

NUMERO II : ENGAGEMENTS POLITIQUES ET CRISES

Revue Crises et Société

Quand les « politiques » parlent aux « jeunes » sur les réseaux sociaux : chronique de la normalisation d'une nouvelle forme de communication— Chronique Politique

Par Pierre Barillé

Pour citer cet article : BARILLÉ Pierre, « Quand les « politiques » parlent aux « jeunes » sur les réseaux sociaux : chronique de la normalisation d'une nouvelle forme de communication— Chronique Politique [en ligne], *Revue Crises et Société*, 2 (2023), disponible sur : <https://www.crisesesociete.com>



Grâce à son format restreint et distinct d'un article, cette chronique *Politique* permet, et permettra grâce à sa récurrence, d'aborder la thématique retenue dans chaque numéro de la Revue *Crises & Société* sous un angle particulier. À travers des études de cas, des témoignages recueillis ou en laissant directement la plume à toute personne susceptible d'apporter son expertise, l'ambition de cette chronique est d'envisager les tenants et aboutissants de la prise de décision dans le champ politique, par toute personne en capacité de décider et/ou d'agir face à une crise : que cette prise de décision soit vue comme un remède pour mettre fin à la crise, qu'elle tente de la gérer, de la minimiser, ou vise à éviter que celle-ci ne se reproduise.

Par Pierre BARILLÉ,

Chef de la Chronique Politique

Quand les « politiques » parlent aux « jeunes » sur les réseaux sociaux : chronique de la normalisation d'une nouvelle forme de communication

Chronique Politique

Pour ce second numéro consacré au thème « Engagement politique et crises », cette chronique *Politique* va s'intéresser à un constat qui semble immuable¹, fait au lendemain de chaque élection se tenant en France : l'abstention importante des *jeunes* soit des 18-25 ans, bien que le constat de la moindre participation aux élections soit fait plus largement pour les classes d'âges jusqu'à moins de 40 ans². Il y aurait une crise de l'engagement politique des *jeunes*, se manifestant par une abstention plus importante que celles des tranches d'âge plus élevées lors des échéances électorales, qu'elles soient locales ou nationales.

Le constat est indéniable. Mais, comment l'expliquer ? Trois facteurs complémentaires sont à noter. Le premier serait que les personnalités *politiques* ne parlent pas aux *jeunes*, les détournant ainsi des urnes car ils n'y verraient pas d'intérêt. Ce facteur n'est pas nouveau³ et s'est de nouveau manifesté lors des élections présidentielles française de 2022. *Public Sénat* a consacré, dans les quelques semaines avant le premier tour de ces élections, une émission hebdomadaire à cette question, intitulée « 20 ans en 2022 ». La conclusion tirée des différents échanges avec des jeunes lors de ces émissions⁴ est celle d'une déconnexion entre les jeunes et le discours porté par la classe politique. Les sujets abordés ne leur parlent pas : très peu de temps a été consacré à la question climatique, sociale ou encore à l'égalité femme-homme pendant la campagne selon les interviewés, qui ne s'étonnent alors pas de l'abstention importante au sein de leur classe d'âge.

Le deuxième facteur serait un rapport différent des jeunes au vote, plus vu comme un droit que comme un devoir. Ce constat est partagé par différentes études sur l'engagement politique des jeunes⁵, et trouve, principalement mais pas exclusivement, son explication dans le troisième facteur identifié comme cause de l'abstention des jeunes : la démocratisation au sein de cette génération de nouveaux moyens d'engagements politiques, alternatifs au vote.

Le troisième facteur serait ainsi le fait que l'engagement politique des jeunes ne résume pas au vote et prend aujourd'hui d'autres formes. Mobilisations collectives telles que les manifestations, actions éphémères ciblées, prendre part à une association, pétitions sur Internet, boycott, abstention non comme marque de désintérêt mais de désapprobation – une abstention choisie « *comme nouvelle forme d'expression politique* »⁶ : autant d'alternatives⁷ qui expliquent cette désaffection pour les urnes plus importante au sein de cette jeune génération que celles plus âgées. Il n'y aurait pas un désintérêt des *jeunes* pour *la* politique, mais pour *les* politiques, pour la façon dont on fait actuellement de la politique en se focalisant presque exclusivement sur les échéances électorales.

