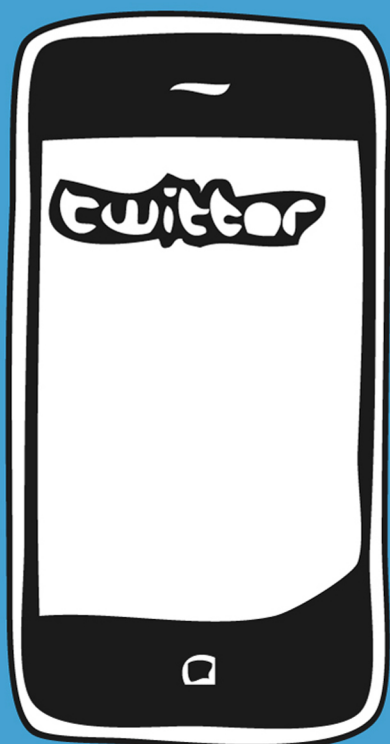


Antoine Dubuquoy - Nico Prat

TWITTUS POLITICUS

DÉCRYPTAGE D'UN MÉDIA EXPLOSIF



TWITTUS POLITICUS

Décryptage d'un média explosif

Antoine Dubuquoy
Nico Prat

TWITTUS POLITICUS

Décryptage d'un média explosif

Fetjaine

© Éditions Fetjaine, 2013
Une marque de La Martinière Groupe
www.lamartinieregroupe.com
ISBN 978-2-35425-490-2
Retrouvez nos publications sur www.fetjaine.com

« *Politics is showbusiness for ugly people* »

Jay Leno

LEXIQUE

Bashing : acharnement de masse contre une personne sur Internet

Community manager : animateur de communauté sur Internet

DM : Direct Message, message privé

Follower : abonné d'un compte Twitter

FF : ou Follow Friday. Le vendredi, sur Twitter, on conseille des comptes à suivre

Foursquare : application mobile de géolocalisation

Hashtag : mot clé, terme spécifique à Twitter précédé du symbole #

NSFW : Not Safe For Work, souvent du contenu à caractère sexuel

PP : photo de profil d'un compte Twitter

Retweeter : rediffuser un tweet sur son propre réseau de followers

TWITTUS POLITICUS

Spammer : envoi en masse de messages non sollicités par mail.

Par extension sur tout système de messagerie électronique

Tag : mot clé, marqueur sémantique sur Internet

Timeline : fil d'information public de Twitter

Trending Topic : ou TT, les sujets les plus populaires sur Twitter

Troll : perturbateur volontaire de conversations sur Internet

Tumblr : plate-forme de blogging

Tweet clash : accrochage sur Twitter

Tweet : message publié sur Twitter

Tweeter : action de publier un tweet

Twittas (ou touitteuse, ou twitasse) : utilisatrice de Twitter

Twittos (ou touitteur) : utilisateur de Twitter

URL : Uniform Resource Locator, nom technique d'une adresse web

INTRODUCTION

Mardi 12 juin 2012. La première dame de France, Valérie Trierweiler, tweete le message suivant : « Courage à Olivier Falorni qui n'a pas démerité, qui se bat aux côtés des Rochelais depuis tant d'années dans un engagement désintéressé. » Dans la bataille des législatives, Olivier Falorni est face à Ségolène Royal, ex-femme de François Hollande, président de la République et concubin de Valérie Trierweiler. C'est Dallas au sommet de l'État.

Le 18 août 2012, Lionnel Luca, bouillonnant ténor de l'UMP, membre du collectif parlementaire de la Droite populaire et vice-président du conseil général des Alpes-Maritimes, envoie un message sur Twitter : « Je te laisse rentrer et te préparer. Je t'aime. » Mignon, non ? Mais les utilisateurs du réseau social, toujours aux aguets, ne se privent pas de rediffuser – de retweeter en jargon Twitter – auprès de leurs abonnés ce qui semble n'être qu'un gentil faux pas. Rigolo : un

homme politique, certes amateur de coups de gueule et de coups d'éclat, dévoile un message manifestement destiné à ne pas être diffusé au grand jour. Luca retirera le message, non sans avoir bénéficié d'une couverture médiatique, et postera sur Twitter un message en forme de pirouette élégante : « Leçon d'humilité : ne jamais envoyer un SMS perso à son conjoint pendant que l'on tweete... Un peu d'amour dans un monde de brutes après tout ? » L'affaire s'arrête là, on n'en parle plus deux jours plus tard. Qui plus est, Luca n'est pas le premier à avoir fait une erreur de manipulation. Éric Besson, quelques mois plus tôt, grand utilisateur de Twitter, et à l'époque ministre de l'Économie numérique, avait publié sur Twitter un message intime : « Quand je rentre je me couche. Trop épuisé. Avec toi ? » Ayant pris conscience de sa boulette, il publiera un rectificatif sur le mode de l'humour : « Lol et excuses. Ça m'apprendra à manipuler la liste des brouillons et à appuyer par erreur sur la touche envoi. Je ne me couche pas... »

