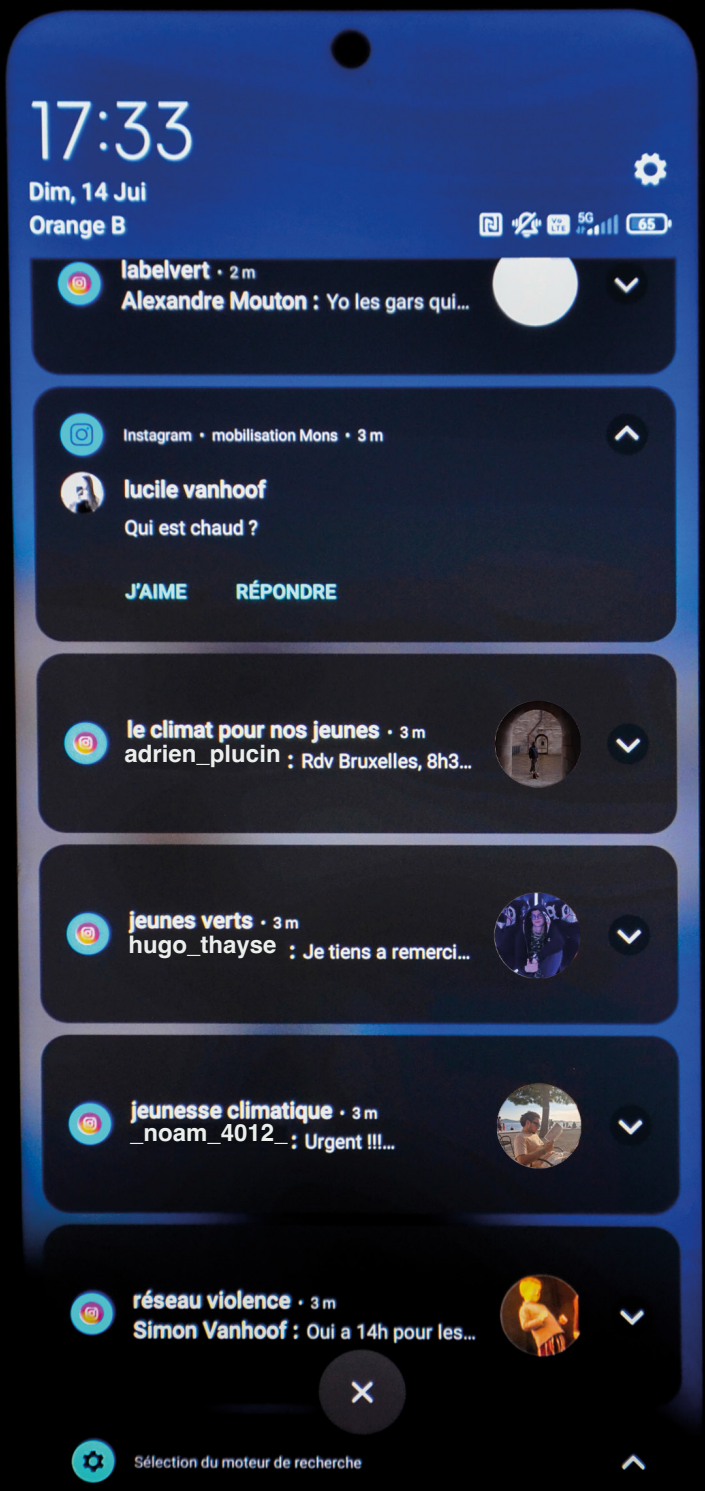
Le micro-activisme sur Instagram chez les jeunes : entre engagement symbolique et participation citoyenne.

Théo Vanhoof



© Théo Vanhoof

Édito



© *Théo Vanhoof*

Auteur

Théo Vanhoof

Étudiant en année diplomante du bachelier en communication à la HELHa.

Je m'appelle Théo Vanhoof, j'ai 24 ans et je suis étudiant en communication à la HELHA de Tournai. Mon choix de sujet ne fut pas facile. Au départ, je voulais travailler sur l'infobésité et la surcharge informationnelle, avant de rebrousser chemin. J'ai ensuite traversé une phase où je n'avais que très peu d'inspiration. C'est donc avec l'aide de certains professeurs que j'ai fini par trouver un sujet : les pratiques de micro-activisme sur Instagram et leur influence sur l'engagement citoyen des jeunes. Personnellement, je ne suis pas quelqu'un de présent ni sur Instagram ni sur les réseaux sociaux en général. C'est donc un sujet qui n'était clairement pas dans mon terrain de jeu. En revanche, sortir de ma zone de confort l'est devenu, et ce, grâce à mes différents stages. Quand je me suis inscrit dans ce bachelier en communication, je n'avais pas vraiment idée de ce que je voulais en faire. Je me suis donc intéressé aux trois axes de cette option avec un stage de B1 dans le secteur de la relation publique, à la bibliothèque de Jemappes. Je suis ensuite parti explorer les couloirs du Mundaneum pour mon stage de B2.

C'était un stage référencé comme étant dans les relations publiques, mais j'étais la plupart du temps sur le terrain à réaliser des reportages. Ce stage m'a permis de découvrir le tissu culturel montois, ce qui a aiguillé mon choix de B3 ; je voulais le faire dans le secteur culturel. J'ai donc découvert l'année dernière l'animation socioculturelle au musée de la Marionnette, à Tournai. Mes études m'ont donc appris à m'aventurer là où je n'osais pas aller. Elles m'ont fait grandir, tant sur le plan personnel que sur le plan professionnel. Les stages ont eu un gros impact sur ma manière de voir et de comprendre la société dans laquelle je vis. Je suis arrivé à la HELHa, jeune, perdu et très peu confiant en moi. J'en suis aujourd'hui tout l'inverse.

Introduction

Sur Instagram, un like, un partage ou encore un commentaire peuvent désormais devenir des gestes d'engagement citoyen. Acessible et rapide d'application, le micro-activisme permet de faire largement circuler les causes et de rejoindre les communautés. Tout de même, il reste soumis au logique d'une plateforme conçue pour capter l'attention. Entre engagement symbolique, influence des algorithmes, puissances des collectifs et passage à l'action réelle, cette enquête cherche à comprendre ce que ces gestes peuvent réllement changer dans les pratiques citoyennes des jeunes.

