	le blocage des nouvelles par Facebook a modifié sa manière de s'informer.
chambre d'écho	Les algorithmes des plateformes de font consommer des contenus similaires en fonction de ce que tu as déjà consommé.	Ça fait que c'est sûr que je dois avoir des angles morts. C'est beaucoup relié à l'environnement puis aux enjeux sociaux	RX	algorithmes, plateformes, biais,	Montre que l'individu reste dans une chambre d'écho en consultant des informations qui sont très souvent liées aux mêmes enjeux.
Chambre d'écho	Les algorithmes des plateformes de font consommer des contenus similaires en fonction de ce que tu as déjà consommé.	Si ma source d'information, c'est mon feed TikTok, genre, ou mon feed Instagram ou peu importe les réseaux sociaux, ben, si tu consommes... une actualité politique pis que ça regarde jusqu'à la fin, ben là, il va dire, OK, ben lui, il était intéressé à ce qui se passe en politique en ce moment, fait que de plus en plus de vidéos vont être recommandées de politique. Fait que, veut, veut pas, ben, ça compte ton feed pis ça donne plus de watch time de politique	UR	algorithmes, plateformes, biais,	met en lumière l'impact des algorithmes des réseaux sociaux sur la consommation d'informations. L'individu souligne que si tu interagis avec des contenus politiques sur des plateformes comme TikTok ou Instagram, l'algorithme interprète cela comme un signe d'intérêt et commence à te recommander davantage de contenu similaire. Cela crée une boucle où plus tu consommes du contenu politique, plus tu en vois.
Changement manière de consommer	le blocage des nouvelles par META a un impact sur la consommation des gens	Oui [je m'informais], mais avant, je trouvais que c'était vraiment plus une source fiable Facebook que maintenant.	KC	bloquage, META, changement, consommation active	compare sa perception de Facebook comme source d'information à une époque antérieure où elle le considérait comme plus fiable

Cette capture d'écran présente un extrait de ma grille d'analyse utilisée pour élaborer mes six catégories principales. On y retrouve les différents extraits d'entrevues ciblés ainsi que l'analyse associée. Nous pouvons voir les catégories plus larges, identifiées par un code couleur, permettent de regrouper les éléments selon leurs similarités et redondances, ce qui a facilité la construction de mes catégories principales.

BIBLIOGRAPHIE

- Agence Cartier. (2022, 5 janvier). Démystifier TikTok. Cartier.
<https://agencecartier.com/fr/blogue/demystifier-tiktok/>
- Aillerie, Karine. (2008). Les pratiques de recherche d'information informelles des jeunes sur internet. Archive ouverte en Sciences de l'Information et de la communication. Paris, France. https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00344181/document
- Aillerie, Karine. (2012). Pratiques juvéniles d'information: de l'incertitude à la sérendipité. Documentaliste-Science de l'information, 49 (1), p.62-69.
<https://doi.org/10.3917/docsic.491.0062>
- Aillerie, Carine. (2020, 3 février). Pratiques en construction hors de l'école: le cas des usages informationnels des réseaux sociaux numériques (RSN) par les adolescents. Fonds d'archives, HAL open science. <https://shs.hal.science/halshs-02464145/document>
- Alloing, Camille. (2016). (E)réputation : médiation, calcul, émotion. CNRS Editions.
- Asch, S. E. (1951). Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgment. In H. Guetzkow (ed.) Groups, leadership and men. Pittsburgh, PA: Carnegie Press.
- Association of College and Research Libraries. (2000). Information Literacy Competency Standards for Higher Education. <http://www.ala.org/acrl/sites/ala.org/acrl/files/content/standards/standards.pdf>
- Bagić Babac, Marina et Podobnik, Verdran. (2018, 3 avril) What social media activities reveal about election results? The use of Facebook during the 2015 general election campaign in Croatia. Information Technology & People, 31(2), p.327-347.
<https://doi.org/10.1108/ITP-08-2016-0200>
- Balleys, Claire Lucrezia. (2017). Socialisation adolescente et usages du numérique : synthèse de la revue de littérature. [Rapport d'Étude] Institut National de la Jeunesse Populaire.
<https://archive-ouverte.unige.ch/unige:163618/ATTACHMENT01>
- Ben Mansour, Bader. (2017). Le rôle des médias sociaux en politique : une revue de la littérature. Regards Politiques, 1 (1), 3-17.
<https://corpus.ulaval.ca/jspui/bitstream/20.500.11794/13930/1/ben-mansour-2017-1-final.pdf>
- Bennett, A., Robards, B. (2014). Introduction: Youth, Cultural Practice and Media Technologies. Dans Bennett, A., Robards, B. (eds) Mediated Youth Cultures. Palgrave Macmillan, London. https://doi.org/10.1057/9781137287021_1

