

Les réseaux sociaux ne font pas la politique



Flora Chanvriil

Ingénieure de recherche

flora.chanvriil@sciencespo.fr

Luc Rouban

Directeur de recherche CNRS

luc.rouban@sciencespo.fr



The survey Fractures françaises shows that social networks do not form a unified political space: their use varies across platforms. Intensive use is mainly associated with a young, educated but economically downgraded population, with no radical effect on political behavior or representative democracy. They do not create a “techno-fascism” but rather express and reinforce existing social and cultural divides.

Le développement et la multiplication des réseaux sociaux posent plusieurs questions de recherche. La première est celle de la création d'un marché de services placé entre les mains de grandes entreprises de la *tech* qui échappent en grande partie à la souveraineté de l'État mais viennent organiser le débat sociopolitique selon des algorithmes dont elles gardent le secret. Ce marché viendrait organiser la dépossession politique par la pulvérisation des opinions et leur reconstitution artificielle en dehors de toute régulation partisane. Le 30 octobre 2025, lors du Forum de la paix, Emmanuel Macron dit : “Ouvrez aujourd'hui X en France avec un contenu libre. Si vous ne tombez pas immédiatement sur des contenus d'extrême-droite, c'est que vous êtes mal organisé. Ces plateformes ont décidé de rompre la neutralité informationnelle... Donc, ce ne sont plus des lieux où on peut s'informer. Ça, c'est un processus de dégénérescence démocratique”^[1].

Une autre question est celle de savoir si l'utilisation des réseaux sociaux vient confirmer, voire amplifier, l'existence de fractures sociales et territoriales. On sait que l'accès aux connexions comme aux services Internet ou bien même le savoir-faire nécessaire pour se mouvoir dans l'espace numérique sont marqués par une forte inégalité selon l'âge, les diplômes et les lieux de vie sans même parler de la qualité variable des fournisseurs d'accès et de leurs pannes parfois chroniques^[2].

[1] Service vidéo du Monde, www.lemonde.fr/pixels/video/2025/10/30/emmanuel-macron-tacle-tiktok-et-x-des-lieux-ou-on-ne-peut-plus-s-informer_6650285_4408996.html.

[2] OCDE, Fractures numériques, Paris, 2025, www.oecd.org/fr/topics/sub-issues/digital-divides.html.

Enfin, les réseaux sociaux posent plus directement une question politique centrale à l'heure où la démocratie connaît en France une crise longue et durable marquée par un affaïssement de la confiance placée dans les institutions comme dans le personnel politique. Cette question est celle de savoir si les citoyens n'ont pas investi les réseaux sociaux pour en faire un nouvel espace public où se forge la démocratie de demain au détriment des procédures électorales ou constitutionnelles habituelles. En d'autres termes, les réseaux sociaux seraient devenus le moyen de créer une véritable démocratie participative où chacun aurait son mot à dire, recréant l'égalité citoyenne perdue à mesure que le personnel politique s'est professionnalisé même si c'est au risque d'une prolifération de contre-vérités et de mensonges avérés destinés à manipuler l'opinion. On assisterait donc à un déplacement de l'espace public au profit d'espaces privatisés, mal contrôlés et poreux, dont l'effet, qu'on le considère comme positif ou négatif, serait d'amplifier les radicalités et de favoriser l'indifférence à l'égard du jeu politique institutionnel.

L'étude que l'on a menée à travers l'enquête Fractures françaises montre néanmoins que les réseaux sociaux ne génèrent pas des pratiques d'usage communes, ces dernières variant sensiblement selon le réseau utilisé, ce qui vient contredire la thèse d'un espace politique numérique unifié. L'utilisation intensive des réseaux sociaux caractérise ensuite une population plus jeune et diplômée que la moyenne mais déclassée au regard de ses ressources économiques, du moins si l'on s'en tient aux personnes âgées de 18 ans et plus interrogées dans le cadre de l'enquête. Les réseaux sociaux n'ont pas été appropriés par la bourgeoisie mais par les plus précaires. Enfin, l'analyse du jeu des variables venant organiser le vote comme les représentations politiques met en lumière le fait que l'usage des réseaux sociaux ne conduit ni à l'indifférence politique ni à la radicalité.

Sociologie des utilisateurs des réseaux sociaux

La fréquence d'utilisation des différents réseaux sociaux s'inscrit dans le débat plus large autour de la fracture numérique. Celle-ci renvoie à l'inégalité d'accès aux technologies de l'information et porte sur quatre dimensions distinctes : l'accès au matériel, les compétences numériques maîtrisées, les usages qui sont faits des outils, la motivation dans l'appropriation des technologies³.

Le graphique 1 montre que la fréquence d'utilisation varie selon le réseau social considéré. Nous pouvons constituer 3 groupes en fonction de l'intensité d'usage :