Aujourd'hui, la vie en société se déroule autant dans le monde physique que sur internet. Cela a inévitablement modifié le comportement des gens. Il est possible de travailler de chez soi, d'y faire des courses, de discuter et de se connecter aux gens à distance, etc. Beaucoup de choses ont changé. L'activisme n'a pas échappé à la règle. Pourtant, ce concept ne date pas d'hier. Dans l'Antiquité déjà, des citoyens protestaient contre des décisions politiques. Au Moyen Âge, des débats publics étaient organisés. Les exemples sont encore nombreux à travers le temps et sont vraisemblablement similaires sur certains aspects. Ensuite, internet est arrivé et a offert la possibilité de militer différemment. C'est d'abord le cyberactivisme qui va apparaître. Les gens se regroupent sur des forums militants, les causes se diffusent au plus grand nombre, les premières pétitions en ligne émergent. Ce mouvement va monter en puissance jusqu'au début des années 2010, moment où des manifestations de grande ampleur vont se dérouler en Tunisie et dans certains pays du Moyen-Orient ; le printemps arabe. L'activisme sur internet n'est plus stérile, il peut réellement faire changer les choses. Avec les années, les plateformes comme Facebook, Twitter, Instagram, etc., vont se développer et devenir de plus en plus accessibles et de là, arrive alors le micro-activisme. Il peut être défini comme une forme d'engagement citoyen en ligne, caractérisée par des actions individuelles, ponctuelles ou non, et ne demandant que très peu d'énergie et de temps. Il est donc fort différent de son «grand-père», l'activisme traditionnel, qui, lui, demandait énormément de temps, d'énergie, et parfois de ressources. Le micro-activisme peut prendre une multitude de formes, comme le hashtag, le commentaire, les stories, le partage de publication, la signature d'une pétition, etc. Le like d'une publication peut aussi être considéré comme étant du micro-activisme.

Les choses ont évolué, et ce en très peu de temps. Pour certains, c'est une évolution positive, pour d'autres non. Ces derniers vont d'ailleurs qualifier le micro-activisme de « slacktivisme », la contraction des mots « paresseux » et « activisme ». La participation à la cause ne serait que de surface, sans implication réelle et profonde. Or, internet facilite l'accès à la participation citoyenne, il encourage donc une plus grande implication des individus. Bref, le sujet divise. D'autant plus au niveau des jeunes ; des générations ayant peu, voire pas du tout connu le monde avant internet. Dans ce contexte, il apparaît donc utile de s'interroger sur les effets que ces pratiques numériques peuvent avoir sur les jeunes générations (Z et alpha), sur leurs formes d'engagement et sur leur rapport à la communication citoyenne.

Dès lors, cette recherche se propose d'explorer la problématique suivante :

> Comment les pratiques de micro-activisme via Instagram influencent-elles les formes d'engagement des jeunes et leur rapport à la communication citoyenne ?

Avant de commencer l'exploration de ce sujet plus en profondeur, voici mes hypothèses :

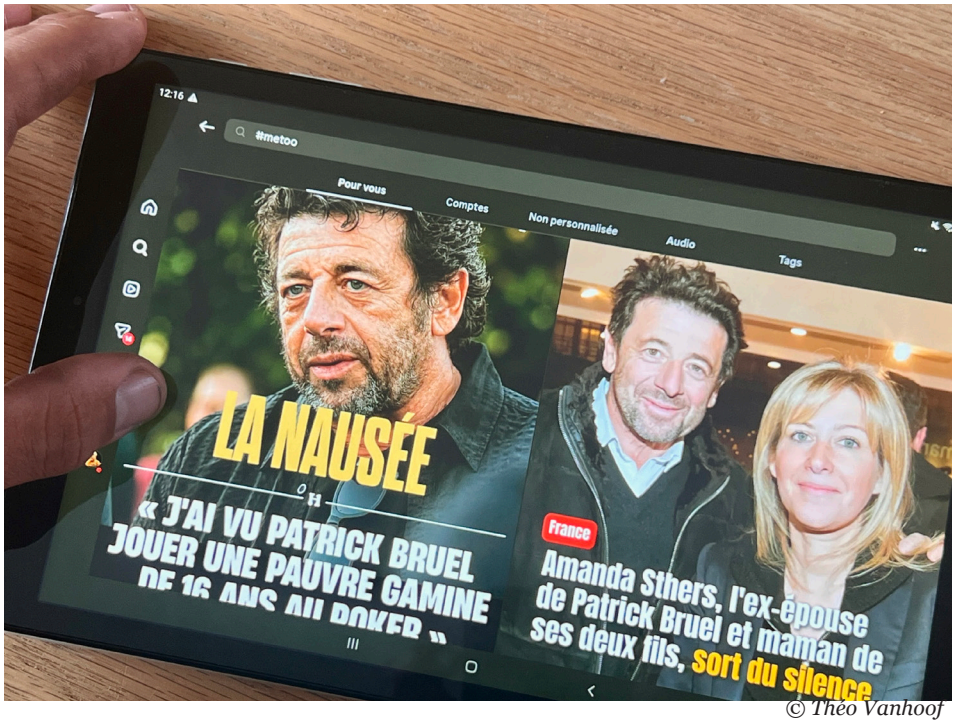
H1 : Les pratiques de micro-activisme sur Instagram peuvent relever d'une logique d'engagement mimétique et performatif, influencée par les dynamiques de groupe, les émotions et la recherche de reconnaissance sociale.

H2 : Instagram favorise un accès rapide et accessible à l'engagement citoyen des jeunes, mais les logiques algorithmiques et les formats de communication de la plateforme encouragent souvent des formes d'engagement plus symboliques plutôt que durables.

H3 : Le micro-activisme, bien que parfois symbolique, peut agir comme une porte d'entrée vers des formes d'engagement citoyennes plus concrètes et durables.

H4 : L'exposition continue à des contenus militants et émotionnels sur Instagram peut amener une forme de fatigue militante chez les jeunes, limitant parfois leur engagement citoyen sur le long terme.

Le micro-activisme comme nouvelle forme d'engagement symbolique



© Théo Vanhoof

Le hashtag est l'une des formes de micro-activisme les plus répendues sur Instagram. Il permet notamment de donner de la visibilité à certaines publications en les regroupant autour d'un ou plusieurs mots-clés.