- Bérubé, Simon. (2024, avril 14). « La jeunesse québécoise critique envers le système politique ». Montréal Campus. <https://montrealcampus.ca/2024/04/14/la-jeunesse-quebecoise-critique-envers-le-systeme-politique/>
- Blais, M., et Martineau, S. (2006). L'analyse inductive générale: description d'une démarche visant à donner un sens à des données brutes. *Recherches qualitatives*, 26(2), 1-18. https://www.researchgate.net/profile/Stephane-Martineau/publication/242085520_L'analyse_inductive_generale_Description_d'une_demarche_visant_a_donner_un_sens_a_des_donnees_brutes/links/5613e5c608aed47facedece1/Lanalyse-inductive-generale-Description-dune-demarche-visant-a-donner-un-sens-a-des-donnees-brutes.pdf
- Blais, Réjean, (2022, 12 septembre). Élections au Québec : pourquoi les jeunes ne votent-ils pas? Radio-Canada. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1912706/democratie-jeunes-alternatif-vote-rejean-blais>
- Blumer, Herbert. (1948, octobre). Public Opinion and public Opinion Polling. *American Sociological Review*, 13(5), 542-549. <https://doi.org/10.2307/2087146>
- Boubée, Nicole. (2011, 24 octobre). Caractériser les pratiques informationnelles de jeunes : les problèmes laissés ouverts par les deux conceptions « natifs » et « natifs numériques ». Communication Rencontres Savoir. <http://clikmedia.ca/LMM/sites/default/files/pdf/boubee-oct2011.pdf>
- Bourdieu, Pierre. (1973, janvier). L'opinion publique n'existe pas. *Les Temps modernes*, n o 318(3), 1292-1309. https://www.acrimed.org/IMG/article_PDF/article_a3938.pdf
- Bouthillette, Jean-François. (2009, novembre) Une étude des conceptions de l'opinion publique chez les chroniqueurs politiques et éditorialistes québécois. [Mémoire de maîtrise, Université de Montréal]. Papyrus. https://papyrus.bib.umontreal.ca/xmlui/bitstream/handle/1866/3771/Bouthillette_Jean_Francois_2010_memoire.pdf;jsessionid=12FC75982C0053140DFC52B20FC702CB?sequence=2
- Boyd, Danah (2010) Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications. *A Networked Self. Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, New York, Routledge, p. 39-58. <https://www.danah.org/papers/2010/SNSasNetworkedPublics.pdf>
- Buckingham, David. (2007) *Youth, Identity, and Digital Media*, Cambridge (Mass.), MIT Press.