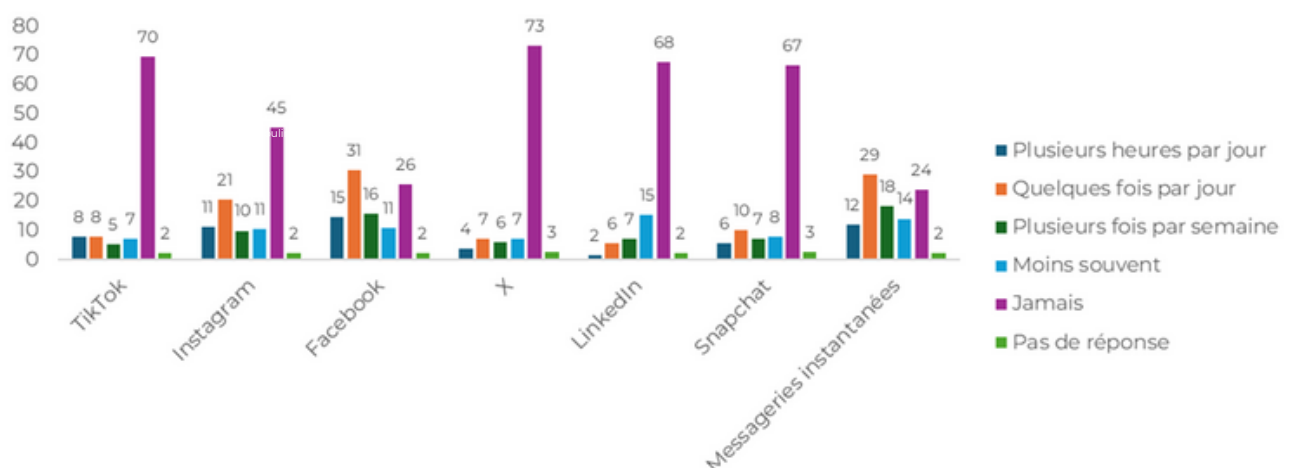
- les réseaux sociaux très peu utilisés : TikTok, X, LinkedIn et Snapchat. Ils correspondent à des usages variés mais spécifiques ou ciblant certaines tranches de la population. Entre 67 et 73% des répondants ne les utilisent pas ;
- un réseau social équilibré en intensité d'usage : Instagram. Plus de la moitié de l'échantillon déclare l'utiliser (53%, dont 11% plusieurs fois par jour) ;

[3] VAN DIJK (Jan), *The digital divide*, Polity Press, 2019 ; HELSPER (Ellen Johanna), "A Corresponding Fields Model for the Links Between Social and Digital Exclusion", *Communication Theory*, 22 (2012) 403-426.

- des réseaux sociaux dont l'usage est largement répandu dans la population : Facebook et les messageries instantanées telles que WhatsApp, Signal ou Telegram. Le premier correspond à un usage ancien et encore solidement ancré (72% d'utilisateurs, dont 15% plusieurs heures par jour) tandis que les messageries instantanées couvrent des besoins en communication non couverts par les autres types de réseaux (74% d'utilisateurs, dont 12% plusieurs fois par jour).

Ces données ne montrent pas d'évolution notable et dénotent une forte stabilité des usages, notamment tels que mesurés en janvier 2024 dans l'enquête Baromètre de la confiance politique pour le cas français⁴.

Graphique 1 - Fréquence d'utilisation des différents réseaux sociaux (en %)



Source : Flora Chanvrlil & Luc Rouban, CEVIPOF, Fractures françaises, 2025

L'analyse montre que les réseaux sociaux ne constituent pas un espace de débat unifié. Les réseaux sociaux très peu utilisés sont différents les uns des autres du point de vue de leur sociologie.

Ainsi Tiktok touche une population davantage jeune (39% de ceux qui l'utilisent plusieurs fois par jour ont 18-24 ans contre 10% de l'échantillon) ou vivant dans un foyer aux revenus très modestes (31% dans un foyer disposant de moins de 1 250€ nets mensuels contre 18% de l'échantillon).

[4] Les proportions mesurées sont stables par rapport à celles mesurées dans : ROUBAN (Luc), « L'effet politique des réseaux sociaux », Sciences Po CEVIPOF, mai 2024, 12 p., www.sciencespo.fr/cevipof.

L'usage intensif de X concerne également une population plus jeune mais rassemble des publics divers en termes de niveau d'étude (à la fois plus de diplômés de l'enseignement supérieur, 34% contre 25% dans l'échantillon, et de non diplômés, 6% contre 2%) et de profession (à la fois plus de cadres, 20% contre 11%, et d'ouvriers, 21% contre 12%).

LinkedIn est quant à lui très masculin (79% de ceux qui l'utilisent plusieurs fois par jour sont des hommes contre 48% de l'échantillon), avec davantage de diplômés du supérieur (43% contre 25%) et des professions diverses (14% d'indépendants contre 4% de l'échantillon, 23% de cadres contre 11%, 25% d'ouvriers contre 12%).

Snapchat est un réseau touchant davantage les jeunes (41% de 18-24 ans contre 10%) et les inactifs hors retraités (21% contre 12%).

Instagram correspond également à une population plus jeune et modeste (respectivement 31% des utilisateurs plusieurs fois par jour ont 18-24 ans et 30% sont dans un foyer très modeste). On note parmi ses utilisateurs un niveau de diplôme légèrement plus élevé (16% de Bac+5 contre 12% dans l'ensemble de l'échantillon).

Enfin, si Facebook touche des générations qui ont connu l'émergence des réseaux sociaux (32% de 45-59 ans contre 25% de l'échantillon), les messageries instantanées couvrent différents publics, avec notamment plus de jeunes mais aussi d'actifs d'âge moyen.

L'usage des réseaux sociaux par les jeunes apparaît multidimensionnel et répond à des besoins à la fois en termes de socialisation, d'information et de loisirs. Ils utilisent en grandes proportions les plateformes visuelles et de messagerie instantanée (TikTok, Instagram, messageries comme WhatsApp, Snapchat), tandis que Facebook et LinkedIn sont davantage utilisés par des adultes ou dans un contexte professionnel. Le risque d'addiction ou d'usage compulsif a d'ailleurs été largement discuté⁵.