L'engagement des jeunes envers la société s'est logiquement modifié à travers le temps, notamment dans ses formes. Le micro-activisme en est une. Caractérisé par ses actions rapides et faciles, il correspond bien avec l'agenda fortement rempli des gens, et surtout des jeunes des générations Z et alpha. Il s'est donc finalement imposé dans le champ des moyens de communication citoyenne. Toutefois, ce type d'activisme se passe sur des réseaux sociaux, tels qu'Instagram et est donc régi par les règles de ce dernier. Cet aspect rend de nombreuses personnes sceptiques quant à la logique d'engagement des jeunes. Le font-ils pour soutenir une cause ou plutôt par approbation du groupe ? Dans le développement identitaire, il est normal de passer par ces étapes, mais Instagram n'agit-il pas comme un amplificateur du phénomène ? Stéphanie De Maere, psychologue, affirme « une certaine indignation morale peut devenir une stratégie pour exister et être vu. On ne doit pas nécessairement connaître le fond et le tréfonds de la cause qui est défendue ». Un jeune pourrait prendre part à un combat non pour celui-ci, mais plutôt pour se mettre en scène et se faire adhérer par le groupe, renforcer un sentiment d'appartenance. « Le like, c'est devenu un marqueur de statut symbolique. Et donc de valeur. Mon nombre de likes sera indicatif de ma valeur. Donc ça a quand même un sérieux poids dans la construction psychique. L'individu publie ce qui plaira à l'algorithme et à son audience pour obtenir une validation immédiate et une valorisation, parfois au détriment de la sincérité de la cause ». On parle alors de récupération : le fait de détourner le sens d'une cause pour servir d'autres intérêts, comme le sien, par exemple. Une autre déclinaison « jumelle » à la dernière est la performativité sociale. Le jeune va utiliser une cause et la mettre en scène, non pas pour lui donner de la visibilité, mais pour s'en donner à lui-même. « L'identité performative, c'est comment je me mets en scène sur les réseaux sociaux pour, en tout cas, gagner des likes, me faire reconnaître, etc. ». Le micro-activisme peut ainsi être considéré comme une forme d'engagement symbolique, où l'expression publique du soutien à une cause devient parfois plus importante que l'action concrète elle-même.

Derrière ces mécanismes discutables, un coupable ; les émotions. Et les réseaux sociaux l'ont très bien compris. Ils sont d'ailleurs conçus de façon à faire réagir rapidement, grâce au like, au commentaire ou encore au partage de publication. La haine, par exemple, est l'une des émotions qui fait le plus réagir. « Ce sont surtout les émotions fortes, colères et indignations qui soulèvent les foules. (…) l'émotion est un vecteur beaucoup plus rapide d'adhésion, d'engagement, et dans les réseaux sociaux, c'est ça qui est surtout exploité ». C'est dans ce principe que les contenus choquants ou polarisants ont une viralité énorme. Les fake news utilisent aussi ces principes. Comme le dit Églantine Braem, éducatrice citoyenne chez Action Medias Jeunes ; « les fake news circulent en général, on dit sept fois plus que les vraies infos, pas parce qu'elles sont fausses, mais parce qu'elles jouent davantage sur nos émotions ».

L'UN DES POINTS CLÉS DU MICRO-ACTIVISME RÉSIDE DONC AUSSI DANS SA VITESSE ; IL EST IMMÉDIAT, RÉACTIONNEL ET IMPULSIF, CE QUI LAISSE PEU DE PLACE À L'ESPRIT CRITIQUE.

Les émotions ont donc cette fâcheuse tendance à brouiller certains chemins de réflexion. On parle alors des heuristiques de la pensée. Stéphanie De Maere précise que « ce sont des raccourcis de pensée, et le fait qu'on va réagir beaucoup plus rapidement sur base d'une émotion que sur une pensée complexe qu'il faut analyser ». Ces raccourcis font gagner en temps et en énergie, mais induisent bon nombre de biais cognitifs. Par exemple, « le fait de faire un clic nous rend l'engagement nôtre », explique la psychologue, en parlant du biais d'engagement. « Vous n'y avez pas pensé avant, vous cliquez, le fait d'avoir cliqué, ça vous engage, et donc vous en faites quelque chose qui vous appartient. Et donc c'est plus cohérent avec le fait que vous ayez cliqué ». Ce mécanisme conduit les jeunes à s'approprier une cause après y avoir réagi, renforçant ainsi la cohérence entre leurs actions et leur identité.

Malgré tout, réduire le micro-activisme à une simple logique de mise en scène serait abusif. Malgré ces dimensions symboliques et performatives, ces pratiques numériques peuvent aussi favoriser des formes de sensibilisation et de mobilisation collectives. Les exemples sont nombreux, à commencer par celui du printemps arabe. Durant les années 2010, les citoyens ont pu organiser des manifestations de grande ampleur contre des dictatures. Dictatures qui contrôlaient les médias. Les réseaux sociaux sont alors devenus un support d'organisation pour coordonner des manifestations, tout en évitant cette surveillance constante. Notons tout de même qu'en un peu plus de 15 ans, les logiques des plateformes de réseaux sociaux ont grandement évolué, ainsi que l'utilisation qui en est faite par le peuple, notamment par les jeunes des générations Z et alpha.

Instagram, un environnement favorable ou limitant pour l'engagement citoyen ?



© Théo Vanhoof

Instagram est devenu, pour les jeunes, un espace d'accès permanent à l'information, donnant de la visibilité aux différentes causes et communautés, ce qui n'en fait pourtant pas un lieu idyllique.

« INSTAGRAM ? JAMAIS » - ÉGLANTINE BRAEM

Instagram a aujourd'hui pris une telle ampleur dans la tête des jeunes qu'il peut être considéré comme un véritable espace d'expression citoyen. Il est comme un prolongement du monde social réel. Comme le souligne Églantine Braem, « Internet aussi, c'est la vraie vie », ce qui signifie que les interactions entre utilisateurs, les prises de parole et les engagements qui s'y déroulent ont des effets bien réels. De ce fait, la plateforme est devenue un nouvel espace public, réel, bien qu'il soit numérique. Cet espace numérique présent sur internet l'est donc partout dans le monde pour quiconque ayant accès au réseau, et ferait logiquement de ce réseau social un environnement favorable pour l'engagement citoyen. « N'importe qui peut créer du contenu, c'est la facilité pour des communautés qui n'étaient pas bien représentées dans les médias traditionnels de s'exprimer, de prendre la parole et donc d'une certaine manière de défendre ses droits et donc de militer » développe Églantine, avant de renchérir, « pour tout ce qui est communauté discriminée et donc typiquement, je pense à un jeune, un homosexuel, on va dans un village coupé du monde avant les réseaux sociaux. Si elle n'a personne autour d'elle qui est ouvertement homosexuelle, il ou elle, ce n'est même pas dans son champ des possibles. En fait, ça n'existe pas. Ce qu'on ne voit pas n'existe pas. Aujourd'hui, cette même personne, toujours dans son village, n'est plus coupée du monde parce qu'il y a Internet. Elle verra qu'en fait l'homosexualité, ça existe. Il y a d'autres personnes qui le sont, qu'elle n'est pas une anomalie. » Dans ce sens, on peut donc considérer que la plateforme Instagram participe à la