Comment alors faire en sorte que *les* politiques parlent aux *jeunes* de *la* politique, pour les toucher et les convaincre que le vote est utile ? Est apparue une idée de manière presque évidente dans l'esprit des politiques, qui peut se résumer ainsi : si les jeunes ne votent pas car on ne leur parle pas, il faut leur parler là où ils sont, soit en ligne, sur les réseaux sociaux. Parler aux jeunes en utilisant leur façon de communiquer n'est pas nouveau⁸. Utiliser les réseaux sociaux n'est que le moyen de le faire au XXI^e siècle. Ewa Krzatala-Jaworska l'a démontré à propos de la multiplication des comptes institutionnels et de la communication politique des municipalités sur les réseaux sociaux (principalement *Facebook* à l'époque de l'article et des enquêtes mobilisées – aujourd'hui *Twitter*, *YouTube*, *Twitch*, *TikTok*, etc.) : « *Etant donné que les jeunes sont des utilisateurs avides des médias sociaux, on présente souvent les nouvelles technologies comme un des moyens possibles de les intéresser à la vie politique* »⁹. Arnaud Benedetti, rédacteur en chef de la Revue politique et parlementaire, y voit la possibilité de « *véhiculer une image de modernité* », la possibilité de « *s'adresser à des publics jeunes [...], des publics qui sont en général entre 18 et 24 ans, qui sont souvent très peu politisés* », selon ses propos rapportés dans une interview pour *franceinfo*¹⁰.

C'est ainsi qu'ont fleuri sur les réseaux sociaux les comptes des mouvements et personnalités politiques. Nous nous intéresserons en premier lieu aux réseaux sociaux « écrits », bien qu'il soit réducteur de les définir ainsi, tels *Facebook* et *Twitter*, avant en second lieu d'aborder les réseaux sociaux et autres plateformes « vidéos » tels *YouTube*, *Twitch* et *TikTok*, et même certains jeux vidéo. Pour toutes ces plateformes, nous verrons qu'un but persiste : l'accent est mis sur la personnalité politique plus que sur le fond, afin de résoudre le constat fait qu'il n'y aurait pas un désintérêt des jeunes pour *la* politique, mais pour *les* politiques. Il faudrait créer un lien de proximité, de confiance, entre la personnalité politique et le jeune, afin de le pousser ensuite à voter pour ladite personne lors des prochaines élections.

Plusieurs études universitaires ont été menées sur l'utilisation de *Facebook* et *Twitter* par les personnalités politiques, notamment dans le cadre de campagnes électorales. Qu'en retenir en ce qui concerne cette chronique ? Il est indéniable que ces comptes se sont multipliés¹¹, et qu'au cours de la décennie 2010 *Twitter* a supplanté *Facebook*, à tel point que *Twitter* est aujourd'hui une modalité de communication politique classique et incontournable¹² pour toute personnalité politique souhaitant une visibilité au-delà des médias « traditionnels » (télévision, radio, presse écrite). Il est aussi vrai que beaucoup de ces comptes sur les réseaux sociaux avaient pour but et ont eu pour effet de « *réintégr[er] certaines couches sociales (jeunes) dans le débat*

démocratique »¹³. On peut également retenir de ces trois études un point commun : ce qui est mis en avant sur les réseaux sociaux, c'est avant tout la personnalité politique, pour la faire paraître plus proche, non déconnectée de la vie des électeurs. Les personnalités politiques ont donc investi ces réseaux pour se faire connaître, intéresser, parler directement aux électeurs. Quand on sait qu'aujourd'hui les réseaux sociaux font partie intégrante des moyens de communication et d'information à la disposition des citoyens, et principalement des *jeunes* électeurs, on ne peut s'empêcher de voir dans la multiplication de ces comptes des personnalités politiques un moyen de toucher les jeunes, pour se faire connaître d'eux et les motiver à voter pour la personnalité politique qu'ils suivent, bien que ce ne soit pas leur seul but.