Pour mesurer simultanément les différences en termes d'intensité d'utilisation et de nombre de réseaux sociaux pratiqués, on a construit un indicateur⁶ en affectant une note allant de 3 à 0 pour chaque réseau en fonction de la fréquence de son utilisation⁷. Les sept notes obtenues sont ensuite additionnées et la distribution de la somme totale est divisée en quartiles. Cela produit quatre groupes combinant nombre de réseaux sociaux utilisés et fréquence avec laquelle ils le sont, allant d'une utilisation faible à une utilisation très élevée.

[5] Voir les rapports de l'OFCOM : "Children and parents: media use and attitudes report 2022", Rapport 2022. Dans le contexte français, se reporter aux études de Médiamétrie et de l'INJEP : www.mediametrie.fr/fr/les-15-24-ans-des-pratiques-medias-intensives-individuelles-et-connectees, site consulté le 29/10/2025 ; injep.fr/chiffres-a-la-une/le-rapport-des-jeunes-aux-informations/, site consulté le 29/10/2025.

[6] Nous avons déjà utilisé cet indicateur dans de précédents travaux. Se reporter à ROUBAN (Luc), « L'effet politique des réseaux sociaux », *op. cit.*

[7] La note 3 correspond à « plusieurs heures par jour », la note 2 à « quelques fois par jour », la note 1 à « plusieurs fois par semaine » et la note 0 à « moins souvent » et « jamais ».

Tableau 1 - Indicateur d'intensité d'utilisation des réseaux sociaux selon le sexe, l'âge, la profession, le niveau d'études et le revenu mensuel net du foyer (en %)

		Faible	Moyenne	Élevée	Très élevée	TOTAL
Sexe	Femme	51	52	55	51	52
	Homme	49	48	45	49	48
Âge	18 à 24 ans	2	4	10	23	10
	25 à 34 ans	5	10	18	25	15
	35 à 44 ans	8	12	19	24	16
	45 à 59 ans	24	27	31	20	25
	60 à 69 ans	24	22	11	6	15
	70 ans et plus	37	25	12	2	18
Profession	Agriculteur	0	0	2	1	1
	Artisan, commerçant, chef d'entreprise	2	2	3	8	4
	Cadre supérieur	4	9	13	16	11
	Profession intermédiaire	10	13	19	19	15
	Employé	11	14	18	22	16
	Ouvrier	11	11	12	14	12
	Retraité	53	39	19	4	28
	Inactif	8	12	14	15	12
Niveau d'études	École Élémentaire	2	2	1	1	2
	Collège (BREVET)	9	7	8	5	7
	CAP, BEP	36	36	23	20	28
	Baccalauréat	22	21	22	26	23
	Bac +2	13	14	18	16	15
	Bac +3/+4	11	10	14	16	13
	Bac +5 et plus	6	11	13	17	12
Revenu mensuel net du foyer	1.250 € ou moins	13	16	17	25	18
	De 1.251 à 2.000 €	20	19	20	16	18
	De 2.001 € à 3.000 €	27	29	24	24	26
	Plus de 3.000 €	32	30	35	30	32
	Refus	8	7	5	5	6

Source : Flora Chanvrlil & Luc Rouban, CEVIPOF, Fractures françaises, 2025

Le tableau 1 montre ainsi que l'utilisation très élevée des réseaux sociaux est associée à une population plus jeune (moins de 45 ans), variée en termes de professions (cadres et employés, et dans une moindre mesure professions intermédiaires et ouvriers), davantage diplômée (au-delà du Bac) et disposant d'un revenu du foyer plus faible qu'en moyenne (en-deçà de 1 250 € nets mensuels). Nous retrouvons bien ici le lien entre déclassement (diplôme élevé, revenu faible) et usage intensif des réseaux sociaux⁸. Si l'on construit un indice de précarité⁹ et qu'on le divise en un groupe à faible précarité et un groupe à précarité élevée, on voit que 47% de ceux qui font un usage intense des réseaux sociaux se situent dans ce dernier groupe contre 40% de ceux qui en font un usage occasionnel.

[8] ROUBAN (Luc), « L'effet politique des réseaux sociaux », *op. cit.*

[9] Cet indice est construit sur la base de trois variables : le fait de s'inquiéter pour l'évolution de sa situation personnelle (avenir dégradé, notes de 0 à 3 sur une échelle allant de 0 à 10), d'avoir le pouvoir d'achat pour principale préoccupation et d'avoir beaucoup ou assez de difficultés pour joindre les deux bouts.

Usage des réseaux sociaux et solitude

Le débat actuel pose également la question du lien entre la solitude, ou plus généralement l'isolement social, et l'usage des réseaux sociaux. Deux thèses s'affrontent. Pour les uns¹⁰, les réseaux sociaux permettraient de compenser la solitude et de créer une socialisation en ligne. Pour les autres¹¹, les réseaux sociaux accentueraient au contraire la solitude en permettant la comparaison sociale ou le cyberharcèlement. Alors que l'usage restreint et maîtrisé des réseaux sociaux participerait à la réduction de la détresse psychologique, notamment chez les jeunes, l'usage intensif de ceux-ci serait associé à des sentiments accrus de solitude. Ainsi les symptômes dépressifs liés à l'usage numérique, notamment des réseaux sociaux, augmenteraient au sein de la "génération internet"¹².

Le tableau 2 montre cependant que l'usage des réseaux sociaux va ni dans le sens d'une compensation ni dans celui d'une accentuation de la solitude. On peut en effet créer un indicateur de solitude¹³ dont la distribution ne change pas quelle que soit l'intensité avec laquelle on utilise les réseaux sociaux. Il n'existe pas de corrélation statistique entre les deux variables.