création d'un nouvel espace public numérique, permettant la création de communautés, de partages de valeurs, d'idées, etc. Cependant, cet espace appartient à une entreprise privée « dont le but est de faire de l'argent », et est régi par des règles appartenant aussi à d'autres acteurs privés ; les algorithmes. « Les réseaux sociaux qu'on utilise pour la plupart sont des réseaux sociaux qui sont basés aux États-Unis, qui appartiennent à des boîtes privées qui considèrent que leur algorithme de recommandation est un secret d'entreprise ». Si l'objectif de ces entreprises américaines est économique, il serait fort étonnant de voir que leurs algorithmes ne pensent pas également dans ce sens. Dès lors, les contenus mis en avant par ces derniers ne le sont pas pour leur pertinence, mais plutôt pour leur capacité à capter l'attention, à créer des réactions, et donc à générer du profit.

De ce fait, la logique algorithmique d'Instagram influence directement le débat citoyen en invisibilisant des causes. Eva Dumoulin, permanente à la JOC Mons, observe que « clairement, il y a des informations qui ont du mal à passer dans les failles de l'algorithme ». Le cadre de diffusion devient alors inégal entre les différents combats : le procès Deep/ Heard étant bien plus passionnant sur le plan émotif que du micro-activisme pour la cause des Ouïghours, pour ne citer qu'un exemple. Les règles de ces algorithmes peuvent d'ailleurs évoluer à tout moment, et ce, sans prévenir, ce qui peut mener à du shadowban voir à des suppressions de compte. « On a déjà des groupes qui se sont faits ban d'Instagram parce qu'ils n'utilisaient pas les bons termes », enchaine Eva. Même son de cloche du côté de Lola Dubrunfaut, coordinatrice du pôle communication à Oyes, « les algorithmes, c'est une grande frustration. On doit faire attention à tout, que ce soit dans les contenus écrits ou les sous-titres ou les légendes, tous les mots sont censurés, ce qui est bien, mais d'un autre côté, ce qui limite beaucoup la compréhension ». Les algorithmes sont donc perçus comme une grosse zone d'ombre empêchant certains comptes de partager leur contenu l'esprit tranquille. « On a peur, il y a des menaces de suppression de comptes on entend ça souvent, notamment pour des contenus de comptes LGBTQIA+, et c'est clair que nous, il y a énormément de contenus qui concernent ce public-là ».

La plateforme offre ainsi un espace d'expression, mais qui est conditionné par des logiques algorithmiques échappant aux utilisateurs. Comme le résume Églantine « on utilise des outils dont on ne maîtrise pas complètement les tenants et les aboutissants (…) le fait que ces boîtes privées peuvent changer les règles du jeu à n'importe quel moment et donc ça va être un jeu très inégal » et de rajouter « donc oui, c'est un espace public, oui, c'est un espace de militance où des communautés peuvent s'exprimer, mais selon les règles d'une boîte privée dont le but n'est pas de venir mettre un espace de liberté d'expression citoyenne en place».

De plus, Instagram a tendance à enfermer ses utilisateurs dans des bulles de filtres. L'algorithme va proposer du contenu personnifié à chacun de ses utilisateurs et il va généralement correspondre aux opinions et au centre d'intérêt de ces derniers.
Certes, ces principes de bulles sont antérieurs à l'arrivée d'Instagram sur le marché, mais le réseau joue comme un amplificateur du phénomène.

Ce mécanisme a une tendance à renforcer certains biais, comme celui de confirmation. « On va avoir tendance à croire, à faire confiance à une information qui va déjà dans le sens de ce que l'on croit », rajoute-t-elle. De ce fait, on ne rencontre plus de personnes ayant des manières de penser et des points de vue différents. Cette non-exposition à la contradiction limite clairement la remise en question. Une des conséquences majeures qui en découle est une nette diminution de l'esprit critique, ce qui est un très gros frein au déroulement d'un débat citoyen nuancé.

Tout de même, il y a quelques exceptions à la règle. Certains contenus font plus réagir que d'autres. Les plateformes et leurs algorithmes, et en l'occurrence Instagram, vont alors mettre ces contenus en avant dans le fil d'actualité de leurs utilisateurs. Cela n'a ni but démocratique ni but d'ouverture d'esprit. C'est, disons, plus vicieux. Stéphanie De Maere indique que « ce sont surtout les émotions fortes, colères et indignations qui soulèvent les foules. L'émotion est un vecteur beaucoup plus rapide d'adhésion, d'engagement, et, dans les réseaux sociaux, c'est ça qui est surtout exploité, principalement par les images, par les titres chocs, par les faits divers ». Les émotions fortes suscitent des réactions, à savoir des likes, des commentaires, des partages, et du temps passé à rester sur la plateforme. Tout ça ne sert qu'une cause déjà

évoquée : les intérêts économiques de la plateforme. À partir de ce postulat, il est difficile de penser que META soit dans l'optique de mettre ses utilisateurs, d'autant plus les jeunes, dans de bonnes conditions pour mener à bien leur fonction citoyenne.

Avant d'avoir un engagement citoyen à la hauteur des espérances, le jeune doit d'abord se construire identitairement : passer par des phases de doutes, de confiance, de remise en question, etc. Instagram crée un environnement ambigu et n'est donc pas le meilleur endroit pour un bon débat. Oui, il est un espace d'expression citoyenne très accessible, mais dont le fonctionnement rend difficiles certains aspects. Les bulles de filtres ne permettent clairement pas de développer son esprit critique, et les contenus polarisants mis en avant vont quant à eux avoir tendance à énormément diviser. « On est dans un truc hyper binaire. Il n'y a plus d'entre-deux, il n'y a plus de nuances, il n'y a plus de grilles, on ne peut plus réfléchir. On est soit bon, soit on est mauvais », témoigne Stéphanie De Maere.