- Burbach, L., Halbach, P., Ziefle, M., Calero Valdez, André. (2020, 2 juillet). Opinion formation on the internet: the influence of personality, network structure and content on sharing messages online. Article Collection on Human in Adaptive and Personalized Interactive Environments (HAAPIE). <https://doi.org/10.3389/frai.2020.00045>
- Carlino, Vincent et Mabi, Clément.(2015, 20 septembre). Opinion publique. Dans Dictionnaire encyclopédique et critique des publics. Récupéré le 11 octobre 2022. <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/opinion-publique/>
- CDEACF. (s.d.). Littératie numérique. Le Centre de documentation sur l'éducation des adultes et la condition féminine. <https://cdeacf.ca/dossier/litteratie-numerique>
- CEFRIO. (2023). Actualités en ligne, réseaux sociaux et balados. [Enquête NETendance] 14(3). <https://transformation-numerique.ulaval.ca/wp-content/uploads/2023/12/netendances-2023-actualites-en-ligne-reseaux-sociaux-et-balados.pdf>
- Centre Canadien d'éducation aux médias et de littératie numérique. (s.d.). Qu'est-ce que la littératie aux médias numériques. Le Centre Canadien d'éducation aux médias et de littératie numérique. <https://habilomedias.ca/litteratie-numerique-et-education-aux-medias/informations-generales/principes-fondamentaux-de-la-litteratie-aux-medias-numeriques/qu'est-ce-que-la-litteratie-aux-medias-numeriques>
- Centre d'observation de la société (2021, 25 janvier). Jeunes. Centre d'observation de la société. <https://www.observationsociete.fr/definitions/jeunes/>
- Gaspar, Claude. (2019, 30 octobre). L'entretien semi-directif : définition, caractéristiques et étapes. Scribbr <https://www.scribbr.fr/methodologie/entretien-semi-directif/>
- CREPUQ. (2005). Normes sur les compétences informationnelles dans l'enseignement supérieur de l'Association of College and Research Libraries. https://www.umoncton.ca/umcm-bibliotheque-champlain/files/umcm-bibliotheque-champlain/wf/wf/pdf/Norme_sur_les_compétences_informationnelles_0.pdf
- Dauphin, Florian. (2012). Culture et pratiques numériques juvéniles : Quels usages pour quelles compétences. Questions Vives, 7(17), 37-52. <https://journals.openedition.org/questionsvives/988>
- Davison, W. Phillips. (2022, 11 novembre). Public Opinion. Dans Encyclopaedia Britannica. <https://www.britannica.com/topic/public-opinion/Opinion-research>

- Démocratie et participation - Regroupement d'intérêt scientifique. (s.d) La confrontation outil de formation de l'opinion. Démocratie et participation - Regroupement d'intérêt scientifique. <https://www.participation-et-democratie.fr/la-confrontation-outil-de-formation-de-l-opinion>
- Dubois, Philippe. (2019). Médias sociaux et élections locales : les stratégies sur Facebook des formations politiques québécoises lors des élections municipales 2017. [Communication]. 15e Congrès de l'Association française de science politique, Bordeaux, France, http://www.grcp.ulaval.ca/sites/grcp.ulaval.ca/files/dubois_afsp19.pdf
- Dugay, Philippe. (2019). Réseaux sociaux et nouveaux espaces démocratiques : un effet sur les attitudes politiques? [Thèse de doctorat, Université du Québec à Montréal]. Archipel. <https://archipel.uqam.ca/13044/1/D3596.pdf>
- Duguay, Philippe A. (2020). L'internet et les médias sociaux : un effet sur les attitudes des millénariaux canadiens à l'égard de la politique. Politique et sociétés, 39 (2), 135-157. <https://www.erudit.org/fr/revues/ps/2020-v39-n2-ps05351/1070042ar/>
- Dumez, Hervé. (2010). Éléments pour une épistémologie de la recherche qualitative en gestion. Le Lebellio, 6(4). P.3-16. <http://www.lelibellio.com/wp-content/uploads/2015/10/vol.-6-n°-4-Pages-3-à-16-Dumez-H.-2010-...pour-une-épistémologie-de-la-recherche-qualitative....pdf>
- Duplâa, E. (2011). Lire et écrire Internet : définition, enjeux et évaluation des littératies numériques. Dans M.-J. Berger et A. Desrochers (dir.), L'évaluation de la littératie (p. 255-286). Ottawa, Canada : Presses de l'Université d'Ottawa.
- Éducaloi. (2024, 12 septembre). Un an de blocage médiatique sur les plateformes de Meta | Actualités. Éducaloi. <https://educaloi.qc.ca/actualites-juridiques/un-an-de-blocage-mediatique-sur-les-plateformes-de-meta/>.
- Élections Canada, (2021, 13 avril). Évolution de la participation par province et territoire entre les élections générales de 2015 et de 2019. (Figure 11, tableau 1) [Jeu de données]. <https://www.elections.ca/content.aspx?section=res&dir=rec/eval/pes2019/vtsa2&document=p1&lang=f>

Élections Canada. (2021, 24 septembre). Nouveaux électeurs-Jeunes. Élections Canada.