On peut encore affiner l'analyse en prenant en considération cette fois des éléments objectifs d'isolement social. Il s'agit de mesurer ici l'effet de l'assignation spatiale, c'est-à-dire le fait de ne pas pouvoir disposer de la mobilité géographique désirée et de se retrouver en situation de dépendance territoriale. On a donc construit un indice¹⁴ reposant sur les réponses données à trois questions, indice que l'on a ensuite dichotomisé en un niveau bas et un niveau élevé d'assignation.

Comme le montre le tableau 2, la proportion d'enquêtés se situant sur ce niveau élevé d'assignation spatiale non seulement n'augmente pas en fonction de l'utilisation des réseaux mais varie même de manière inverse : ce sont les personnes qui utilisent le moins les réseaux qui sont les plus contraintes spatialement dans leur vie personnelle ou professionnelle.

[10] HUNT (Melissa G.) & al., "No More FOMO: Limiting Social Media Decreases Loneliness and Depression", *Journal of social and clinical psychology*, Volume 37, Issue 10, 2018.

[11] PRIMACK (Brian A.) & al., "Social Media Use and Perceived Social Isolation Among Young Adults in the U.S.", *American Journal of Preventive Medicine*, 53(1):1-8, 2017.

[12] TWENGE (Jean M.), "Increases in Depression, Self-Harm, and Suicide Among U.S. Adolescents After 2012 and Links to Technology Use: Possible Mechanisms", *Psychiatric Research and Clinical Practice*, 9, 2(1):19-25, 2020.

[13] Cet indicateur est construit sur la base de trois variables : le fait de se sentir toujours ou souvent seul, le fait de ne pas avoir plus de deux personnes dans son entourage à qui on peut parler de questions personnelles et le statut marital en isolant les célibataires, veufs et divorcés.

[14] L'indice d'assignation spatiale repose sur des questions de mobilité et d'accès aux services. Il prend en compte le fait de ne pas être parti en vacances au cours des 12 derniers mois, d'avoir un accès limité ou inexistant aux principaux services publics depuis le lieu de résidence (hôpital, gendarmerie, école, médecin, services administratifs...) et de rencontrer des difficultés pour se déplacer, que ce soit pour se rendre au travail, pour les besoins quotidiens de la famille (courses, enfants, santé...) ou pour partir en vacances.

Tableau 2 - Indicateur d'intensité d'utilisation des réseaux sociaux selon les indicateurs de solitude et d'assignation spatiale (en %)

		Faible	Moyenne	Élevée	Très élevée	TOTAL
Solitude	0	19	21	19	18	19
	1	36	33	33	33	34
	2	28	28	28	31	29
	3	17	17	19	18	18
Assignation spatiale	faible	54	59	62	59	59
	forte	46	41	38	41	41

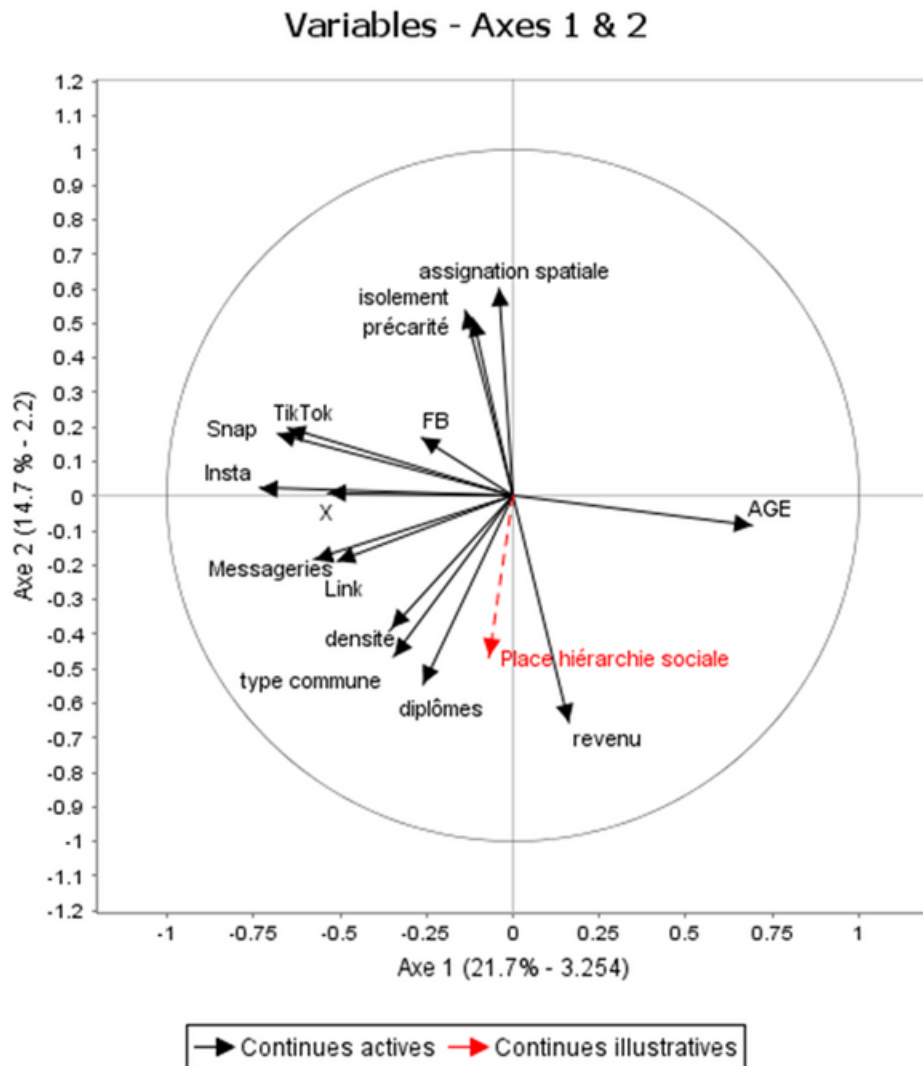
Source : Flora Chanvriel & Luc Rouban, CEVIPOF, Fractures françaises, 2025