Cette perte de nuance est certainement l'une des conséquences les plus importantes des réseaux sociaux ces dernières années. Comme le souligne Églantine Braem « internet influence la société, la société influence internet ». Les réseaux sociaux, tels qu'Instagram, ont petit à petit habitué les gens et particulièrement les jeunes à une consommation rapide de l'information. « Le fait que les réseaux nous aient habitués à un format court a influencé la presse traditionnelle. Il faut ouvrir un journal d'il y a 20 ans et ouvrir un journal maintenant, les articles sont beaucoup plus courts, les titres et les chapeaux vont beaucoup plus vite à l'essentiel qu'avant ». Aujourd'hui, on est dans un « bruit informationnel permanent où tout le monde essaye de tirer son épingle du jeu », notamment à travers des contenus rapides, émotionnels et facilement consommables. Instagram et sa logique de format amplifient clairement cette dynamique ; il est bien plus difficile de développer une idée complexe et nuancée en une minute que sur un format long. Cela tend à renforcer cette vision binaire présente dans les débats publics, « ça va monter les gens les uns contre les autres, et si tu n'es pas avec moi, t'es forcément contre moi », précise Stéphanie De Maere.

Instagram n'est donc certainement pas le meilleur terreau pour le développement citoyen. Comme le résume Églantine Braem, « ce n'est pas le meilleur endroit pour diffuser ses idées, mais c'est le seul ». Ce paradoxe crée une grosse ambiguïté au niveau de l'utilisation des réseaux. D'un côté, Instagram est un outil appartenant à une multinationale privée dont les logiques économiques, algorithmiques et virales ne favorisent ni la nuance ni le débat démocratique. De l'autre, il est aujourd'hui l'un des principaux lieux où se trouvent les jeunes et où circulent les discours militants. Dès lors, beaucoup de collectifs et de militants continuent d'y être présents malgré leurs nombreuses critiques vis-à-vis de la plateforme. Églantine renchaine « en fait, il faudrait tous quitter Instagram et aller ailleurs, mais ça a été fait par exemple avec x, et le risque, c'est qu'on se retrouve encore plus entre gens qui pensent de la même manière ». Donc, quitter les réseaux reviendrait aussi à rester dans un entre soi, voir à « laisser la place pour les discours avec lesquels on n'est pas d'accord », rajoute-t-elle.

Cette situation met donc les militants face à une forme de contradiction permanente. Comme le confie Eva Dumoulin ; « on critique tout le système et après on les utilise quand même pour communiquer ». Se servir d'Instagram revient alors, d'une certaine manière, à participer à un système que l'on remet pourtant en question. Il faut donc peser en permanence le pour et le contre, comme le résume Églantine ; « est-ce que les avantages que j'en retire, le public que je peux toucher, le message que je peux diffuser vaut les concessions que je fais par rapport à mes convictions profondes ? Et tout le monde ne met pas le curseur au même endroit. ». Instagram n'est donc pas perçu comme un espace idéal, mais est pourtant difficile à contourner.



© *Théo Vanhoof*

94,2 %

des jeunes entre 16 et 24 ans utilisent Instagram en Belgique.

Source : SMI Barometer 2024, Arteveldehogeschool & Comeos.

Du geste numérique à l'action citoyenne réelle.



Source : Clément Gruin, Wikimedia Commons, CC BY-SA 4.0.
Image recadrée par l'auteur.

Le 17 mars 2016, des milliers d'étudiants ont manifesté à Toulouse contre un projet de loi sur le travail, dans un mouvement largement organisé et relayé par les réseaux militants.

Si Instagram facilite la diffusion d'idées et de contenus militants, le passage à l'action concrète sur le terrain peut parfois sembler assez loin. Le micro-activisme est souvent qualifié de slacktivisme pour ces raisons. Liker, partager ou commenter ne sont que de petites actions qui ne demandent que peu de temps et d'énergie. Ces formes d'activisme, souvent considérées comme superficielles, peuvent tout de même jouer un rôle de sensibilisation, de mise en réseau, et d'entrée progressive vers des formes d'engagement plus concrètes. Comme le souligne Eva Dumoulin, ces actions faites en ligne sont symboliques. « C'est plutôt un soutien ». Un soutien certes, mais pas sans fond, « c'est hyper important que les gens qui reçoivent la publication puissent la liker, la partager pour qu'elle soit la plus visible possible, donc j'essaye de faire la même chose pour le collectif que je veux soutenir ». À lui seul, ce soutien ne permet pas le passage à l'action du monde virtuel au monde réel, mais il peut tout de même avoir un impact. Il permet une diffusion des informations, de sensibilisation ou encore d'appel à mobilisation au large public. Dans ce sens, il peut donc faciliter un passage à l'action, encore plus lorsque ces informations sont partagées entre différents collectifs militants. « D'une ville à l'autre, c'est souvent via les réseaux sociaux qu'on a des infos pour pouvoir soutenir les différents mouvements ». Sarah De Baets, militante de longue date et animatrice socioculturelle chez Soralia, est du même avis, «si on n'est pas en réseau, on a très peu de rayonnement. Si on est seul, on a 10 ou 15 personnes. Par contre, si on est en plateforme et si on est en association, on peut être facilement une centaine à rayonner », avant d'enchainer, « c'est vraiment souligner la nécessité d'être en collectif plutôt que seul ».

Toutefois, cela fonctionne dans la mesure où l'on parle de personnes déjà présentes dans des groupes militants. C'est d'ailleurs dans cette notion de groupe que réside le secret d'un activisme durable et engagé. Le lien social et l'appartenance à un collectif en sont les aspects les plus déterminants. « C'est ça qui entretient aussi ; le sentiment d'appartenance, c'est ça qui maintient aussi dans bon nombre de communautés » -Stéphanie De Maere.

Comme l'explique Eva, le rôle des pairs joue un grand rôle. « Je vais d'office plus facilement aller vers une mobilisation d'un collectif que je connais ou dont je fais partie ». Le fait de participer en groupe peut clairement aider à ne pas se démotiver. « Ça a plus de sens, comme du coup, tu fais partie d'un tout. Parce que, quand tu te mobilises tout seul, tu participes ponctuellement à l'une ou l'autre chose, mais tu ne vois pas forcément le fil dans tout ça ». L'engagement devient donc clairement plus concret lorsque la personne militante n'est pas seule dans son coin. C'est justement dans ces conditions que peuvent arriver certains freins, tels que l'isolement, la perte de motivation, etc. Le groupe soulage énormément ces aspects négatifs, et il ne se résume pas seulement à son propre collectif, comme l'explique Sarah De beats ; « on a cette capacité de rebondir et de se réactiver, pas tout seul. On est souvent avec d'autres associations qui nous permettent de nous réactiver et de se dire que la cause est noble et qu'on va tout mettre en œuvre pour continuer ».