Élections Québec. (2022). Historique du taux de participation électorale. Élections Québec. <https://www.electionsquebec.qc.ca/resultats-et-statistiques/historique-du-taux-de-participation-electorale/>

Élections Québec. (2022). Résultats des élections générales du 1er octobre 2018. Élections Québec. <https://www.electionsquebec.qc.ca/resultats-et-statistiques/resultats-generales/2018-10-01/>

Élections Québec. (2022). Résultats des élections générales provinciales 2022. Élections Québec. <https://www.electionsquebec.qc.ca/resultats-et-statistiques/resultats-elections-generales-provinciales-en-direct/>

Élections Québec. (2023). Participation électorale aux élections générales du 3 octobre 2022. Élections Québec. <https://www.electionsquebec.qc.ca/notre-institution/recherche-projets-etudes-et-sondages/participation-electorale-aux-elections-generales-du-3-octobre-2022/>

Entraygues, Adeline. (2017). Les réseaux sociaux numériques (RSN) pour s'informer : une approche citoyenne. République Française. <https://www.reseau-canope.fr/agence-des-usages/les-reseaux-sociaux-numeriques-rsn-pour-sinformer-une-approche-citoyenne.html>

Eshet, Y. (2004). Digital Literacy: A Conceptual Framework for Survival Skills in the Digital era. Journal of Educational Multimedia and Hypermedia, 13(1), 93-106. <https://www.learntechlib.org/primary/p/4793/>.

Fassassi, Idris. (2017). Les effets des réseaux sociaux dans les campagnes électorales américaines. Les Nouveaux Cahiers du Conseil Constitutionnel, (57), 69 à 86. <https://www.cairn.info/revue-les-nouveaux-cahiers-du-conseil-constitutionnel-2017-4-page-69.htm?contenu=article>

Fluckiger, Cédric. (2008). L'école à l'épreuve de la culture numérique des élèves. Revue Française de Pédagogie, 163, 51-61. <https://journals.openedition.org/rfp/978>

- Gans, H.J. (1979) *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time*. Northwestern University Press, Evanston.
- Gardiès, C., Fabre, Isabelle., Couzinet, Viviane. (2010). Re-questionner les pratiques informationnelles. *Études en communication*, 35, p. 121-132.
<https://journals.openedition.org/edc/2241>
- Giroux, Daniel, et al. (2017, février.) « Les transformations dans les manières de s'informer au Québec (2011-2016) ». Centre d'études sur les médias,
<https://www.cem.ulaval.ca/publications/les-transformations-dans-les-manieres-de-sinformer-au-quebec-2011-2016/>.
- Glowacki et al. (2018, 29 juin). Political Information Consumption in Mexico : Mapping the 2018 Mexican Presidential Elections on Twitter and Facebook. Programme on Democracy & Technology. <https://demotech.oii.ox.ac.uk/research/posts/news-and-political-information-consumption-in-mexico-mapping-the-2018-mexican-presidential-election-on-twitter-and-facebook/>
- Gouvernement du Québec. (2021). Vitrine statistique sur les jeunes de 15 à 29 ans. Statistique Québec. <https://statistique.quebec.ca/vitrine-15-29-ans/#/population>
- Granjon, F. & Le Foulgoc, A. (2011). Penser les usages sociaux de l'actualité. *Réseaux*, 170, 17-43. <https://doi.org/10.3917/res.170.0017>
- Gunthert, André. (2016, 13 novembre.) Et si on arrêta avec les bulles de filtre? L'image sociale; Le carnet de recherches d'André Gunthert. <https://imagesociale.fr/3666>
- Habermas, Jürgen. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge: MIT Press.
- Institut du Nouveau Monde. (2018, septembre). Le vote des jeunes. [Atelier-discussion]. Institut du Nouveau Monde. https://ftq.qc.ca/wp-content/uploads/2018/09/BGodin-INM_Vote-jeunes_Camp-jeunes-2018.pdf
- Institut national de la statistique et des études économiques. (2022, 3 mars). Jeunes adultes de 18 à 29 ans. Institut national de la statistique et des études économiques.