On peut intégrer l'ensemble de ces observations sociologiques dans le cadre d'une analyse en composantes principales (ACP). Outre les variables déjà décrites, on y a introduit deux variables géographiques. La première est le niveau de densité de la commune et la seconde la catégorie de la commune dans le zonage en aire d'attraction des villes en 9 catégories distinguant les communes pôles et les communes couronnes selon la taille des aires. On y a fait figurer l'utilisation de chaque réseau selon son intensité. En variable illustrative, on a pris le positionnement subjectif de l'enquêté dans la hiérarchie sociale, ce dernier devant se positionner sur une échelle allant de 0 à 10.

Comme on peut le voir sur le plan factoriel, l'utilisation de certains réseaux sociaux comme LinkedIn est associée à des communes denses, plutôt des pôles urbains, et à la possession de diplômes supérieurs. D'autres, comme TikTok ou Facebook, s'associent plutôt à la précarité, à l'isolement social et à l'assignation spatiale.

Ces résultats sont confirmés par de simples tris croisés. Si l'on isole ainsi l'utilisation fréquente des réseaux sociaux (plusieurs heures par jour ou plusieurs fois par jour), on peut mesurer qu'elle s'insère dans des univers différents selon le réseau. Par exemple, les enquêtés utilisant fréquemment LinkedIn sont 68% à vivre dans des communes à forte densité (3 sur une échelle de 1 à 3) contre 50% des utilisateurs fréquents de TikTok et 35% des utilisateurs fréquents de Facebook. On retrouve également des différences dans la proportion d'utilisateurs fréquents se retrouvant sur le niveau supérieur de précarité : 34% pour LinkedIn, 50% pour TikTok et 45% pour Facebook. Mais, l'utilisation des réseaux sociaux reste en moyenne relativement indépendante à la fois du niveau d'assignation spatiale et du degré d'isolement et du niveau de revenu, la variable principale restant l'âge.

Graphique 2 - Sociologie de l'usage des réseaux sociaux



Source : Flora Chanvriil & Luc Rouban, CEVIPOF, Fractures françaises, 2025

L'usage des réseaux sociaux et leur faible impact politique

À partir de cette première analyse, on peut donc considérer qu'une grande partie de la littérature, fort abondante¹⁵, concernant les relations ou les transformations que les réseaux sociaux sont censés produire sur la fabrique du politique, et notamment en substituant l'horizontalité des usagers à la verticalité qui sépare les gouvernants des gouvernés ou les représentants des représentés, n'a pas beaucoup de pertinence. Les « réseaux sociaux », comme institution globale, n'existent pas. Il n'y en a que des usages. L'innovation technologique se conjugue avec des statuts sociaux pour produire des effets qui ne sont donc ni homogènes ni uniformes sur les comportements politiques. On peut donc mettre à l'épreuve du test empirique la nouvelle doxa selon laquelle :

[15] Pour une présentation des débats : ARCENEUX (Kevin), « Les réseaux sociaux font-ils l'élection ? », dans Bruno Cautrès et Anne Muxel (dir.), *Le Vote sans issues*, Grenoble, PUG, 2025, p. 39-54.

« Les réseaux sociaux ont radicalement changé le rapport de leurs utilisateurs à la politique par leur viralité, leur célérité et leur caractère transnational. Ils s'opposent ipso facto à la verticalité et à la hiérarchisation de la politique en ce sens qu'ils permettent une conception horizontale de l'espace public. Cette remise en cause de la compétence politique où chacun se considère expert à juger ou émettre une opinion a considérablement changé l'exercice démocratique en redéfinissant le rapport entre les politiques et les citoyens, et plus largement entre les gouvernés et les gouvernants. Espaces d'émancipation et canaux privilégiés de la liberté d'expression, les réseaux sociaux sont des vecteurs de dialogues et de contestations citoyennes proposant des supports différents mais reposant sur un même modèle, celui du libre partage d'informations »¹⁶.

On peut donc tester trois affirmations concernant l'effet des réseaux sociaux sur la vie politique : ils offriraient un nouvel espace démocratique à des citoyens devenus indifférents à la politique ; ils constitueraient avant tout des espaces de contestation ; ils seraient porteurs de radicalité.

Les réseaux sociaux sont-ils associés à des attitudes critiques à l'égard du fonctionnement de la démocratie en France ? La distribution des réponses à la proposition « Le système démocratique fonctionne plutôt bien en France, j'ai l'impression que mes idées sont bien représentées », ne varie pas avec l'appartenance à l'un des groupes d'utilisateurs des réseaux sociaux. Néanmoins, le niveau moyen très élevé de la réponse négative ne permet pas de saisir vraiment l'effet des réseaux sociaux. Quant à l'idée selon laquelle les élus défendent avant tout leur intérêt personnel avant l'intérêt des Français, elle reste également très majoritaire quel que soit le niveau d'utilisation des réseaux.

