



S'ENGAGER POUR CHACUN
AGIR POUR TOUS

Nouvelles pratiques syndicales et usages des TIC

Réalisée par Marion Brusadelli, Rémy Caveng

(Centre Universitaire de Recherches sur l'Action Publique et Politique, Université de Picardie)

Cette étude a été financée par l'Agence d'objectifs de l'IREs

OBJET

L'émergence d'Internet et sa démocratisation au cours des dernières décennies ont accéléré la transformation du système productif dans les entreprises. Déjà, le développement des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) avait entraîné un bouleversement fonctionnel, avec la mécanisation et l'automatisation de la production. Les nouveaux moyens de communication électronique sont venus renforcer ce processus, mais ont de surcroît permis un renversement structurel en jouant sur l'individualité : mise en place d'une gestion managériale, accélération des démarches et procédures, singularisation des parcours et des situations, et surtout transformation radicale des relations sociales et des rapports sociaux, brouillage des frontières entre espace privé et espace public (et professionnel), dont les effets sont de taille dans la construction de mobilisations chez les salariés. L'angle d'approche retenu pour cette étude a été le rapport aux usages du numérique : son ancrage social, afin de comprendre les raisons pouvant induire l'attrait ou la défection de sa pratique, les attentes et craintes, les possibilités offertes par le réseau et les liens entretenus entre relations sociales en ligne et hors ligne. En effet, la volonté d'avoir prise sur ces nouvelles configurations et de construire un rapport de force conséquent chez les salariés suppose – entre autres – de s'approprier le numérique et de s'en servir ; il s'agit donc ici de saisir la manière dont celui-ci s'articule avec le monde social.

METHODE

L'étude portant sur l'usage des TIC dans les équipes syndicales CFDT, réalisée de septembre 2012 à juin 2013 au sein de 4 régions du nord de la France¹ – dont la région parisienne, incluant les fédérations nationales –, combinait plusieurs méthodes d'enquête :

11 entretiens collectifs (*focus group*) interrogeant les points de vue et analyses des équipes (nationales, intermédiaires et locales) quant à leur propre usage des TIC ;

7 entretiens individuels, auprès de chargés de communication et de producteurs de contenus numériques, analysant plus en profondeur les choix opérés dans le travail de communication, ainsi que les rôles et points de vue de ces producteurs ;

Une enquête en ligne, balayant les différents supports de communication afin de cerner les convergences et divergences entre les usages militants.

¹ Les quatre régions concernées ont été l'Île-de-France, la Picardie, le Nord Pas-de-Calais et la Normandie.