Cette normalisation de l'usage des réseaux sociaux « écrits », principalement *Twitter*, durant la décennie 2010, avait donc entre autres pour objectif de parler aux jeunes, en plus du fait de devoir s'adapter aux évolutions des moyens de communication modernes – une personnalité politique souhaitant se faire élire ne pouvant pas éviter de parler aux électeurs là où ils sont. Cette évolution s'est donc poursuivie, toujours pour parler aux jeunes, par la ruée plus récente des personnalités politiques sur les réseaux sociaux et plateformes « vidéo » et de streaming en direct tels *YouTube*, *Twitch* ou *TikTok*, dont la fréquentation, notamment pour ces deux derniers, est principalement jeune.

YouTube a d'abord été mobilisée en tant que plateforme de vidéos, avec comme objectif de ne pas reproduire des « *interviews politiques classiques* » mais de « *développer davantage de thématiques politiques de fond* »¹⁴, tout en mettant en avant la personnalité politique, en la faisant passer pour moins éloignée des préoccupations et de la vie du spectateur. Ce registre de la proximité avec le spectateur reste donc présent sur ces plateformes, comme motivation à suivre la personne, lui faire confiance, et transformer l'essai dans les urnes par la suite.

Twitch est un vecteur utilisé par les personnalités politiques de manière plus récente. L'engouement s'est confirmé en vue des élections présidentielles françaises de 2022. Tout comme sur *YouTube* et plus simplement tout comme sur Internet de manière générale, le temps de parole des candidats n'est pas soumis aux principes d'équité puis d'égalité du temps auxquels sont soumis les médias plus traditionnels sous le contrôle de l'ARCOM ; et la population visitant ces sites est plus jeune que sur ces derniers : deux éléments qui ont motivé les candidats à investir ces réseaux¹⁵. En effet, « *la plateforme est devenue un axe de communication privilégié pour atteindre une jeunesse qui regrette de n'être pas assez entendue et qui déserte les médias plus traditionnels que sont la télévision et la radio* »¹⁶. Créant leurs propres chaînes de diffusion ou invités par des *streamers* politiques installés comme Jean Massiet¹⁷ dans le cadre de son émission *Backseat*¹⁸ ou plus récents comme le journaliste Samuel Étienne¹⁹, la campagne des présidentielles de 2022 s'est beaucoup faite sur *Twitch*.

Toujours sur ce registre de parler aux jeunes là où ils sont, *TikTok* a aussi été largement investie par les *politiques*, plateforme sur laquelle beaucoup de spectateurs ne sont même pas nécessairement en âge de voter, mais sur laquelle ils parlent aux futurs électeurs, préparant ainsi les prochaines échéances électorales²⁰. Mêmes des jeux vidéo ont été créés ou utilisés pour faire campagne. La France Insoumise a ainsi créé son propre jeu vidéo, LAEC est TOI, sur le style d'un jeu célèbre (*Baba Is You*)²¹. L'équipe de campagne d'Emmanuel Macron a créé un serveur *Minecraft*, avec notamment la reproduction d'une mairie qui proposait au jeune visitant le lieu virtuellement de vérifier son inscription sur les listes électorales²². Autant d'initiatives censées toucher les jeunes là où ils sont et les inciter à voter.

Facebook, Twitter, YouTube, Twitch, TikTok, jeux vidéo : tous ces nouveaux instruments de communication politique à destination des jeunes sont aujourd'hui normalisés, d'autant plus en période de campagne électorale. Tout ceci confirme une chose : « *l'obsession collective pour la jeunesse n'épargne pas les hommes politiques qui croient capter la confiance de l'électorat jeune en adoptant leurs codes* »²³. Mais, les politiques ont-ils su s'adapter aux codes des réseaux sociaux ? Ils parlent aux jeunes là où ils sont : mais sont-ils audibles ?