En revanche, à la question de savoir si « le régime démocratique est irremplaçable, c'est le meilleur des systèmes possibles », la proportion de réponses négatives augmente fortement chez les utilisateurs les plus importants. L'idée que « la plupart des femmes et des hommes politiques sont corrompus » augmente également dès que l'utilisation des réseaux s'avère plus intense. L'évolution statistique de ces deux derniers items semble montrer que l'usage intense des réseaux sociaux conduit à mettre en cause l'idée de représentation. Pour tester cet effet, on a mené une analyse de régression sur l'attachement au régime démocratique. Celui-ci dépend avant tout de l'orientation politique des enquêtés et notamment de leur degré d'attachement au macronisme. Un indice construit sur la base de ces questions permet de synthétiser les résultats. Il montre que la proportion d'enquêtés se situant à un niveau élevé de défense de la démocratie représentative actuelle n'évolue, selon leur usage des réseaux, qu'entre 24% et 26%. La remise en cause de la compétence politique des élus reste donc bien plus déterminée par les choix politiques que par l'usage des réseaux.

[16] GAUBERT (Laetitia), « Les réseaux sociaux ou la promesse illusoire de la démocratie continue », *Revue politique et parlementaire*, 30 août 2024, www.revuepolitique.fr

Tableau 3 - Les représentations de la démocratie représentative selon l'utilisation des réseaux sociaux (%)

	Faible	Moyenne	Élevée	Très élevée
Idées bien représentées	20	19	18	19
Démocratie irremplaçable	72	67	67	59
Personnel politique corrompu	57	63	71	72
Élus défendent intérêt personnel	87	88	89	85

Source : Flora Chanvrlil & Luc Rouban, CEVIPOF, Fractures françaises, 2025

Peut-on observer des écarts significatifs dans le niveau de confiance accordé aux institutions politiques ? Un indice de confiance dans les institutions politiques (les députés, les partis, les maires, les médias, la présidence de la République) qui va de 0 à 5 puis qui peut être dichotomisé entre un niveau bas (aucune à deux réponses positives) et un niveau élevé (trois à cinq réponses positives). 21% des personnes interrogées se situent sur ce dernier niveau. Cette proportion n'évolue cependant pas de manière linéaire selon l'utilisation des réseaux sociaux puisqu'elle passe de 21% dans le groupe à faible utilisation à 19% dans le groupe à utilisation modérée puis à 20% dans le groupe à utilisation fréquente et finalement à 23% dans le groupe à utilisation très fréquente, ce qui vient confirmer de précédentes études montrant, sur la base du Baromètre de la confiance politique, que les utilisateurs les plus actifs des réseaux sociaux s'intéressent davantage à la politique que les autres¹⁷.

On peut poursuivre la recherche sur des bases plus larges en créant un indice d'indifférence à la politique construit à partir de plusieurs variables : le fait de s'être abstenu au premier tour de l'élection présidentielle de 2022, aux élections européennes de 2024, au premier tour des élections législatives de 2024, de n'avoir aucune proximité partisane et de ne pas s'intéresser à la politique. On dispose d'un indice qui va donc de 0 à 5, divisé en deux niveaux selon le nombre de réponses positives. En moyenne, 32% des enquêtés se situent sur le niveau élevé d'indifférence à la politique. Cette proportion reste là encore étonnamment stable selon le degré d'utilisation des réseaux sociaux puisqu'elle est de 32% chez les utilisateurs occasionnels, de 31% en cas d'utilisation moyenne puis de 32% en cas d'utilisation élevée ou très élevée.

On peut enfin mettre à l'épreuve l'idée selon laquelle les réseaux auraient permis de réinventer l'espace public selon une conception horizontale rejetant les rapports d'autorité. Néanmoins, la distribution d'un indice d'autorité¹⁸ ne montre aucune variation quelle que soit l'utilisation des réseaux. La moyenne des enquêtés se situe à 46% sur la partie haute de cet indice, qu'ils utilisent très peu ou très fréquemment les réseaux.

[17] ROUBAN (Luc), « L'effet politique des réseaux sociaux », *op. cit.*

[18] Construit sur la base des réponses aux propositions : « on a besoin d'un vrai chef en France pour remettre de l'ordre » ; « l'autorité est une valeur qui est trop souvent critiquée aujourd'hui » ; « il faudrait rétablir la peine de mort en France ».

Le mythe du “techno-fascisme”

L'utilisation des réseaux sociaux a-t-elle une couleur politique ? L'analyse de la proximité politique selon l'intensité d'utilisation des réseaux est loin de démontrer l'existence d'un « techno-fascisme »¹⁹, concept renvoyant à l'alliance des élites de la tech et du trumpisme aux États-Unis, car les utilisateurs intenses se caractérisent surtout en France par une proximité à l'ensemble des partis de gauche et notamment à la gauche radicale.

Si l'on crée un indice de soutien au RN²⁰, on observe que 49% de tous les enquêtés se situent à son niveau supérieur en 2025. Mais cette moyenne ne varie pas selon l'intensité avec laquelle ils utilisent les réseaux sociaux. Cette proportion passe de 49% pour une utilisation faible, 52% pour une utilisation moyenne, 48% autant pour une utilisation élevée que pour une utilisation très élevée. Ceux qui utilisent fréquemment X sont 47% à se situer sur la partie haute de l'indice de soutien au RN. Donc, la propagande d'extrême-droite présente sur X soit n'a pas réussi à convaincre ses utilisateurs les plus acharnés soit n'a pas attiré à elle des électeurs d'extrême-droite en proportions importantes.

De manière symétrique, on peut construire un indice de soutien à LFI²¹. Cette fois, la proportion de ceux qui se situent sur la partie haute de l'indice, qui est de 30% en moyenne dans l'ensemble de l'échantillon, passe de 20% pour une utilisation faible des réseaux à 25% pour une utilisation moyenne, puis à 30% pour une utilisation élevée et à 40% pour une utilisation très élevée. Les utilisateurs fréquents de X soutiennent fortement LFI à 37%. Cette proportion passe à 46% chez les utilisateurs fréquents de TikTok.