Trois tweets. Une bombe médiatique. Deux anecdotes. Toutes révélatrices de la passion récente qu'entretiennent les politiques avec Twitter. Pendant la campagne de la présidentielle et des législatives de 2012, *Le Journal du dimanche* a intégré Twitter dans sa matière première éditoriale. Chaque semaine, un florilège des meilleurs tweets de la classe politique ou des célébrités est publié dans l'hebdomadaire. *Direct Matin*, le quotidien gratuit, a lui aussi eu recours à cette matière première. Il est vrai que le format de Twitter est séduisant. Formules

courtes, limitées à cent quarante caractères, impact garanti, qu'il soit positif ou négatif. Crises de rire assurées, moues dépitées aussi.

Mais qu'est-ce que Twitter au juste ? Ses détracteurs y voient un passe-temps chronophage. Sa découverte plonge le non-initié dans la consternation. Il est vrai qu'aborder Twitter pour le néophyte peut passer pour un casse-tête. Des messages courts, qui défilent sans interruption, des messages codés, truffés d'acronymes, de symboles cabalistiques, @, #. On a parfois l'impression d'assister à un grand défolement collectif, parfois même la déplaisante sensation de participer à des lynchages, à des chasses à l'homme, à des règlements de comptes publics. Le tout peut laisser la pénible impression d'être un voyeur. Mais, en matière de politique, on a aussi le sentiment d'être le spectateur actif du jeu démocratique dans une agora numérique aux codes bien rodés, aux camps bien clivés.

Pourquoi Twitter est-il devenu un canal de communication aussi indispensable que complexe ? Est-il un lieu d'échange d'idées qui favorise la conversation, musclée parfois mais constructive, ou un simple outil au service de la propagande politique ?

Twitter, source de tous les débordements.

Twitter qui a rendu obsolètes certaines règles du Code électoral comme celle qui contraint les médias à garder sous embargo les projections des résultats des élections jusqu'à l'heure de fermeture officielle de tous les bureaux de vote.

Twitter qui a conduit lors de l'élection de 2012 à des situations ubuesques, lorsque des journalistes meublent le temps d'antenne en tentant de masquer une information que manifestement chacun connaissait mais qu'il leur était impossible de divulguer...

Twitter qui s'est révélé encore récemment comme un espace non maîtrisable sur lequel chacun peut se défouler, manipuler un humour plus ou moins noir avec plus ou moins de bonheur. Pour preuve, ce militant de l'UMP, Mehdy Mikkiche, qui, le 24 août 2012, poste le tweet suivant : « Et si on envoyait Anders Breivik à l'université d'été du Parti socialiste ? », faisant référence au massacre perpétré sur l'île d'Utoya par le tueur norvégien pendant l'université d'été du parti de gauche norvégien le 22 juillet 2011. Un tweet d'un goût parfait, qui suscitera des réactions indignées. L'auteur se réfugiera derrière l'humour et la liberté de parole, arguant du fait que des choses bien pires ont été proférées à l'égard de Nicolas Sarkozy pendant la campagne électorale. C'est comme ça : Twitter et ses utilisateurs fonctionnent de façon épidermique, sur le mode action-réaction.

De toute évidence, Twitter s'est imposé en quelques mois comme un outil indispensable et incontournable de la vie politique française. Nous avons cherché à savoir comment et pourquoi les partis politiques, les hommes politiques, les militants se sont approprié cet outil de communication si particulier. Nous avons cherché à comprendre les raisons de cet engouement qui pousse des élus locaux à prendre la parole et à chercher à attirer l'attention sur leurs actions, sur leurs points de vue, sur leurs existences.

INTRODUCTION

Dès lors, une question fondamentale se pose : L'usage de Twitter et des médias sociaux par les politiques est-il un simple feu de paille ou un phénomène durable ? Et cette autre : Quel est l'impact de ces nouveaux outils et de ces nouveaux usages sur la pratique citoyenne, sur la perception que peut avoir le grand public de ses représentants ?

TWITTER ET LES MÉDIAS SOCIAUX

Selon Wikipédia, Twitter est un « outil de réseau social et de microblogage qui permet à un utilisateur d'envoyer gratuitement de brefs messages, appelés *tweets* (“gazouillis”) sur Internet, par messagerie instantanée ou par SMS. Ces messages sont limités à cent quarante caractères ».

Twitter a été créé en 2006 par Jack Dorsey, Evan Williams et Christopher Isaac « Biz » Stone. Si l'on remonte plus loin dans l'histoire, tout a commencé quand Evan Williams, un ex-Google, misa sur la startup Odeo, à l'époque un projet de plate-forme de podcasts, qui comptait parmi ses fondateurs un certain Noah Glass. Alors que Williams fait appel à un autre ex-Google, Biz Stone, le projet fut contrarié par le lancement d'iTunes par Apple en 2003. Odeo doit dès lors se réorienter et décide de mettre en place une plate-forme de partage de statuts, situations et humeurs, idée amenée par Jack Dorsey qui travaillait déjà pour Odeo. Noah Glass, pas-

sionné par le projet, lui trouve son nom, Twitr, avant d'être évincé par Evan Williams et de disparaître de la scène.