Les différents collectifs et réseaux sont donc des groupes, parfois très grands. Qui dit groupe dit organisation. De ce fait, on retrouve des jeunes à différents niveaux d'implication. Certains seront plus sur le terrain, tandis que d'autres seront sur les réseaux. « Ceux qui sont très actifs sur les réseaux ont tendance à quand même être mobilisés sur le terrain aussi. Mais on a quand même deux trois personnes qui sont plutôt dans la gestion des profils et tout ça, qui ne sont pas forcément sur le terrain, il y a différentes manières de s'impliquer », précise Eva. Un collectif militant fonctionne, sur quelques aspects, comme une entreprise. Il faut créer du contenu, donc aller chercher l'information et la mettre en forme pour la publier ensuite. Il faut aussi qu'au moins une personne se charge de l'organisation des réunions, des actions, des collaborations, etc. Finalement, l'activisme moderne sur le terrain ne pourrait plus se passer d'internet, « je pense qu'il faut continuer sur les deux parce que si on arrête par exemple d'être sur les réseaux, bah on reste dans un entre soi, alors qu'on est

déjà dans un entre soi en étant sur les réseaux ».

C'est pourquoi, même s'ils ne suffisent pas toujours à générer des actions citoyennes réelles, les réseaux sociaux, tels qu'Instagram, offrent un véritable point d'entrée dans le militantisme. Selon certaines études, telles que celles de Chantal Piat, des gestes de micro-activisme peuvent évoluer en engagements hors-ligne plus importants. Ils ne doivent donc en aucun cas être réduits à une forme d'activisme inutile.

Il faut cependant rester nuancé. Églantine rappelle que la majorité des jeunes est avant tout « silencieuse » sur les réseaux sociaux. Beaucoup se contentent de rester discret en ne faisant que liker des contenus, tout au plus. « On a quand même une jeune génération, qui sait les risques de s'exposer sur Internet. Le côté « ce que tu post, tu n'en as plus tout à fait la maîtrise » et puis le risque de harcèlement, de se faire juger, etc. Ce qui est très dur, en pleine construction de soi. Et donc en fait des jeunes qui publient beaucoup, on n'en rencontre pas tant ». Si Instagram peut donc parfois encourager certaines formes d'engagement, il montre aussi rapidement ses limites. Le passage à une mobilisation plus profonde et engagée reste donc loin d'être automatique.

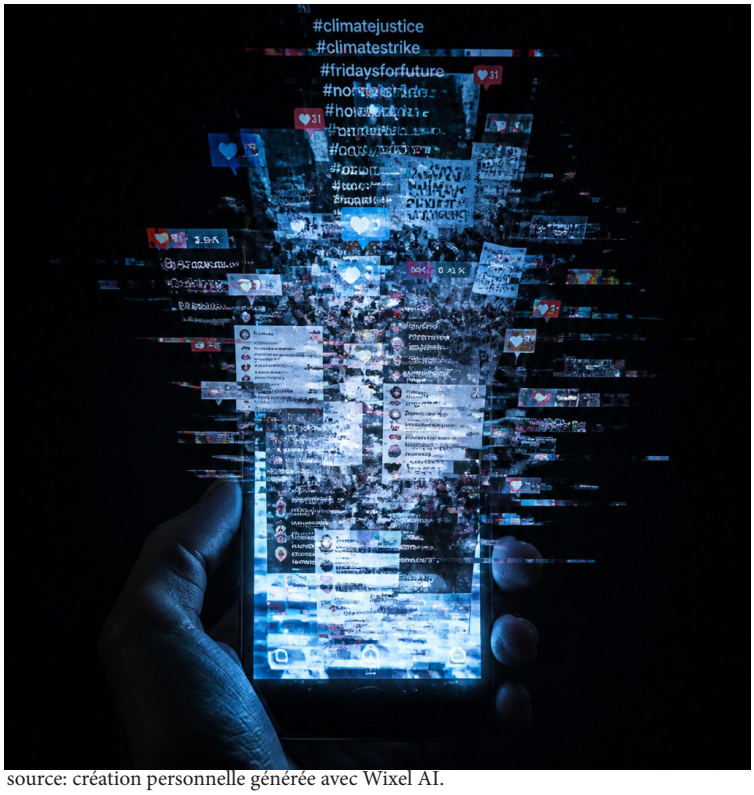


© Théo Vanhoof

En 2025, en Belgique, seulement **12,3 %** des 16 - 29 ans ont utilisé internet pour une participation civique ou politique en ligne.

Source : Eurostat, 2025.

Les limites du micro-activisme



source: création personnelle générée avec Wixel AI.

La surabndance d'information à contenus militants n'est pas sans conséquence et peut, dns certains cas, nuire à la qualité de l'engagement.

Le micro-activisme peut faciliter l'accès à l'engagement citoyen. Toutefois, il présente un certain nombre de limites. Le slacktivisme (ou clictivisme) en est l'une d'elles. Il se caractérise par de petites actions faibles en temps et en énergie, comme le like d'un post, la signature d'une pétition en ligne, le changement d'un élément visible sur sa photo de profil pour soutenir une cause, comme ce fut le cas lors du mouvement Black Lives Matter. Son principal défaut réside dans le fait que l'utilisateur peut avoir le sentiment d'avoir réellement agi alors que, dans le fond, son action n'a parfois que très peu d'impact concret. Cette sensation du devoir bien fait peut s'expliquer par des mécanismes de gratification propres aux réseaux sociaux. Comme l'explique Stéphanie De Maere « quand vous cliquez, ça vous procure une microdose de

dopamine ; l'hormone qui nous pousse vers la gratification qui vient. Sur le coup, j'ai l'impression que j'ai fait un truc superbe ». En plus, cette satisfaction immédiate est renforcée par la validation sociale. « Vous vous affichez, vous affichez votre engagement, et vous êtes bien souvent validé, soit dans l'après-coup, parce que les autres disent super, tu soutiens cette cause, soit simplement parce que vous êtes 4000 à supporter la même cause ». Le risque est alors que ce type d'engagement puisse être perçu comme une fin en soi et non comme le début de quelque chose de plus grand.

