

GÉNÉRATION C ET CITOYENNETÉ

Internet: obstacle ou levier à la participation civique ?

Par Réjean Roy

Au Québec comme ailleurs, on se préoccupe fortement du niveau d'engagement civique des jeunes, notamment en raison de leur faible participation aux élections. Si certains s'inquiètent des effets que l'utilisation d'Internet et des technologies de l'information (TI) pourrait avoir sur la capacité des nouvelles générations à jouer pleinement leur rôle de citoyens, d'autres croient au contraire que ces outils pourraient susciter leur enthousiasme pour l'action politique et sociale.

Dans *The Dumbest Generation – How the Digital Age Stupefies Young Americans and Jeopardizes Our Future*¹, Mark Bauerlein exprime sa crainte que l'engouement des jeunes Américains pour Internet et les TI ait un impact extrêmement négatif sur leurs habitudes de lecture et, partant, sur leur sens civique et leur intérêt pour le débat politique. Selon cet ancien directeur de la recherche au National Endowment for the Arts, Internet présente, certes, les ouvrages les plus marquants de l'histoire, de vieilles cartes, de grands journaux, des articles scientifiques et ainsi de suite, « mais ce n'est pas vers eux que les jeunes se tournent. César a conquis la Gaule, Cléopâtre l'a séduit et Antoine l'a remplacé après son assassinat, mais les jeunes Américains s'intéressent seulement les uns aux autres ».

Mark Bauerlein redoute que la grande popularité de sites ou d'outils comme Facebook, YouTube ou Twitter n'amène les jeunes à lire moins de livres. À ses yeux, il s'agit d'une véritable catastrophe, compte tenu du fait que, selon certaines études, les gens qui « lisent des livres pour le plaisir sont plus susceptibles que les non-lecteurs de voter, de s'inscrire sur les listes électorales, de s'intéresser davantage aux actualités politiques nationales, internationales et locales, et de s'assurer d'être mieux informés ».

Il est vrai que la navigation sur Internet est nettement plus populaire chez les jeunes que la lecture de livres, de journaux ou de revues (par exemple, selon l'enquête Génération C du CEFRIO, **65%** des Québécois de 18 à 24 ans naviguent sur le Web au cours d'une fin de semaine typique, alors que seulement **33%** des jeunes lisent). Cependant, certains indices permettent de croire que la situation est peut-être meilleure que celle décrite par Mark Bauerlein. Car l'utilisation que les

jeunes font des TI pourrait après tout contribuer à en faire de *bons* citoyens.

Ainsi, selon une étude du réputé Pew Internet menée en 2008, 50% des jeunes Américains de 18 à 29 ans se rendent en ligne pour obtenir des nouvelles et de l'information sur la politique et les élections américaines, et 58% utilisent le Web, le courriel ou les textos pour discuter de ces questions². Il est vrai que les Américains de 18 à 29 ans préfèrent souvent se balader sur Facebook plutôt que d'aborder des contenus *traditionnels*, mais 49% d'entre eux se servent tout de même des réseaux sociaux virtuels pour découvrir les intérêts politiques de leurs amis, obtenir de l'information sur les candidats à des élections, intégrer le réseau d'amis d'un politicien ou démarrer ou joindre un groupe politique³.

Même les jeux vidéo semblent parfois contribuer positivement à la formation politique ou sociale des jeunes. Ainsi, selon Pew Internet, les jeunes Américains de 12 à 17 ans qui jouent le plus à des jeux vidéo à portée civique – par exemple, des jeux qui les amènent à s'assurer du bon développement d'une ville, à aider leurs camarades ou à faire des choix moraux – semblent plus susceptibles que ceux qui y jouent peu de s'intéresser à la politique, de collecter de l'argent à des fins de charité, de veiller à demeurer au courant de l'actualité ou de participer à des manifestations⁴.