Parler aux jeunes via les réseaux sociaux, notamment *Twitter* : les politiques le font. Parler aux jeunes de ce qu'ils souhaitent entendre : les politiques semblent toujours avoir du mal à le faire. Le changement de média de communication n'aurait donc pas changé le premier facteur de désaffection des urnes précédemment identifié. Par exemple, Ludovic Bajard, associé fondateur du cabinet Uptowns, cabinet d'ethnographie digitale, relate les résultats d'un sondage fait auprès des français sur les thématiques abordées par les politiques sur *Twitter* :

Des thèmes comme 'les valeurs de la France', ou 'l'identité française' arrivent en 5^e position chez les politiques, en 8^e position chez les éditorialistes, mais seulement à la 21^e place chez les 18/24 ans que nous avons interrogés. Même constat sur le thème de l'immigration. Les journalistes politiques et les éditorialistes en parlent énormément. C'est leur second sujet favori. Mais pour les français, ça n'est que le 9^e sujet de préoccupation. Et le 20^e chez les 18/24 ans ! Et on peut continuer comme ça sur de nombreux sujets. La coupure est extrêmement forte. Et inversement, les problèmes de pollution restent un sujet central pour les jeunes (5^e place). Mais c'est une thématique peu abordée par les politiques (18^e position) et par les journalistes qui couvrent la Présidentielle (19^e . Même chose pour les violences faites aux femmes. Même chose pour le problème du harcèlement scolaire !²⁴

Concernant les réseaux sociaux et autres plateformes « vidéo » évoqués, la clé reste de s'adapter aux codes, à la grammaire de chaque réseau. Humour, sincérité, spontanéité, authenticité. Il faut jouer le jeu des réseaux sociaux, en s'adaptant à chacun d'entre eux. Ne pas s'adapter au spectateur est une erreur qui se transforme en ridicule, en *bad buzz*²⁵. On pense ici à l'interview de Jean Castex, alors Premier ministre, par Samuel Etienne²⁶, à l'émission *Twitch* « Sans filtre » de Gabriel Attal, porte-parole du gouvernement²⁷. Mais il faut aussi noter des « réussites » en termes d'adaptation tels la communication numérique de Jean-Luc Mélenchon²⁸, le compte *TikTok* de Jean-Baptiste Djebbari quand il était ministre des transports²⁹ malgré quelques « dérapages ». Mais ces succès, comme ces échecs, reposent principalement sur la promotion adaptée ou la non-adaptation de la personnalité politique elle-même, souvent au détriment du fond.

Que retenir de cette brève chronique de la normalisation d'une nouvelle forme de communication politique à destination des *jeunes* ? Partant d'un constat qu'il existe plus un désintérêt pour *les* politiques que pour *la* politique de la part des *jeunes*, ces nouveaux moyens de communication ne semblent pas avoir changer la donne, malgré leur développement exponentiel. Pourtant plus enclins à mettre l'accent sur la personnalité politique, permettant d'être connus, compris, permettant de créer un rapport de proximité voire de confiance avec le spectateur en utilisant les codes adaptés de communication, les réseaux sociaux ne semblent pas être la solution miracle parfois espérée par les politiques pour inciter les jeunes à voter. Olivier Galland, sociologue et directeur de recherche au CNRS, a récemment commenté les résultats d'une enquête publiée par l'Institut Montaigne peu avant les présidentielles de 2022, qui traitait notamment des rapports des jeunes avec la politique (enquête qu'il a codirigé avec Marc Lazar)³⁰. Parmi ses analyses, on trouve le constat suivant :

Le problème ne semble pas tant résider dans le fait que les jeunes auraient renoncé à se préoccuper des questions sociétales et, au sens large, des questions politiques, mais que l'offre politique ne constitue plus à leurs yeux une réponse satisfaisante.³¹

« *Il y a [pour conclure] indéniablement une défiance, qu'il ne faut pas confondre avec du désintérêt* », selon Anne Muxel³².

Le format contraint de cette chronique pourra paraître frustrant pour le lecteur connaisseur de cette utilisation aujourd'hui massive des réseaux sociaux par les politiques. Il existe en effet bien trop d'exemples de cette utilisation pour que tous soient relatés ici. Les chaînes *YouTube* sont innombrables, il en va de même pour la présence des politiques sur *Twitch* ou sur *TikTok*. L'ambition de cette chronique était surtout de faire découvrir cette nouvelle forme de communication, afin d'inciter tout lecteur intéressé à poursuivre les recherches de son côté. La lecture de toutes les sources est donc recommandée, afin d'avoir une vision plus large du sujet, sans une nouvelle fois atteindre l'exhaustivité des illustrations de ce mouvement.