Une autre limite importante du micro-activisme est la fatigue militante. Elle correspond à un épuisement émotionnel et cognitif lié à la répétition et à l'exposition constante aux mêmes injustices, aux mêmes combats, aux mêmes sentiments d'urgence. Les problématiques liées au climat, aux discriminations ou encore aux violences sociales occupent constamment les fils d'actualité des personnes engagées, donnant parfois l'impression que rien n'évolue réellement. L'individu finit par ressentir un sentiment de stagnation qui peut décourager, un sentiment d'impuissance. Sarah De Baets témoigne « en fait, c'est un éternel continuum, on n'a pas l'impression d'avancer parce que nationalement, politiquement et internationalement, ça n'avance pas. Les droits des femmes sont toujours remis en cause et on a toujours l'impression de revenir en arrière ». À cela s'ajoute une surcharge informationnelle permanente. Les utilisateurs engagés sont continuellement exposés à des contenus choquants, émotionnels ou violents, comme ceux communiqués par des associations comme GAIA, pour prendre un exemple parlant. À force, cette répétition peut mener à une forme de



source: création personnelle générée avec Wixel AI.

Cette image caricaturale montre que les logiques de visibilité sur Instagram peuvent encourager ce genre de comportement, au détriment d'une action concrète face à ce qui se passe.

désensibilisation. Comme l'explique Stéphanie De Maere, « quand on est exposé de manière répétée à la souffrance, ça peut anesthésier notre empathie. C'est un système défensif. Notre cerveau, il est orienté survie, quoi qu'il arrive et donc, pour éviter qu'on grille, il trouve ce qu'il peut. Et parfois c'est massif, c'est qu'on ferme ; plus d'émotions ». On se retrouve donc avec un cerveau qui sature, ce qui amène potentiellement l'internaute à être moins réactif aux différentes causes. À terme, ce dernier peut développer une forme de retrait et parfois même de cynisme par rapport aux enjeux sociétaux. Toutefois, cette fatigue militante peut être atténuée par la force du collectif. Le sentiment d'appartenance à un groupe joue un rôle important dans la continuité de l'engagement. Le soutien des autres membres du groupe permet souvent de maintenir une certaine motivation, même lors des périodes plus difficiles.

Les limites du micro-activisme sont également liées au terrain sur lequel il se développe. Instagram et les autres réseaux sociaux n'ont pas été conçus comme des outils d'éducation citoyenne ou de débat démocratique. Leur objectif principal reste de capter l'attention des utilisateurs afin de générer de l'activité et du profit. Dès lors, les contenus mis en avant sont souvent ceux qui suscitent le plus de réactions immédiates : émotions fortes, indignation, contenus polarisants ou formats très courts. Cela a pour conséquence de favoriser des réactions rapides et donc de diminuer la réflexion profonde. Les formats courts rendent donc plus difficile le développement d'une pensée nuancée et complexe.

Enfin, la mise en concurrence permanente des causes sur le réseau est une autre limite importante. Sur Instagram, chaque sujet lutte pour attirer l'attention des utilisateurs dans un flux infini de contenus et d'informations. Certaines causes, plus visuelles, émotionnelles ou polarisantes vont bénéficier d'une visibilité bien plus forte que d'autres enjeux. De ce fait, les combats plus complexes, moins "spectaculaires" ou nécessitant davantage de contextualisation peuvent être invisibilisés par les logiques algorithmiques.

Conclusion/réponse aux hypothèses

À travers ce dossier, on constate que les pratiques de micro-activisme sur Instagram influencent bel et bien les formes d'engagement des jeunes. Cette réponse permet ainsi de revenir à la problématique de cette recherche, qui cherchait à comprendre comment les pratiques de micro-activisme via Instagram influencent les formes d'engagement des jeunes et leur rapport à la communication citoyenne. Ces dernières sont plus accessibles, visibles et immédiates, mais favorisent principalement des formes d'engagement symboliques et ponctuelles. Cet engagement peut être influencé en grande partie par les émotions, mais aussi par les dynamiques de groupe ou encore par la recherche de reconnaissance sociale. Il peut tout de même constituer une première étape vers des formes de militantisme plus concrètes. Son influence sur la communication citoyenne est donc double : Instagram facilite la circulation des causes et la mise en réseaux des différents individus, mais, à côté de cela, il limite la nuance, la profondeur du débat ou encore la durabilité de l'engagement. Les différents articles me permettent donc d'apporter une réponse à mes hypothèses.

La première d'entre elles avançait que les pratiques de micro-activisme sur Instagram pouvaient relever d'une logique d'engagement mimétique et performatif, influencée par les émotions, les dynamiques de groupe et la recherche de reconnaissance sociale. Les différents entretiens que l'on peut retrouver dans le premier article « Le micro-activisme comme nouvelle forme d'engagement symbolique » vont dans le sens de l'hypothèse. Les réseaux, tels qu'Instagram, favorisent des réactions rapides, émotionnelles et publiquement visibles. L'engagement peut donc, dans certains cas, devenir théâtral. Il peut permettre d'obtenir une validation sociale, ou encore de ressentir un sentiment d'appartenance à un groupe. De plus, les likes et la visibilité qu'ils donnent peuvent influencer sur ces comportements en amenant de la gratification. En revanche, même si cet engagement est plus performatif qu'autre chose, il n'est pas toujours vide de sens ; il peut toujours être utile pour la cause ou pour le collectif qu'il soutient.

La deuxième hypothèse disait qu'Instagram favorise un accès rapide et accessible à l'engagement citoyen, mais que les logiques algorithmiques et les formats de communication de la plateforme encouragent surtout des formes d'engagement symboliques plutôt que durables. Cette hypothèse est également confirmée. Instagram met de la visibilité sur certaines causes et permet à de nombreux jeunes de découvrir des sujets à défendre ou encore des communautés auxquelles ils n'auraient peut-être jamais eu accès autrement. Cependant, cette accessibilité a de nombreuses limites. Les logiques algorithmiques privilégient principalement les contenus émotionnels, rapides et polarisants. Les formats courts, quant à eux, compliquent le développement d'une réflexion nuancée et favorisent des réactions immédiates. Les débats citoyens approfondis en sont donc dégradés. La plateforme apparaît ainsi comme un outil utile pour sensibiliser, mais moins efficace à la construction d'un engagement citoyen profond et durable.

La troisième hypothèse soutenait que le micro-activisme peut agir comme une porte d'entrée vers des formes d'engagement plus concrètes. Les témoignages des intervenants vont dans ce sens. Les réseaux sociaux aident à la circulation des informations, la mise en relation entre collectifs et les appels à mobilisation. Pour certains jeunes, les petites actions numériques peuvent donc constituer une première étape vers une implication plus réelle sur le terrain. Cependant, cette transition n'est pas automatique. L'engagement durable arrive surtout grâce au lien social, au sentiment d'appartenance et donc à l'inscription à un collectif. Le groupe est un des éléments, voire l'élément le plus important pour la continuité d'un bon engagement.