Tableau 4 - La proximité politique suivant l'utilisation des réseaux sociaux (%)

	Faible	Moyenne	Élevée	Très élevée
Gauche (Ext.-G., PCF, LFI, PS, Ecologistes)	19	22	24	32
Bloc présidentiel (Renaissance, MoDem, Horizons)	14	10	10	6
Droite (LR, UDI)	10	7	6	6
Droites radicales (RN, DLF, Reconquête !)	25	24	27	26
Aucun parti	30	34	30	27
Refus	1	3	3	2

Source : Flora Chanvrlil & Luc Rouban, CEVIPOF, Fractures françaises, 2025

[19] MHALLA (Asma), Cyberpunk, *Le nouveau système totalitaire*, Paris, Seuil, 2025.

[20] Cet indice repose sur cinq variables : le fait de considérer que ce parti n'est pas d'extrême-droite, qu'il ne représente pas un danger pour la démocratie, qu'il n'est pas xénophobe, qu'il est proche des préoccupations de l'enquêté et qu'il est capable de gouverner le pays. Cet indice va de 0 à 5 et peut être dichotomisé entre un niveau bas de soutien et un niveau élevé.

[21] Construit sur la base des réponses aux questions : LFI est-elle un parti dangereux pour la démocratie, proche de vos préoccupations, capable de gouverner le pays, qui attise la violence, qui est d'extrême-gauche ?

Si l'on examine le vote au premier tour des élections législatives de 2024, on voit que cette inclinaison pour la gauche se confirme puisque les utilisateurs occasionnels ont voté (en pourcentages d'inscrits) à 14% pour les candidats du NFP contre 24% des utilisateurs intenses, à 22% pour les candidats de Renaissance et de leurs alliés contre 9%, à 7% pour les candidats de LR et leurs alliés contre 4%, pour les candidats du RN et de leurs alliés à 26% contre 20% et se sont abstenus ou ont voté blanc et nul à 24% contre 37%. On retrouve donc ici les éléments classiques de la sociologie électorale, les utilisateurs occasionnels étant plus âgés et moins libéraux sur le plan culturel ce qui nourrit un vote orienté vers la droite ou l'extrême-droite sans que les réseaux sociaux jouent un rôle important.

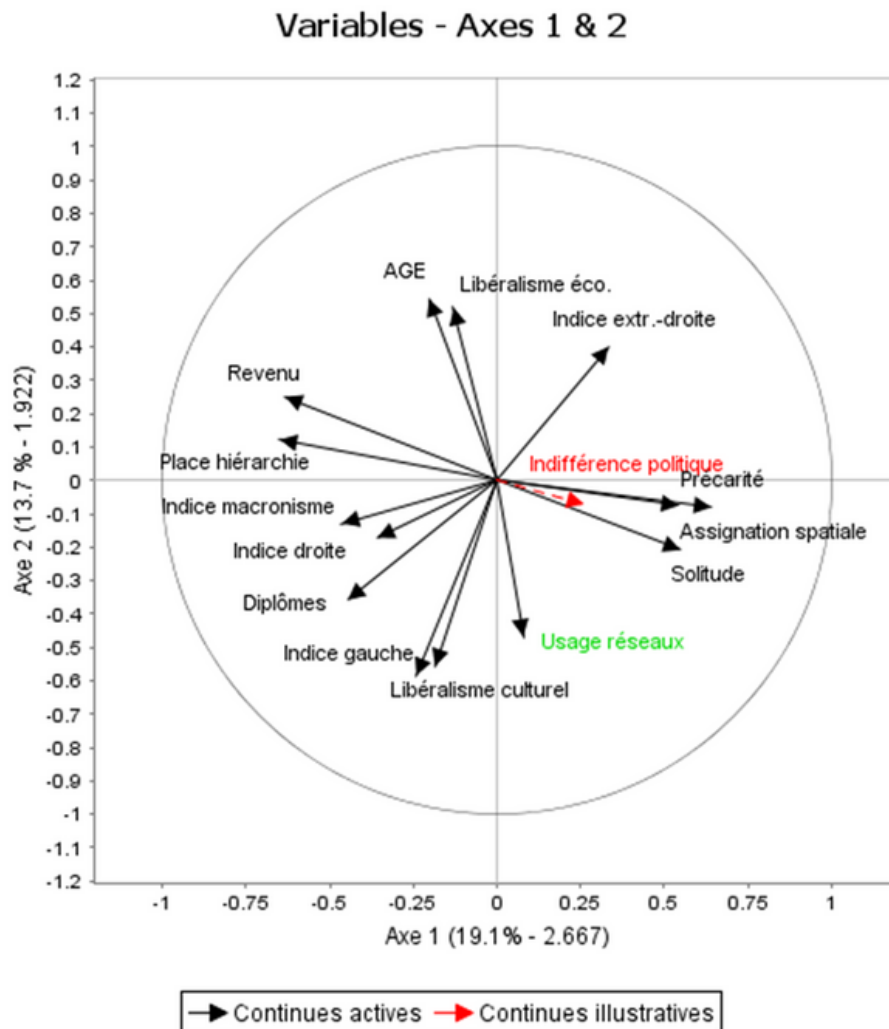
Pour mesurer la place que prend la plus ou moins grande utilisation des réseaux sociaux dans l'espace public, on a donc construit une ACP sur la base des variables sociologiques déjà décrites en y ajoutant l'indice d'indifférence politique présenté plus haut, qui apparaît comme variable illustrative en rouge. Parmi les variables actives, on a introduit également un indice de libéralisme économique²², un indice de libéralisme culturel²³, la situation subjective de l'enquêté dans la hiérarchie sociale, et des indices mesurant l'orientation politique à gauche, vers le macronisme, vers la droite et vers l'extrême-droite, chacun de ces indices étant construit à partir de la proximité partisane et des votes effectués au premier tour de l'élection présidentielle de 2022, lors des élections européennes de 2024 et au premier tour des élections législatives de 2024.