*Par Pierre BARILLÉ
Doctorant en droit public
Université de Bordeaux - CERCCLÉ*

¹ Vincent Tiberj a débuté l'une de ses études récentes sur le comportement électoral des jeunes par les propos suivants : « Déplorer le niveau de l'abstention fait partie des figures imposées lors des soirées électorales, surtout quand l'élection n'est pas présidentielle. Et très vite, lors de ces soirées dès que les premiers sondages sont disponibles, le regard se porte sur les jeunes. Ceux-ci ne se mobiliseraient guère surtout quand il s'agit d'élire des députés européens ou nationaux, des conseillers municipaux, départementaux ou régionaux, à la différence de leurs parents ou de leurs grands-parents qui, eux, feraient montre d'un plus grand sens civique » : TIBERJ Vincent, « Voter ne suffit plus. Renouvellement générationnel, rapport à l'élection et transformation de la participation politique », *Agora débats/jeunesses*, 3 (2020), vol. 86, p. 143.

² Un certain nombre d'études récentes universitaires ou statistiques confirment cette tendance et limite d'âge. Voir : BRACONNIER Céline, « Chapitre 1 – L'abstention et la participation électorales », dans O. Fillieule, F. Haegel, C. Hamidi et V. Tiberj (dir.), *Sociologie plurielle des comportements politiques. Je vote, tu contestes, elle cherche...*, Paris, Presses de Sciences Po, 2017, p. 49-50 ; OLLIVIER Daniel, TANGUY Catherine, *Génération Y et Z. Le grand défi intergénérationnel*, Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur, 2017, p. 64. Voir également deux enquêtes menées par l'INSEE : LABOSSE Aline, THOUILLEUX Christelle, « En 2022, l'abstention progresse surtout à l'élection présidentielle. Élections présidentielle et législatives » [en ligne], *insee.fr*, mis en ligne le 17 novembre 2022, disponible sur <https://www.insee.fr/fr/statistiques/6652827> [consulté le 9 janvier 2023] ; BLOCH Kilian, « Élections présidentielle et législatives de 2022 : seul un tiers des électeurs a voté à tous les tours » [en ligne], *insee.fr*, mis en ligne le 17 novembre 2022, disponible sur <https://www.insee.fr/fr/statistiques/6658145> [consulté le 9 janvier 2023].

³ Rédaction de l'INA, « Quand les politiques parlent aux jeunes » [en ligne], *ina.fr*, mis en ligne le 24 mai 2021, disponible sur <https://www.ina.fr/ina-eclairer-actu/quand-les-politiques-parlent-aux-jeunes> [consulté le 11 janvier 2023]. Cet article a pour objet une courte vidéo « qui s'inscrit dans la longue histoire de la communication des politiques vis-à-vis des jeunes générations. Séduire les jeunes, c'est vieux comme le monde en politique » ; comme si parler aux jeunes requérait un effort particulier pour s'intéresser à eux, étant sous-entendu qu'en temps normal on ne leur parle pas.

⁴ BEZAT Juliette, « Abstention des jeunes : 'Les politiques ne parlent pas des sujets qui les préoccupent' » [en ligne], *publicsenat.fr*, mis en ligne le 28 avril 2022, disponible sur <https://www.publicsenat.fr/article/politique/abstention-des-jeunes-les-politiques-ne-parlent-pas-des-sujets-qui-les-preoccupent> [consulté le 11 janvier 2023].

⁵ Voir par ordre décroissant de pertinence : TIBERJ Vincent, « Voter ne suffit plus. Renouvellement générationnel, rapport à l'élection et transformation de la participation politique », *op. cit.*, p. 157-158 ; OLLIVIER Daniel, TANGUY Catherine, *Génération Y et Z. Le grand défi intergénérationnel*, *op. cit.*, p. 60 ; CHOUGAR Selma, « Les jeunes et la politique : les prémices d'une transformation civique ? » [en ligne], *emilemagazine.fr*, mis en ligne le 5 avril 2022, disponible sur <https://www.emilemagazine.fr/article/2022/4/5/les-jeunes-et-la-politique-les-prmices-dune-transformation-civique-> [consulté le 11 janvier 2023].