Enfin, le dernier postulat parlait du fait que l'exposition continue à des contenus militants et émotionnels sur Instagram peut amener une forme de fatigue militante chez les jeunes, limitant parfois leur engagement citoyen sur le long terme : il en va de ce sens. L'exposition constante à des contenus émotionnels, violents ou anxiogènes peut effectivement entraîner une saturation cognitive et émotionnelle, parfois accompagnée d'un sentiment d'impuissance ou de découragement. Toutefois, il est important de dire que, encore une fois, l'appartenance à un groupe peut annihiler, en grande partie, ces effets.

Finalement, cette recherche montre que le micro-activisme ne peut être réduit à une illusion d'engagement, ou en d'autres termes à du « slacktivisme », mais il ne peut pas non plus être considéré comme la forme parfaite de militantisme. Il fait partie de son époque et va de pair avec l'utilisation des réseaux sociaux faite par les jeunes des générations Z et Alpha. Instagram est un outil paradoxal : il favorise la visibilité de certaines causes et l'accès à l'engagement, mais il restreint en même temps la nuance et la profondeur du débat citoyen.

Bibliographie

Monographie

Mundaneum, & Club de la Presse du Hainaut-Mons. (2022). Olga – Épisode 1 : Algorithmes et bulles de filtres : On n'a que l'info qu'on se donne

Mundaneum, & Club de la Presse du Hainaut-Mons. (2022). Medhi - Épisode 3 : Médias et citoyens : On n'a que l'info qu'on se donne

Périodiques

Amato, S., Bernard, F., & Boutin, É. (2021). Les réseaux sociaux numériques redéfinissent-ils l'engagement ? Communication & Organisation, 59, 231–244.
https://journals.openedition.org/communicationorganisation/10230

Piat, C. (2019). Slacktivism: Not simply a means to an end, but a legitimate form of civic participation. Canadian Journal of Family and Youth, 11(1), 162–179
https://journals.library.ualberta.ca/cjfy/index.php/cjfy/article/view/29476/21459

Contamin, J.-G., Kies, R., Paye, O., & Pilet, J.-B. (2020). Introduction. La participation politique en ligne au révélateur du pétitionnement électronique. Participations, 28(3), 7–45.
https://shs.cairn.info/revue-participations-2020-3-page-7?lang=fr

Articles en ligne

Wang, Y., Lakkaraju, H., Kosinski, M., & Leskovec, J. (2016). Psycho-demographic analysis of the Facebook rainbow campaign. arXiv. https://doi.org/10.48550/arXiv.1610.05358

Piquard, A. (2021, 14 septembre). Instagram peut avoir des effets néfastes sur les adolescents, selon une étude menée par Facebook. Le Monde. https://www.lemonde.fr/pixels/article/2021/09/14/instagram-peut-avoir-des-effets-nefastes-sur-les-adolescents-selon-une-etude-menee-par-facebook_6094640_4408996.html

Trudel, P. (2024, 26 novembre). La censure des nuances. Le Devoir. https://www.ledevoir.com/opinion/chroniques/824360/chronique-censure-nuances

Lorenz, T. (2024, 9 novembre). Algorithms are making political speech more extreme. User Mag. https://www.usermag.co/p/algorithms-are-making-political-speech

Caddeo, C., & Bain, S. (2023, 21 septembre). Les réseaux sociaux ont-ils tué le débat public ?. L'Humanité. https://www.humanite.fr/en-debat/democratie/les-reseaux-sociaux-ont-ils-tue-le-debat-public

Collectif de signataires. (2026, 23 avril). Nous, les jeunes, ne voulons pas d'une interdiction des réseaux sociaux. Le Soir.
https://www.lesoir.be/742508/article/2026-04-23/nous-les-jeunes-ne-voulons-pas-dune-interdiction-des-reseaux-sociaux

Pages Web

Education Out Loud. (2025). Au-delà du symbolisme : stratégies pour un engagement significatif des jeunes. https://educationoutloud.org/fr/connaissance/strategies-pour-un-engagement-significatif-des-jeunes/

Eurostat. (2026). Youth civic & political engagement online: 24%. https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/edn-20260424-1

Podcasts

RTBF. (2024, 16 avril). Pour plaire aux jeunes générations, faut-il plus de démocratie participative ? https://www.rtbf.be/article/pour-plaire-aux-jeunes-generations-faut-il-plus-de-democratie-participative-11353672

Mémoires

Metzger, A. (2021). Les nouvelles formes d'engagement militant des jeunes à travers l'étude des usages et intentions d'usages sur Instagram [Mémoire de Master 1, Université Paul-Valéry Montpellier 3]. DUMAS. https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-05049296v1

Vidéos Youtube

Defakator Vite Fait. (2021) - VITE FAIT : Rester trop dans sa bulle. [Vidéo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=3BN0aQt705M&t=56s

Mundaneum. (2021) - On n'a que l'info qu'on se donne - Définitions Algorithmes et bulles de filtre - Victor Wiard. [Vidéo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=L6w2-uKOdho

Mundaneum (2025) – Les ateliers – Polarisation. & Nuance – On n'a que l'info qu'on se donne. [Vidéo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=n7aGowreS78

Site internet

Slacktivism. (s.d.). Wikipedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Slacktivism

Arteveldehogeschool & Comeos. (2024). SMI Barometer 2024: De impact van sociale media en influencermarketing in België. https://ahscdn.be/sites/default/files/2024-05/onderzoeksrapport_smi_barometer_2024.pdf

Experts

Eva Dumoulin : permanente JOC - jeunesse organisée combative

Lola Dubrunfaut : coordinatrice du pôle communication O'YES | Chargée de projet du média digital Moules Frites

Églantine Braem: chargée de projet en éducation aux médias chez Action Médias Jeunes

Sarah De Baets: animatrice socioculturelle FAM Soralia - Réseau Solidaris - militante

Stéphanie De Maere : psychologue de la communication



Remerciements:

Je tiens à remercier toutes les personnes qui m'ont aidé à la création de ce travail de fin d'études. Merci à Madame Deliège, ma mentore. Merci à Gaétan Santarelli pour l'aide à la recherche d'intervenants. Merci à Gaétan Schroeder pour l'aide aux photographies. Enfin, merci aux cinq intervenants pour le temps et leurs témoignages.

HELHa
Haute École Louvain **en Hainaut**

© Théo Vanhoof