Comme le montre le plan factoriel, plus l'usage des réseaux sociaux s'avère intense et plus il se rapproche du libéralisme culturel et de l'indice de gauche alors qu'il se situe à l'exact opposé du libéralisme économique et reste indépendant de l'indice d'extrême-droite comme des indices de macronisme ou d'orientation à droite. Il reste également indépendant de l'indifférence politique (variable illustrative en rouge) laquelle reste fortement liée et à la précarité et à la solitude et à l'assignation spatiale. Ce résultat est confirmé par un simple tableau croisé montrant que la proportion d'enquêtés fortement indifférents à la politique reste de 32% que ces enquêtés fassent un usage occasionnel ou très intense des réseaux sociaux.

[22] L'indice de libéralisme économique repose sur les réponses à trois propositions : « plus il y a de riches, plus cela profite à l'ensemble de la société » ; « pour établir la justice sociale, il faudrait prendre aux riches pour donner aux pauvres » ; « les chômeurs pourraient trouver du travail s'ils le voulaient vraiment ».

[23] L'indice de libéralisme culturel, qui mesure le degré de tolérance normative, repose sur les réponses à trois propositions également : « il y a trop d'étrangers en France » ; « la religion musulmane est compatible avec les valeurs de la société française » ; « il faudrait rétablir la peine de mort en France ».

Graphique 3 - Analyse en composantes principales de l'usage des réseaux sociaux dans le champ politique



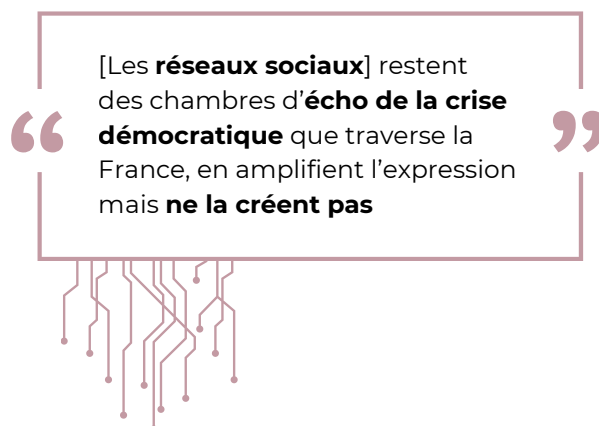
Source : Flora Chanvriil & Luc Rouban, CEVIPOF, Fractures françaises, 2025

Conclusion

L'analyse des représentations partagées par les utilisateurs des réseaux sociaux ne conduit pas à conclure que la vie politique serait construite ou réinventée par ces derniers. Ceux-ci restent des chambres d'écho de la crise démocratique que traverse la France, en amplifiant l'expression mais ne la créent pas²⁴. À ce titre, l'enquête montre qu'en moyenne les enquêtés ont confiance dans les réseaux sociaux à hauteur de 17%, cette proportion n'étant que de 32% chez les utilisateurs les plus fréquents. On est donc loin d'un nouvel espace public venant offrir une agora secondaire aux citoyens où se jouerait le destin de la démocratie.

[24] Ce qui est confirmé par les études menées aux États-Unis sur l'influence des réseaux sociaux lors de l'élection de Donald Trump en 2016. Ces réseaux n'ont eu qu'une influence indirecte par l'utilisation que les médias traditionnels ont faite des polémiques qu'ils pouvaient organiser. GERSTLÉ (Jacques) et PIAR (Christophe), *La communication politique*, Paris, Armand Colin, 2025, p. 228 et s.

De la même façon, si les réseaux sociaux restent le réceptacle de la déliquescence sociale et des passions tristes, ils ne favorisent pas particulièrement la radicalisation politique de droite. La situation française ne se caractérise donc pas par la construction d'un technofascisme que l'on a cru pouvoir déceler aux États-Unis avec le trumpisme. L'utilisation intense des réseaux sociaux en France se conjugue bien plus avec des valeurs de gauche et un libéralisme culturel affirmé.



Dans cette perspective, les réseaux sociaux viennent réintroduire des espaces privatifs dans l'espace public, exprimant ce que ce dernier n'est plus capable de faire, à savoir intégrer la société française. Les réseaux se sont chargés d'un investissement communautaire venant concurrencer la logique républicaine. C'est ainsi que 15% des utilisateurs occasionnels de ces réseaux considèrent que la religion occupe une place importante dans leur vie personnelle contre 31% des utilisateurs intensifs. Les réseaux sociaux, s'ils ne modifient pas les convictions mais les renforcent, viennent également révéler les transformations profondes de la société française qui ne sont pas prises en charge par la politique institutionnelle ou seulement sur le registre de la pathologie.

Les enquêtes du dispositif Fractures françaises sont menées par le Cevipof en partenariat avec la Fondation Jean-Jaurès, l'Institut Montaigne et Le Monde, le terrain ayant été effectué par Ipsos sur la base d'échantillons représentatifs construits sur la base de quotas.

Pour le détail de la composition de l'échantillon de chaque vague voir les informations figurant sur le site du Cevipof à la page de l'enquête Fractures françaises : <https://www.sciencespo.fr/cevipof/fr/etudes-enquetes/enquete-fractures-francaises/>