<https://www.insee.fr/fr/statistiques/6047721?sommaire=6047805&q=jeunes+adultes>

Irving, Janis (1972) Victims of Groupthink : A Psychological Study of Foreign-Policy Decisions and Fiascoes, Boston, Houghton Mifflin, 1972, 1re éd., 278 p.

Iyengar, S., & Kinder, D. R. (1987). News that matters: Television and American opinion. University of Chicago Press.

Jenkins, H. (2006). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. NYU Press.
<http://www.jstor.org/stable/j.ctt9qffwr>

Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). Personal influence: the part played by people in the flow of mass communications. Free Press.

Kaufmann, L. (2002). L'opinion publique ou la sémantique de la normalité. Langage et société, 100, 49-79. <https://doi-org.proxy.bibliotheques.uqam.ca/10.3917/ls.100.0049>

Kelman C, Herbert. (s.d) [Compliance, identification, and internalization: Three processes of attitude change](https://scholar.harvard.edu/sites/scholar.harvard.edu/files/hckelman/files/Compliance_identification_and_internalization.pdf). Journal of Conflict Resolution, 2 (1), 51-60.
https://scholar.harvard.edu/sites/scholar.harvard.edu/files/hckelman/files/Compliance_identification_and_internalization.pdf

Kelman, Herbert.C. (1961). Processes of Opinion Change. Dans Public Opinion Quarterly, 25(1), 57-78. <http://www.jstor.org/stable/2746461>

Kubiweb. (n.d.) Faut-il faire confiance à TikTok comme canal d'information? Kubiweb.
<https://kubiweb.fr/faut-il-faire-confiance-a-tiktok-comme-canal-dinformation/>

Lasswell, Harold. (1927) The Theory of Political Propaganda Harold D. Lasswell. Political Science, 21, 627-631. <https://doi.org/10.2307/1945515>

- Latzo-Toth, G., Pastinelli, M. & Gallant, N. (2017). Usages des médias sociaux et pratiques informationnelles des jeunes Québécois : le cas de Facebook pendant la grève étudiante de 2012. *Recherches sociographiques*, 58 (1), 43–64. <https://doi.org/10.7202/1039930ar>
- Lazarsfeld, Paul F., Berelson, Bernard. Et Gaudet, Hazel. (1948) *The People's Choice : How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. Columbia University Press.
- Le Bouter, Flavien (2015). L'opinion publique selon Niklas Luhmann. *Tracés : revue de sciences humaines*. 29, p159-164. <https://journals.openedition.org/traces/6357>
- Le Hay, V., Vedel, T., Chanvriel, F. (2011). Usages des médias et politique : une écologie des pratiques informationnelles. Dans *Réseaux*, 6 (170). P.45-73. <https://doi.org/10.3917/res.170.0045>
- Leeper J, Thomas et Slothuus, Rune. (2014). Political parties, motivated reasoning, and public opinion formation. *Advances in Political Psychology*, 35(1), 129-156. <https://www.jstor.org/stable/43783792>
- Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. Harcourt, Brace.
- Livingstone, S. (2002). Childhood, youth and the changing media environment. In *Young People and New Media: Childhood and the Changing Media Environment* (pp. 1-29). SAGE Publications Ltd, <https://doi.org/10.4135/9781446219522>
- Livingstone, Sonia. (2002). *Young People and New Media: Childhood and the Changing Media Environment*, London, Sage.
- Louguet, A. (2023). S'informer à l'ère du numérique. *Culture études*, 4(4), 1-24. <https://doi.org/10.3917/cule.234.0001>.
- Luckerhoff, J et Guillemette, F. (2023). Approches inductives. <https://www.erudit.org/fr/revues/approchesind/#:~:text=Une%20approche%20inductive%2C%20autant%20en,processus%20de%20construction%20de%20connaissance>.

