

JULIEN BOYADJIAN, *JEUNESSES CONNECTÉES. LES DIGITAL NATIVES AU PRISME DES INÉGALITÉS SOCIO-CULTURELLES*, VILLENEUVE-D'ASCQ, PRESSES UNIVERSITAIRES DU SEPTENTRION, 2022, 244 P.

[Noémie Roques](#)

La Découverte | « Réseaux »

2023/1 N° 237 | pages 261 à 264

ISSN 0751-7971

ISBN 9782348077708

DOI 10.3917/res.237.0261

Article disponible en ligne à l'adresse :

<https://www.cairn.info/revue-reseaux-2023-1-page-261.htm>

Distribution électronique Cairn.info pour La Découverte.

© La Découverte. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

# NOTES DE LECTURE

---

## NOTE DE LECTURE

**Julien BOYADJIAN, *Jeunesses connectées. Les digital natives au prisme des inégalités socio-culturelles*, Villeneuve-d'Ascq, Presses universitaires du Septentrion, 2022, 244 p.**

Par Noémie ROQUES

L'ouvrage de Julien Boyadjian propose d'interroger l'adéquation des habitus d'une cohorte d'étudiants nés entre 1998 et 2000 avec leurs pratiques numériques et informationnelles. Il s'agit plus précisément d'analyser leur rapport à l'information et à la culture à travers leurs pratiques en ligne afin de rendre saillantes les inégalités intra-générationnelles d'une génération trop souvent homogénéisée et réifiée par l'expression « *digital natives* ». Si ce concept est en soi largement critiqué dans les sphères universitaires, le parti pris de l'ouvrage est d'en user pour marquer la « génération potentielle », terme emprunté à Karl Mannheim pour décrire les membres d'une cohorte de naissances, que semblent constituer les 18-20 ans (au moment de l'enquête).

L'enquête se fonde sur une méthodologie mixte composée d'une passation de questionnaire (n=862) lors de cours magistraux, de 35 entretiens semi-directifs et de l'observation non participante de 261 comptes Facebook et Twitter d'étudiants volontaires. Le recrutement des enquêtés s'est opéré en fonction des formations dans lesquelles ils sont engagés, avec une volonté affirmée de diversifier socialement l'échantillon par l'intermédiaire de plusieurs filières. Sont ainsi interrogés tout au long de l'ouvrage des étudiants de l'École de la Deuxième Chance du Nord, des étudiants en DUT (Figeac), en BTS (Lomme), des licences AES (Université Sorbonne Paris Nord), des étudiants en CPGE littéraire et commerciales (Lille et Douai) et Institut d'Études Politiques (Lille). Le recrutement par les formations est justifié par la volonté de mesurer les effets à la fois des contextes d'étude et des « assignations statutaires » dans le sens où Bourdieu l'entend dans *La Distinction*, parfois inverses, qui s'y déroulent.

L'ouvrage est découpé en quatre chapitres. Le premier est un préambule à l'enquête où sont décrites exhaustivement les différentes positions sociales qu'occupent les étudiants enquêtés, ainsi que les caractéristiques de leurs pratiques numériques les plus saillantes. Le deuxième chapitre étudie leur rapport à l'information et à l'actualité, tandis que le troisième se concentre sur

leur rapport à la politique. Le quatrième aborde plus particulièrement deux pratiques culturelles : la musique et le cinéma.

L'ouvrage répond aux principales paniques morales concernant les jeunes connectées et leur rapport à l'information, avec plusieurs résultats tout à fait stimulants. L'enquête relève des constantes dans cette génération potentielle, notamment un déclin massif et homogène de la lecture de la presse écrite en version papier. S'informer pour les jeunes enquêtés signifie majoritairement consulter les fils d'actualité de leur compte Facebook, et plus rarement de leur compte Twitter, et ce de manière succincte plusieurs fois dans la journée. Cette manière de s'informer n'est cependant exclusive que pour moins de 1 % des enquêtés du panel, d'autres médias entretiennent un rapport de complémentarité avec les médias internet : la télévision pour les étudiants des classes populaires, et la radio pour ceux des classes favorisées. Les pages d'information proposant un contenu vidéo court comme Brut et Konbini sont, dans le corpus, celles qui ont le plus d'abonnements chez les étudiants, y compris chez les étudiants des formations élitistes (CPGE et IEP). En termes de consommations culturelles, l'enquête ne révèle pas de distinctions sociales ou genrées des pratiques culturelles numériques en termes de manière de consommer (*streaming*) et de type de sites utilisés. La grande majorité des enquêtés utilise les versions gratuites de ces sites (contre publicité) ou partage des comptes.

Cependant, des différences intra-générationnelles importantes sont à noter et constituent tout l'intérêt de cette enquête. Sur le plan des consommations culturelles, les logiques sociales distinctives sont toujours opérantes : par exemple, les films d'Art et d'Essai sont consommés davantage par les étudiants des filières élitistes que par ceux des filières non sélectives. L'auteur constate également une inégale compétence culturelle, définie ici comme la « capacité des consommateurs à manipuler et maîtriser les schèmes de classement et d'évaluation façonnés et mobilisés par les producteurs artistiques et les instances savantes de légitimation pour évaluer les biens culturels » (p. 207) ; inégalité sur laquelle la révolution numérique n'a que peu d'influence.

