Communication et organisation

Revue scientifique francophone en Communication organisationnelle

56 | 2019

Les organisations malades du numérique

FRAME Alex et BRACHOTTE Gilles (dir.), 2018.
L'usage de Twitter par les candidats #Eurodéputés @Europarl_FR@Europarl_EN: Perspectives internationales lors des élections au Parlement européen en mai 2014

Caen : Éditions EMS

Marie-Hélène Hermand

Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/communicationorganisation/8575>

DOI : 10.4000/communicationorganisation.8575

ISSN : 1775-3546

Éditeur

Presses universitaires de Bordeaux

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2019

Pagination : 159-161

ISBN : 979-10-300-0571-4

ISSN : 1168-5549

Référence électronique

Marie-Hélène Hermand, « FRAME Alex et BRACHOTTE Gilles (dir.), 2018. *L'usage de Twitter par les candidats #Eurodéputés @Europarl_FR@Europarl_EN: Perspectives internationales lors des élections au Parlement européen en mai 2014* », *Communication et organisation* [En ligne], 56 | 2019, mis en ligne le 01 décembre 2019, consulté le 26 mars 2023. URL : <http://journals.openedition.org/communicationorganisation/8575> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.8575>

Tous droits réservés

FRAME, Alex et BRACHOTTE, Gilles (dir.), 2018. *L'usage de Twitter par les candidats #Eurodéputés @Europarl_FR@Europarl_EN: Perspectives internationales lors des élections au Parlement européen en mai 2014*. Caen : Éditions EMS. ISBN 978-2-37687-134-7

Cet ouvrage collectif, dirigé par deux spécialistes des effets produits par les réseaux socio-numériques sur l'espace public et la participation politique, est issu d'un programme de recherche international qui a réuni une quarantaine de chercheurs issus de six pays d'Europe (Allemagne, Belgique, Espagne, France, Italie, Royaume-Uni). Rédigées en français et en anglais, les treize contributions analysent différents usages politiques de Twitter dans plusieurs pays européens au prisme de compétences spécialisées (analyse sémiotique, analyse du discours, analyse de données, études d'influence). L'originalité de la démarche tient à l'ouverture internationale, à l'articulation interdisciplinaire (communication, sciences du langage, sciences politiques et informatique sont mobilisées) et à la bibliographie internationale sur plusieurs notions récurrentes en communication politique (discours politique, communautés, influence, résonance, identité politique).

L'ouvrage, qui s'inscrit dans le contexte scientifique plus large de l'étude des usages politiques des dispositifs socio-numériques, défend l'hypothèse selon laquelle Twitter se révèle un outil capable de structurer les débats électoraux. L'analyse empirique de l'utilisation politique de Twitter s'effectue à partir de corpus collectés à l'occasion des élections au Parlement européen en mai 2014 et de la déconstruction de stratégies de communication dans ce contexte électoral. Les auteurs de l'ouvrage s'intéressent également aux publics et à la possibilité qui leur est donnée de participer à l'élaboration de l'espace public.

Dans une première thématique intitulée « *Twitter as a second screen* », quatre contributions sont centrées sur des dispositifs saillants de double écran. Les auteurs s'emploient successivement à déceler le potentiel participatif de tweets issus du débat télévisé européen en Allemagne (Einspanner-Pflock et Anastasiadis, p. 21-53), à analyser comment des candidates parlent de télévision dans les twittosphères Française et Italienne (Novello Paglianti et Villa, p. 55-84), à observer la satire citoyenne encouragée par l'UKIP (Higgie, p. 85-113) et à analyser les usages de Twitter qui accompagnent le programme télévisuel *Question Time* au Royaume-Uni (Heathman, p. 115-137). Leur questionnement commun concerne la relation entre médias sociaux en ligne, médias traditionnels et politiques. Les résultats croisés de leurs études quantitatives et qualitatives aboutissent à qualifier Twitter d'importante plateforme discursive qui accompagne le show télévisuel.

Caractérisé par la rapidité et la créativité des reformulations, des commentaires, des stratégies d'autoprésentation et des interactions, Twitter devient notamment une caisse de résonance particulière pour des tweets qui n'auraient pas obtenu

d'audience. Puissant révélateur de spécificités partisans nationales, il permet aussi de détourner des images de candidats pour en fabriquer de plus favorables. L'outil permet en outre d'héberger la satire citoyenne, stratégie émergente qui invite à s'interroger sur les positionnements et les réactions des partis politiques à l'égard de pratiques discursives corrosives. Si Twitter tend à favoriser l'engagement politique et civique, des nuances sont formulées sur la possibilité de le déclarer comme une sphère publique robuste où peut s'exercer la délibération politique. En effet, si les conditions de réflexivité, d'écoute et de prise en compte de la différence ne sont pas respectées, et si les obstacles liés aux exclusions dues aux inégalités sociales et à la domination d'individus ou de groupes ne sont pas levés, l'élaboration de cette sphère publique se trouve compromise.