- Meyor, Catherine. (2007). Le sens et la Valeur de l'approche phénoménologique. *Approches qualitatives et recherche interculturelle : bien comprendre pour mieux intervenir*. 4. P. 103-108. <https://www.erudit.org/fr/livres/collection-hors-serie-les-actes-de-la-revue-recherches-qualitatives/approches-qualitatives-et-recherche-interculturelle/5124co.pdf>
- Millette, Josianne. (2011). Relations publiques et contestation : étude du cas de la grève menée par les étudiants québécois en 2005. [Mémoire de maîtrise, Université du Québec à Montréal]. Archipel. <https://archipel.uqam.ca/4027/1/M12006.pdf>
- Mochona Gabore, Samuel., Xiujun, Deng. (2018, 15 octobre) Opinion Formation in Social Media: The Influence of Online News Dissemination on Facebook Posts, *Communicatio*, 44(2), 20-40. [10.1080/02500167.2018.1504097](https://doi.org/10.1080/02500167.2018.1504097)
- Moreau Bevilacqua, Karine. (2020, 2 septembre). Culture numérique : les pratiques informationnelles juvéniles – compte-rendu d'une intervention de Carine Aillerie à la Faculté de Montpellier. Hypothèse. [Compte-Rendu] Journée universitaires des professeurs documentalistes. Montpellier, France. <https://dlis.hypotheses.org/5293>
- Mutz, D. C., et Martin, P. S. (2001). Facilitating Communication Across Lines of Political Difference: The Role of Mass Media. *American Political Science Review*, 95 (1), 97-114. Retrieved from https://repository.upenn.edu/asc_papers/125
- Nations Unies. (s.d) Questions thématiques jeunes. Nation Unies. <https://www.un.org/fr/global-issues/youth>
- Noelle-Neumann, Elisabeth. (1974, juin). The Spiral of Silence A Theory of Public Opinion. *Journal of communication*, 43-51.
- Normand et al. (2016). Peut-on favoriser l'inclusion sociale des jeunes par l'utilisation des médias sociaux? *Revue francophone de la déficience intellectuelle*, 27, p. 101-115. <https://doi.org/10.7202/1043127ar>
- Norme sur les compétences informationnelles dans l'enseignement supérieur de l'Association of College & Research Libraries. https://ptc.uquebec.ca/pdci/system/files/documents/administration/2005_normeacrl_tradcrepuq.pdf
- Oblinger D. (2003). Boomers, Gen-Xers, and Millennials : Understanding the "New Students , *EDUCAUSE Review*, vol 38 n°4.

- Observatoire sur la réussite en enseignement supérieur. (s.d). Résultat : Natifs du numérique, tous pareil? Observatoire sur la réussite en enseignement supérieur.
<https://www.oresquebec.ca/articles-de-veille/resultats-natifs-du-numerique-tous-pareils/>
- Octobre, Sylvie. (2019, 6 juin). Natifs et naïfs du numérique : numérique et inégalités sociales. Enjeux numériques, 6, p.48 – 51. <https://www.annales.org/edit/enjeux-numeriques/2019/en-2019-06/2019-06-10.pdf>
- Office Québécois de la langue française. (2017). Bulle de filtres. Dans Vitrine linguistique. Récupéré le 5 novembre 2022 de https://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=26543634
- Office Québécois de la langue française. (2004). Natif numérique. Dans Vitrine linguistique. Récupéré le 20 janvier 2023 de <https://vitrinelinguistique.oqlf.gouv.qc.ca/fiche-gdt/fiche/8358516/natif-numerique>
- Paillé, P., & Mucchielli, A. (2016). L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales (4e ed.). Armand Colin.
- Paré, Étienne. (2024, 20 mars). Les jeunes Québécois s'informent peu. Le Devoir. <https://www.ledevoir.com/culture/medias/809420/jeunes-quebecois-vont-peu-quete-nouvelles>.
- Pariser, E. (2011). The filter bubble: What the Internet is hiding from you. New York: Penguin Press.
- Pope, C. and Mays, N. (1995) Qualitative Research: Reaching the Parts Other Methods Cannot Reach: An Introduction to Qualitative Methods in Health and Health Services Research. British Medical Journal, 311, 42-45.
- Prensky, Marc (2001, 5 octobre). Digital Natives, Digital Immigrants. MCB University Press, 9(5). <https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>
- Proulx, Serge. (2002). « Les formes d'appropriation d'une culture numérique comme enjeu d'une société de savoir ». Annales des télécommunications, n° 3-4, p. 180-189.
- Proulx, Serge. (2006) Communautés virtuelles : ce qui fait lien in S. Proulx, L. Poissant, M. Sénécal, éd., Communautés virtuelles : penser et agir en réseau, Presses de l'Université