L'enquête met également en lumière une polarisation traditionnelle des pratiques informationnelles. Les étudiants des formations élitistes consomment davantage de biens informationnels légitimes (radio, titres de la presse écrite dits de référence, etc.) et savent s'orienter dans le champ de l'information. L'auteur note néanmoins un certain détachement vis-à-vis des titres de revues et journaux de référence pour les jeunes étudiants politisés, remettant en cause

le rôle de « mentor moral » qu'ils pouvaient auparavant revêtir. Quant aux étudiants issus des classes populaires, ils entretiennent un rapport plus distant à l'écrit et aux informations que leurs homologues des formations élitistes et s'abonnent beaucoup moins à des pages d'information sur Facebook. Le peu d'intérêt qu'ils leur accordent contredit les discours publics sur le danger que les sites de *fake news* représentent pour cette population. Les sites de *fake news* recouvrent ici les sites de désinformation, de conspiration, de propagande russe et ceux dont l'éthique journalistique et déontologique est dénoncée par les médias légitimes. De fait, le chercheur trouve, par exemple, un faible taux d'abonnement à la page de propagande russe Russia Today France chez les jeunes de classes populaires, un taux similaire à celui des étudiants des autres classes sociales. En effet, l'auteur présente trois facteurs favorisant la consommation d'informations : l'intérêt personnel pour la politique, l'intérêt scolaire que revêt la consommation d'informations pour l'étudiant et enfin le niveau de politisation. Ainsi, les franges étudiantes les plus décrocheuses scolairement (E2C et AES) semblent protégées de la désinformation volontaire par leur faible niveau de politisation car comme le rappelle avec justesse l'auteur, les *fake news* sont éminemment politiques. Cette dynamique est accentuée par leur sentiment d'illégitimité à parler de politique, d'autant plus que pour ces populations l'actualité politique n'est pas un bien informationnel échangeable sur le marché discursif.

L'enquête révèle également des inégalités genrées dans l'intérêt déclaré pour la politique. S'il n'y a pas d'écart entre hommes et femmes dans les formations non sélectives, il existe bel et bien dans les formations élitistes (25 points d'écart, en faveur des hommes). Il s'agit d'un constat surprenant en IEP dans la mesure où les facteurs dispositionnels (classe sociale) et situationnels (impératifs de la formation) sont les mêmes pour les deux sexes. L'interprétation avancée est celle des orientations de carrière : les femmes se dirigent davantage vers des carrières politiques humanitaires et culturelles alors que les hommes se tournent vers des carrières politiques à fonction régaliennne. Ce sont bien ces dernières qui sont comprises par tous les enquêtés comme étant « la politique », ce que viennent corroborer les discussions informelles avec cette catégorie d'étudiants.

Quant à la participation politique, les technologies numériques n'ont impacté que celle des étudiants les plus politisés, s'opposant ainsi aux « thèses technicistes » (p. 179) qui considèrent le numérique comme un moyen de réduire les inégalités informationnelles et politiques des jeunes. De fait, le commentaire

ou le partage de contenus politiques reste très minoritaire parmi la jeunesse étudiante, car il nécessite à la fois un fort niveau de politisation, une maîtrise de l'écrit, une compétence statutaire permettant une expression publique et un espace Internet personnel où l'audience peut être contrôlée, ce que Facebook ne permet pas entièrement. Cette expression d'opinions politiques en public est ainsi l'apanage des étudiants militants dont le positionnement politique est déjà connu de leur entourage proche et éloigné.

*Jeunesses connectées* amène au paysage des études sur les pratiques juvéniles du numérique une analyse fine des différences au sein d'une jeunesse bien souvent amalgamée et homogénéisée. En entrant par les formations, l'enquête permet de décrire la composition parfois hétérogène (socialement) des promotions et des établissements. Ce choix porte cependant à conséquence, puisque l'entrée par les études supérieures exclut *de facto* les jeunesses rurales, ou celles professionnalisées très tôt dans leur parcours. De même, l'exclusion du protocole d'observation des réseaux sociaux autres que Twitter et Facebook (Snapchat, Instagram et TikTok) tend à centrer les pratiques informationnelles sur des modes très légitimes et traditionnels, ce que remarque bien volontiers l'auteur en découvrant au cours de l'enquête la prépondérance du format vidéo court dans les pratiques numériques des enquêtés. Bien que mentionnées brièvement, les consommations de vidéos YouTube ne sont pas traitées dans cet ouvrage, l'enquête se resserrant autour des biens culturels tenus par des industries culturelles (cinéma et musique). Nous soulignons cependant le soin porté à l'élaboration du questionnaire, introduisant des nuances bienvenues quant aux catégories indigènes mobilisées pour parler des consommations culturelles.

Noémie ROQUES

Experice, Université Sorbonne Paris Nord  
roques.noemie@gmail.com