En 2008, Jack Dorsey est nommé par le prestigieux MIT dans la liste TR35 qui rassemble chaque année les trente-cinq innovateurs de moins de trente-cinq ans les plus prestigieux. Cette liste compte au fil des ans parmi ses lauréats Sergey Brin et Larry Page (Google), Jerry Yang (Yahoo), Shawn Fanning (Napster), Marc Andreessen (Netscape) ou Mark Zuckerberg (Facebook). Bref, tout le gratin de la Silicon Valley.

Aujourd'hui, Twitter est valorisé aux alentours de 10 milliards de dollars et recherche toujours son modèle économique. En France, on évalue à 5 millions le nombre d'utilisateurs de Twitter, ce qui est peu face au mastodonte Facebook et ses 25 millions d'utilisateurs français.

Si Facebook est devenu un média de masse, Twitter s'inscrit différemment dans le paysage. Le réseau social fondé par Mark Zuckerberg est devenu un écosystème à part entière dans lequel l'utilisateur, une fois entré, n'a plus besoin de sortir : il y trouve tout ce dont il a besoin pour sa vie sociale, ses distractions, son shopping... Jeux, vidéos à la demande, pages promotionnelles s'empilent et s'ajoutent aux murs, messageries instantanées ou non.

Twitter, dans son appréciation initiale, était un Facebook limité au statut personnel, donnant la possibilité à chacun de ses utilisateurs de publier des instantanés de leur vie à chaque moment. Une habitude héritée de la

vogue du blogging, apparue vers 2004. Bloguer est un exercice exigeant une vraie discipline éditoriale, mais ayant permis l'émergence de réels talents. Les blogs vont atteindre leur apogée en 2006-2007, vogue qui, en France, coïncidera avec l'émergence d'une blogosphère politique militante et engagée. Twitter a été défini dès le départ comme un outil de microblogging, plutôt taillé pour la communication instantanée. Instantanéité, temps réel, les deux mantras de Twitter qui bouleversent considérablement le monde de la communication.

Il a fallu du temps à Twitter pour s'imposer en France. Et encore... Le réseau social s'est-il réellement imposé dans les pratiques quotidiennes du grand public ? Une seule certitude, confirmée par tous les experts des médias sociaux et observateurs de la chose médiatique : le réseau social a gagné en notoriété. Les Français savent plus ou moins de quoi il retourne quand on évoque Twitter. De là à le pratiquer, il y a de la marge.

Souvent, les premiers pas rebutent, un peu comme les premières secondes dans un rassemblement, un cocktail, une fête, où manifestement tout le monde s'amuse et échange des bons mots, alors que vous n'avez pas encore compris les codes ni trouvé le ton ou la fulgurance qui vont vous propulser dans le cercle des initiés. Encore faut-il d'ailleurs posséder un minimum de contacts avec qui engager la conversation, sinon vous aurez cette fâcheuse impression de prêcher dans le désert, de vous époumoner en pure perte. Et de ressortir frustré de l'expérience. Cela dit, vous ne seriez ni le premier ni le dernier.

Première chose complexe à évaluer chez Twitter : le nombre réel d'utilisateurs. Le service ne communique pas de chiffres et est peu bavard sur ses performances, contrairement à Facebook qui parle beaucoup, surtout pour annoncer de très gros chiffres. À noter cependant que Facebook est moins bavard depuis les déboires que la société californienne connaît avec le ratage de son entrée en Bourse et la sortie d'un des actionnaires-fondateurs, Peter Thiel, par ailleurs fondateur de Paypal. Quoi qu'il en soit, le nombre d'utilisateurs de Twitter en mars 2012 est évalué à 500 millions dans le monde, alors que Facebook a atteint le milliard symbolique.

Twitter, comment ça marche ?

Le principe est très simple : chaque utilisateur a la possibilité de poster ce que l'on appelle un *tweet*, soit une phrase de cent quarante caractères au maximum, pouvant comporter un lien vers une photo, une vidéo, un article, un tag. Le principe de base est une forme d'abonnement : lorsque vous identifiez un utilisateur du réseau que vous connaissez ou dont les messages vous interpellent, vous vous abonnez à son fil Twitter, vous devenez son *follower*, vous le suivez. C'est gratuit et ne nécessite qu'un seul clic. À votre tour, si les tweets que vous publiez suscitent intérêt et curiosité, vous allez avoir des abonnés, vos propres followers. Au



RÉALISATION : NORD COMPO À VILLENEUVE-D'ASCQ

IMPRESSION : CORLET À CONDÉ-SUR-NOIREAU

DÉPÔT LÉGAL : JANVIER 2013. N° 133 ()

Imprimé en France