Alors, bonnes ou mauvaises pour la démocratie, les TI? Comme le disait Chou Enlai, ministre des Affaires étrangères de la Chine sous Mao, au sujet des effets de la Révolution française, « il est encore bien tôt pour le dire ».

L'enquête Génération C: les jeunes en tant que citoyens

Selon le sondage Génération C, **46%** des jeunes Québécois de 18 à 24 ans *ne votent pas* nécessairement chaque fois qu'il y a des élections provinciales, fédérales ou municipales. Cette pro-

72% des jeunes Québécois qui ne votent pas chaque fois qu'ils en ont l'occasion voteraient davantage s'ils pouvaient le faire par Internet.

portion est particulièrement élevée (**51%**) dans le cas des grands utilisateurs d'Internet (20 heures et plus par semaine).

Cependant, **72%** des jeunes Québécois qui ne votent pas «chaque fois»

qu'ils en auraient l'occasion soutiennent qu'ils voteraient plus souvent s'ils pouvaient le faire en ligne, à partir de leur ordinateur ou d'un téléphone cellulaire. Selon l'enquête du CEFRIO, le développement de ce service amè-

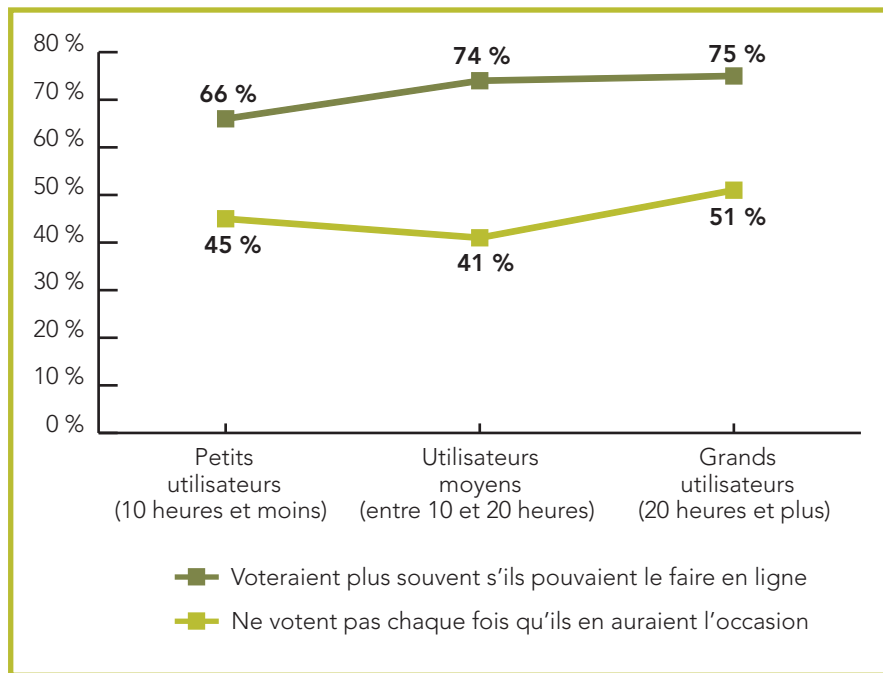
nerait notamment **75%** des grands utilisateurs qui ratent parfois un scrutin à exercer leur droit de vote.

Lorsqu'on demande aux Québécois de 18 à 24 ans quelles sont les quatre principales sources d'information vers lesquelles ils se tournent lors des campagnes électorales, **72%** mentionnent les médias traditionnels ou électroniques, **60%** leurs parents ou amis, **38%** le site officiel des partis et **7%** les blogues (à l'exception de ceux des candidats) ou les pages de réseaux sociaux comme Facebook. Les grands utilisateurs d'Internet se distinguent des petits utilisateurs en étant dix fois plus nombreux à consulter les blogues des candidats (10% par rapport à 1%).