- Laval, Québec, p. 13-26. <https://sergeproulx.uqam.ca/wp-content/uploads/2010/12/2006-proulx-communautés-vi-36.pdf>
- Quéré, Louis. (1990). Opinion : l'économie du vraisemblable. Introduction à une approche praxéologique de l'opinion publique. Réseaux. Communication-Technologie-Société. 43, 33-58. https://www.persee.fr/doc/reso_0751-7971_1990_num_8_43_1780
- Radio-Canada. (2016, 16 février). Les Canadiens s'informent moins qu'avant et plus sur internet. Radio-Canada. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/765337/actualite-statistique-canada-habitudes-canadiens>
- Reguer, D. (2009). Blogs, médias sociaux et politique, Editions les 2 Encres, pp. 9-10
- Rettino-Parazelli, Karl. (2018, 17 août). Les 18-35 ans : portrait-robot d'une génération courtisée par les partis politiques. Le Devoir. <https://www.ledevoir.com/politique/quebec/534713/portrait-robot-d-une-generation>
- Richaud, Coralie. (2017). Les réseaux sociaux : nouveaux espaces de contestation et de reconstruction politique? Les Nouveaux Cahiers du Conseil Constitutionnel, 4(57), 29-44. <https://doi.org/10.3917/nccc1.057.0029>
- Ribau, C., et al. (2005). La phénoménologie : une approche scientifique des expériences vécues. Recherche en soins infirmiers, 81(2), 21-27. <https://doi.org/10.3917/rsi.081.0021>
- Rieder B. (2012) Rieder, B. (2012). The refraction chamber: Twitter as sphere and network. First Monday.
- Rogers, E. M., Cartano, D. G. (1962). Methods of Measuring Opinion Leadership. The Public Opinion Quarterly, 26(3), 435–441. <http://www.jstor.org/stable/2747233>
- Roy-Brunet, Béatrice. (2020, 27 novembre). Pourquoi les politiciens nous partagent-ils leur vie privée sur Facebook et Instagram? 24 Heures. <https://www.24heures.ca/2020/11/27/pourquoi-les-politiciens-utilisent-ils-les-reseaux-sociaux>
- Samuel Mochona Gabore & Deng XiuJun (2018) Opinion Formation in Social Media: The Influence of Online News Dissemination on Facebook Posts, Communicatio, 44:2, 20-40. <https://doi.org/10.1080/02500167.2018.1504097>