⁶ MUXEL Anne, « L'abstention : déficit démocratique ou vitalité politique ? », *Pouvoirs*, 1 (2007), vol. 120, p. 47-48.

⁷ Voir pour plus de détails : CHOUGAR Selma, « Les jeunes et la politique : les prémices d'une transformation civique ? », *op. cit.* ; HALPERN Catherine, « S'engager. Rencontre avec Anne Muxel : 'Les jeunes ont un nouveau rapport au politique' », *Sciences Humaines*, 2 (2012), vol. 234, p. 7 ; OLLIVIER Daniel, TANGUY Catherine, *Génération Y et Z. Le grand défi intergénérationnel*, *op. cit.*, p. 60-61.

⁸ Rédaction de l'INA, « Quand les politiques parlent aux jeunes », *op. cit.* : la vidéo largement documentée démontre cette idée.

⁹ KRZATALA-JAWORSKA Ewa, « Les municipalités à la conquête des réseaux sociaux. Mais pour quoi faire ? », *Communication & Organisation*, 2013, vol. 43, p. 90. On peut aussi noter cette citation issue de la même page : « De même, les réseaux sociaux sont perçus comme une solution à un autre problème politique saisi en ville, qui n'était d'ailleurs pas spécifique à Fontenay-sous-Bois : le manque d'intérêt des jeunes pour la politique. En effet, personne en dessous de 40 ans ne participe à une des réunions organisées dans le cadre des États Généraux de la Ville Numérique. [...] Etant donné que les jeunes sont des utilisateurs avides des médias sociaux, on présente souvent les nouvelles technologies comme un des moyens possibles de les intéresser à la vie politique ». On retrouve de manière incidente le seuil de 40 ans précédemment évoqué.

¹⁰ Rédaction de franceinfo, « Réseaux sociaux : un moyen pour les politiques de communiquer avec les jeunes » [en ligne], *francetvinfo.fr*, mis en ligne le 11 mars 2021, disponible sur https://www.francetvinfo.fr/internet/reseaux-sociaux/reseaux-sociaux-un-moyen-pour-les-politiques-de-communiquer-avec-les-jeunes_4328785.html [consulté le 11 janvier 2023].

¹¹ ROGINSKI Sandrine, DE COCK Barbara, « Faire campagne sur Twitter: permanences et évolutions en contexte de campagne électorale. Le cas des candidats et candidates à l'élection européenne en Belgique, Espagne, France et Royaume-Uni », *Revue internationale de politique comparée*, 2-3 (2022), vol. 29, p. 107-156. Leur étude s'est concentrée sur les élections européennes. Elles notent ainsi, p. 114 : « Selon Daniel et Obholzer (2020), 341 sur

751 députés sortants (soit 45,4 %) sont actifs sur Twitter pendant la campagne des élections européennes de 2014, tandis qu'ils en comptent 595 (soit 79,2 %) en mai 2019 ».

¹² ROGINSKI Sandrine, DE COCK Barbara, « Faire campagne sur Twitter: permanences et évolutions en contexte de campagne électorale. Le cas des candidats et candidates à l'élection européenne en Belgique, Espagne, France et Royaume-Uni », *op. cit.*, p. 114 : « À Bruxelles, au sein du 'champ de l'eurocratie' (Georgakakis, 2011), Twitter est généralement présenté comme le dispositif le plus prisé, au point que la correspondante du journal *Le Monde* titre un article de décembre 2014 : 'À Bruxelles, tu tweetes ou tu meurs' » ; DAKHLIA Jamil, « Comptes personnels et enjeux publics : la communication de responsables politiques sur *Twitter* », dans M. Burger, J. Thornborrow, R. Fitzgerald (dir.), *Discours des réseaux sociaux : enjeux publics, politiques et médiatiques*, Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur, 2017, p. 135 : « En ce sens, Twitter propose un dispositif original pour une modalité de la communication politique dont le classicisme est désormais reconnu ».