Dans la deuxième thématique intitulée « *Data analysis on Twitter* », trois articles proposent une démarche de modélisation des réseaux sociaux (Basaille-Gahitte, Leclercq et Savonnet, p. 141-159), une typologie des usages de Twitter par des candidats et des partis politiques français (Junger et Brachotte, p. 161-187) et une méthode de détection de communautés dans les réseaux sociaux (Basaille-Gahitte et Leclercq, p. 189-213). Ancrés dans des méthodologies informatiques, ces travaux mettent en évidence les défis récurrents qui se posent aux chercheurs confrontés à la profusion de données et de corpus extraits de Twitter : la caractérisation, le tri et la hiérarchisation des données. Ces enjeux opérationnels sont resitués dans des modèles et des théories formelles qui permettent de les traiter. L'importance de la prise en compte de la philosophie des outils (par exemple celle du logiciel libre), de la circulation des codes de communication (signes, symboles) et de la filiation historique des canaux techniques (de l'IRC à Twitter) est rappelée. En effet, ces éléments conditionnent le choix et la mobilisation d'outils informatiques en vue d'analyser les usages et les effets (instantanéité, interactivité) produits par les médias socio-numériques. Les résultats obtenus permettent de préciser, en fonction des contextes considérés, les contours de la notion d'espace public à partir de l'analyse des scènes d'expression de la parole politique et des scènes d'apparition de cette parole en recherche de visibilité.

Dans une troisième partie intitulée « *International perspectives* », quatre contributions se concentrent sur la technique de cadrage (*framing*) d'un événement sur Twitter (Kondrashova, p. 217-236), sur l'utilisation du *storytelling* par les politiciens italiens (Missaglia, p. 237-260), sur le discours des candidats espagnols sur Twitter (Gelado Marcos et Bonete Vizcaino, p. 261-281), et enfin sur les tweets du président Toomas Hendrik Ilves constitutifs d'un *nation branding* estonien (Kaasik-Krogerus, p. 283-304). Dans leurs approches, les auteurs se concentrent sur la manière dont les procédés discursifs contribuent à façonner les attitudes et les habitudes des publics sur Twitter. Leurs analyses aboutissent à pointer différents effets du technodiscours, qu'ils soient moraux (par le biais de la diffusion de valeurs), culturels (au prisme de la sémiosphère) ou narratifs (grâce à la circulation d'histoires médiatisées).

Enfin, la quatrième et dernière partie intitulée « *Publics and influence on Twitter* » présente deux chapitres qui étudient la capacité d'influence de candidats politiques sur Twitter (Azaza, Savonnet et Leclercq, p. 307-331) et de techniques de couverture britannique sur Twitter (Readshaw, p. 333-353). Par influence, on entend ici la capacité à provoquer une action chez un autre utilisateur (retweeter, répondre, mentionner, suivre). Adossées à un travail approfondi sur des jeux de données, ces recherches visent à déceler, à schématiser et à caractériser les relations qui se nouent sur Twitter ainsi que les nouvelles formes de coopération et les effets qu'elles produisent. En dépit des difficultés exposées (notamment celles de la prise en compte de la diversité et de l'incertitude des relations nouées), les effets d'influence sont progressivement mis au jour sous la forme de graphes relationnels.

Alimenté majoritairement par une littérature anglo-saxonne et riche de références allemandes, espagnoles, françaises et italiennes, l'ouvrage offre l'avantage de présenter dans le détail des corpus étrangers et diverses méthodologies. Outre les différents traitements proposés – parfois très techniques – de la question des usages politiques de l'outil Twitter, les contributions éveillent notamment l'attention sur des dispositifs méconnus (e-Estonie) et sur des procédés (tels que la dérision, l'insulte, l'agressivité) déconstruits par ailleurs par des analystes du discours. Les enseignants, les chercheurs et les étudiants trouveront dans cet ouvrage un éclairage précis sur les contributions et les limites de Twitter à l'élaboration de l'espace public numérique.

Marie-Hélène HERMAND

Marie-Hélène Hermand est maître de conférences à l'Université Bordeaux Montaigne, membre du MICA (EA 4426) et collaboratrice scientifique à l'Université libre de Bruxelles. Ses recherches actuelles portent sur l'émergence de la communication transfrontalière (en Eurorégions et Eurométropoles) en tant que trace de la politique régionale européenne et sur l'analyse des discours (politiques, managériaux, médiatiques) dédiés à la refondation du système de santé publique en Europe et en France.