Par ailleurs, **31%** des jeunes sondés affirment donner leur opinion en ligne sur des sujets à caractère politique ou social. Remarquons toutefois que **39%** des grands utilisateurs d'Internet se livrent à cette pratique, comparativement à seulement **21%** des petits utilisateurs.

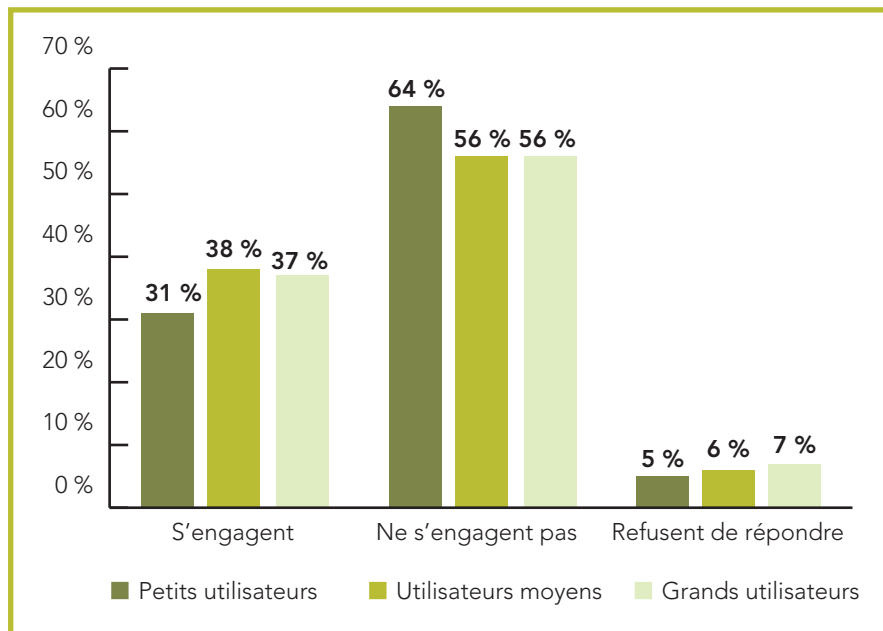
Les grands utilisateurs d'Internet se manifestent davantage dans l'arène démocratique virtuelle que ne le font les petits, mais ces derniers sont-ils plus présents pour autant dans l'arène traditionnelle? Pas nécessairement, si l'on se fie à notre enquête. En effet, **64%** des jeunes qui utilisent Internet 10 heures et moins par semaine disent qu'ils ne s'engagent pas dans des causes locales ou des causes universelles comme la lutte contre la guerre ou la faim dans le monde. Ce pourcentage baisse à **56%** lorsqu'il est question des jeunes qui naviguent sur Internet 20 heures et plus par semaine. ■

Impact éventuel du vote électronique sur les jeunes qui ne votent pas chaque fois qu'ils en auraient l'occasion



Source : Sondage Génération C – CEFRIO 2009. Base : jeunes Québécois de 18 à 24 ans.

L'engagement social des Québécois de 18 à 24 ans dans des causes universelles ou locales



Source : Sondage Génération C – CEFRIO 2009. Base : jeunes Québécois de 18 à 24 ans.

¹ Bauerlein, Mark (2009). *The Dumbest Generation – How the Digital Age Stupefies Young Americans and Jeopardizes Our Future*, Toronto, Tarcher Penguin. Traduction libre: La génération la plus stupide de l'histoire – Comment Internet rend les jeunes Américains stupides et met notre avenir en danger.

² Voir Pew Internet (2008a). *The Internet and The 2008 Election*, Washington, p. 4 et 5, www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2008/PIP_2008_election.pdf. Dans son étude, Pew Internet ne distingue malheureusement pas les 18-24 ans des 25-29 ans.

³ *Ibid.*, p. 11.

⁴ Voir Pew Internet (2008b). *Teens, Video Games and Civics*, Washington, p. 75 et 76, www.pewinternet.org/Reports/2008/Teens-Video-Games-and-Civics.aspx?r=1.