¹³ MERCANTI-GUÉRIN Maria, « Facebook, un nouvel outil de campagne : analyse des réseaux sociaux et marketing politique », *La Revue des Sciences de Gestion*, 2 (2010), vol. 242, p. 20 : « Au-delà de ces interrogations face à un phénomène relativement récent dans nos démocraties, l'élection du dernier président américain illustre l'importance des réseaux sociaux dans la conquête du pouvoir. C.B. Williams et G.J. Gulati (2006) quantifient l'effet positif de Facebook sur les votes⁷ ce qui conforte les décideurs politiques dans leur utilisation de plus en plus professionnelle des réseaux sociaux. La politique 2.0 se caractérise par : [...] une réintégration de certaines couches sociales (jeunes) dans le débat démocratique ».

¹⁴ BRISTIELLE Antoine, « YouTube comme média politique : les différences de contenu entre interviews politiques classiques et émissions en ligne de trois représentants de La France insoumise », *Mots. Les langages du politique*, 2020, vol. 123, p. 103-121.

¹⁵ PHILIPPS Grégory, « Mélenchon, Péresse et Zemmour champions du temps de parole sur Twitch et YouTube » [en ligne], *radiofrance.fr*, mis en ligne le 25 mars 2022, disponible sur <https://www.radiofrance.fr/franceculture/melenchon-pecresse-et-zemmour-champions-du-temps-de-parole-sur-twitch-et-youtube-5891780> [consulté le 11 janvier 2023].

¹⁶ Relaxnews, « Twitch, le passage obligé des hommes politiques ? » [en ligne], *ladepeche.fr*, mis en ligne le 8 mars 2021, disponible sur <https://www.ladepeche.fr/2021/03/08/twitch-le-passage-oblige-des-hommes-politiques-9415305.php> [consulté le 11 janvier 2023].

¹⁷ Podcast Pastek, « Sur Twitch, Jean Massiet décrypte la politique pour les jeunes » [en ligne], *radiofrance.fr*, mis en ligne le 30 avril 2022, disponible sur <https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/pastek/pastek-du-samedi-30-avril-2022-9953791> [consulté le 11 janvier 2023].

¹⁸ Cette émission est fondamentalement à destination des jeunes, sans visée première toutefois de les inciter à voter mais de les réintéresser à la politique, comme l'a rappelé Jean Massiet lors de l'émission de lancement de la saison 2 de l'émission le jeudi 12 janvier 2023. L'émission est définie par son créateur et présentateur comme « une émission sur mesure pensée et produite par et pour des jeunes qui ont les deux pieds dans la culture web et qui veulent permettre au plus grand nombre de comprendre ce qu'il se passe dans le Monde. Une bouffée d'oxygène dans un espace médiatique saturé et anxiogène qui offre un espace cool, bon enfant et exigeant. Backseat c'est l'émission qui sort les personnalités politiques de leur zone de confort médiatique et les confronte aux questions que vous vous posez ».

¹⁹ Relaxnews, « Twitch, le passage obligé des hommes politiques ? », *op. cit.*

²⁰ Voir : PHILIPPS Grégory, « TikTok, réseau favori des adolescents, mais sur lequel les candidats à la Présidentielle misent » [en ligne], *radiofrance.fr*, mis en ligne le 7 janvier 2022, disponible sur <https://www.radiofrance.fr/franceculture/tiktok-reseau-favori-des-adolescents-mais-sur-lequel-les-candidats-a-la-presidentielle-misent-3634687> [consulté le 11 janvier 2023] ; LEPELLETIER Pierre, « Sur TikTok, quand les politiques essaient de parler aux jeunes » [en ligne], *lefigaro.fr*, mis en ligne le 9 juillet 2020, disponible sur <https://www.lefigaro.fr/politique/sur-tiktok-quand-les-politiques-essaient-de-parler-aux-jeunes-20200709> [consulté le 11 janvier 2023].