- Savoie-Zajc, L. (2006). Comment peut-on construire un échantillonnage scientifiquement valide. *Recherches qualitatives*, 5, 99-111. http://www.recherche-qualitative.qc.ca/documents/files/revue/hors_serie/hors_serie_v5/savoie_zajc.pdf
- Schütz, A. (1987). *Le chercheur et le quotidien* (p. 140). Paris: Méridiens Klincksieck.
- Scott, Robertson., Ravik, Vatrappu et Richard, Medina. (2010, 4 août). Off the wall political discourse : Facebook use in the 2008 U.S. presidential election. *Information Polity*, 15(1-2). P.11-31. <https://content.iospress.com/articles/information-polity/ip000196>
- Simard, Valérie. (2022, 10 avril). Sondage- les jeunes et la politique : Écoutez-nous! La Presse. <https://www.lapresse.ca/contexte/2022-04-10/sondage-les-jeunes-et-la-politique/ecoutez-nous.php>
- Souillard, N., Sebbah, B., Loubère, L., Thiong-Kay, L. et Smyrnaio, N. (2020). The Yellow Vest Protest, Study of a Social Movement through the prism of its Media Arena. *Terminal*, (127). <https://doi.org/10.4000/terminal.5671>
- Soung, Sereyathna. (2015, novembre). Les compétences informationnelles des étudiants et étudiantes de 2e et 3e cycles en éducation dans des universités québécoises francophones en matière de recherche d'information, d'évaluation et d'utilisation de la documentation scientifique. [Thèse de doctorat, Université de Sherbrooke]. Savoirs. https://savoirs.usherbrooke.ca/bitstream/handle/11143/8732/Soung_Sereyathna_PhD_2015.pdf?sequence=6&isAllowed=y
- St-Arnaud, Y., Mandeville, L., Bellemare, C. (2002) La Praxéologie. *Interactions*, 6(1), p. 29-48. https://www.usherbrooke.ca/psychologie/fileadmin/sites/psychologie/espace-etudiant/Revue_Interactions/Volume_6_no_1/V6N1_ST-ARNAUD_MANDEVILLE_BELLEMARE_p29-48.pdf
- Statistique Canada. (2012). La situation des jeunes adultes âgés de 20 à 29 ans dans les ménages. (n 98-312-X2011003). Statistique Canada. https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/2011/as-sa/98-312-x/98-312-x2011003_3-fra.pdf
- Sunstein, Cass. (2001), Republic.com, Princeton, Princeton University Press.
- Suty, Georgia. (2020, 30 novembre). Analyse : L'influence des réseaux sociaux sur les élections américaines au 21e siècle. Institut de Recherche et d'Études en Droit de l'information et de la Culture. <http://www.iredic.fr/2020/11/30/analyse-linfluence-des-reseaux-sociaux-sur-les-elections-americaines-au-21eme-siecle/>
- Tapscott D. (1999). *Educating the Net Generation*. Educational Leadership, vol. 56 n°5 p.6-11.

- Tarde, Gabriel. (1901). L'opinion et la foule. Paris. Les Presses universitaires de France.
- Touhami, Souad, (2021). Les pratiques quotidiennes des RSN en contexte universitaire : De l'invisibilité à la lumière Cas des élèves-ingénieurs de l'ENSAM | RIMEC. <http://revue-rimec.org/les-pratiques-quotidiennes-des-rsn-en-contexte-universitaire-de-linvisibilite-a-la-lumiere-cas-des-eleves-ingenieurs-de-lensam/>. Consulté le 18 octobre 2024.
- TLFI. (s.d). l'Opinion. Dans Trésor de la langue française informatisé. Récupéré le 11 octobre 2022.
<http://stella.atilf.fr/Dendien/scripts/tlfiv5/visusel.exe?11;s=818915925;r=1;nat=;sol=0>
- UNESCO (2008). The global literacy challenge. Rapport publié par l'UNESCO. Repéré à <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001631/163170e.pdf>
- UNESCO. (2025, 11 février). What you need to know about literacy. UNESCO.
<https://www.unesco.org/en/literacy/need-know#:~:text=UNESCO%20defines%20digital%20literacy%20as,employment%2C%20decent%20jobs%20and%20entrepreneurship>
- Venne, Jean-François. (2019, 8 mai). L'influence des médias : il faut séparer le vrai du faux. UdeM nouvelles. <https://nouvelles.umontreal.ca/article/2019/05/08/l-influence-des-medias-il-faut-separer-le-vrai-du-faux/>
- Verville, M. et Giasson, T. (2011). Les partis politiques provinciaux québécois à l'heure du Web 2.0 et des médias sociaux. [Communication]. Congrès de l'Association canadienne de science politique, Waterloo, Canada. http://www.cpsa-acsp.ca/papers-2011/Verville_Giasson.pdf
- Verville, Mélanie. (2012). Usages politiques des médias sociaux et du web 2.0 : Le cas des partis politiques provinciaux québécois. [Mémoire de maîtrise, Université Laval].
<https://www.collectionscanada.gc.ca/obj/thesescanada/vol2/QQLA/TC-QQLA-29467.pdf>
- Watts, D. J et Dodds, P. S. (2007, 30 mai). Influentials, Networks, and Public Opinion Formation. Journal of Consumer Research, 34(4), 441–458.
<https://doi.org/10.1086/518527>

We are social., Meltwater. (2025, Février). Digital 2025 : global overview report.
<https://wearesocial.com/ca-en/blog/2025/02/digital-2025-the-essential-guide-to-the-global-state-of-digital/>