²¹ Podcast Hype Tech, « Jean-Luc Mélenchon lance un nouveau jeu vidéo : 'LAEC est TOI' » [en ligne], *radiofrance.fr*, mis en ligne le 28 mars 2022, disponible sur <https://www.radiofrance.fr/mouv/podcasts/hype-tech/jean-luc-melenchon-et-la-france-insoumise-lancent-un-nouveau-jeu-video-laecesttoi-6882326> [consulté le 11 janvier 2023].

²² SEIGNEUR Jules, « Présidentielles 2022 : Macron ouvre un serveur Minecraft ! » [en ligne], *lacremedugaming.fr*, mis en ligne le 29 mars 2022, disponible sur <https://www.lacremedugaming.fr/jeux/minecraft/macron-2022-minecraft-114384.html#item=1> [consulté le 11 janvier 2023].

²³ KHODOROWSKI Katherine, *Marketing et communication Jeunes. Vendre aux générations Y et Z*, Malakoff, Dunod, 2015, p. 151.

²⁴ PHILIPPS Grégory, « Sur Twitter, responsables et journalistes politiques déconnectés des sujets de préoccupation des Français » [en ligne], *radiofrance.fr*, mis en ligne le 25 février 2022, disponible sur

<https://www.radiofrance.fr/franceculture/sur-twitter-responsables-et-journalistes-politiques-deconnectes-des-sujets-de-preoccupation-des-francais-1729831> [consulté le 11 janvier 2023].

²⁵ RUEL Alice, « Twitch, nouveau terrain de jeu des politiques ? » [en ligne], *mediafactory.audienca.com*, mis en ligne le 17 janvier 2022, disponible sur <https://mediafactory.audencia.com/twitch-nouveau-terrain-de-jeu-des-politiques/> [consulté le 11 janvier 2023].

²⁶ DEMAGNY Xavier, « Twitch : invité sur la chaîne de Samuel Etienne, Jean Castex fait... du Jean Castex » [en ligne], *radiofrance.fr*, mis en ligne le 15 mars 2021, disponible sur <https://www.radiofrance.fr/franceinter/twitch-invite-sur-la-chaîne-de-samuel-etienne-jean-castex-fait-du-jean-castex-8678490> [consulté le 11 janvier 2023].

²⁷ RUEL Alice, « Twitch, nouveau terrain de jeu des politiques ? », *op. cit.*

²⁸ FIACHETTI Marie, « ‘Aujourd’hui, les jeunes parlent à leurs parents des TikTok de Mélenchon’ : sur les réseaux sociaux, la quête effrénée du ‘vote jeune’ » [en ligne], *nouvelobs.com*, mis en ligne le 6 avril 2022, disponible sur <https://www.nouvelobs.com/election-presidentielle-2022/20220406.OBS56703/aujourd-hui-les-jeunes-parlent-a-leurs-parents-des-tiktok-de-melenchon-sur-les-reseaux-sociaux-la-quete-effrenee-du-vote-jeune.html> [consulté le 11 janvier 2023].

²⁹ C. Br., « TikTok: Jean-Baptiste Djebbari, le ministre des Transports, cartonne sur l’application » [en ligne], *lavoixdunord.fr*, mis en ligne le 18 octobre 2021, disponible sur <https://www.lavoixdunord.fr/1086092/article/2021-10-18/tiktok-jean-baptiste-djebbari-le-ministre-des-transports-cartonne-sur-l> [consulté le 11 janvier 2023].

³⁰ Institut Montaigne, *Une jeunesse plurielle. Enquête auprès des 18-24 ans*, février 2022.

³¹ GALLAND Olivier, « Pourquoi tant de jeunes se détournent-ils de la politique ? » [en ligne], *telos-eu.com*, mis en ligne le 21 mars 2022, disponible sur https://www.telos-eu.com/fr/politique-francaise-et-internationale/pourquoi-tant-de-jeunes-se-detournent-ils-de-la-po.html#_edn1 [consulté le 11 janvier 2023].

³² HALPERN Catherine, « S’engager. Rencontre avec Anne Muxel : ‘Les jeunes ont un nouveau rapport au politique’ », *op. cit.*, p. 7.