

Quand les réseaux sociaux menacent le métier du journaliste: Cas des publications des certains députés et chefs d'État sur Twitter.

Mémoire (CMN6998)
présenté dans le cadre des exigences du programme de
Maîtrise ès arts (Communication)

IRANGA Ella NSHOMBO
300149598

Sous la direction du professeur Marc-François Bernier

Université d'Ottawa
Faculté des arts
Département de communication

Mots clés : Journalisme d'information, Twitter, réseaux sociaux, menace, publication

© Iranga Nshombo, Ottawa, Canada 2021

TABLE DES MATIERES

RESUME	3
REMERCIEMENTS	4
LISTE DES FIGURES	5
INTRODUCTION	6
Chapitre I. PROBLEMATIQUE ET OBJET DE LA RECHERCHE	9
I.1. PROBLEMATIQUE.....	9
I.2. OBJET DE LA RECHERCHE	11
Chapitre II. REVUE DE LITTÉRATURE ET CADRE THEORIQUE	13
II.1. REVUE DE LA LITTERATURE	13
II.1.1. Les sources d'informations.....	13
II.1.2. Le rôle du journaliste d'information.....	15
II.1.3. Les discours démocratiques des députés et chefs d'État sur Twitter	16
II.1.3.a. La production de l'information	18
II.1.3.b. La genèse de l'afflux des hommes et femmes politiques sur Twitter.....	20
II.1.3.c. L'emprunt des pratiques journalistiques	22
II.1.4. Le journalisme d'information face aux publications des députés et chefs d'État sur Twitter.....	26
II.1.5. Questions centrales de recherche	31
 II. 2. CADRE THEORIQUE.....	 32
II.2.1. La théorie des usages et des gratifications.....	32
II.2.2. La théorie de l'appropriation	34
II.2.3. La théorie des réseaux sociaux	35
II.2.4. Internet et les nouvelles technologies de l'information et de la communication	36
Chapitre III. METHODOLOGIE	37
III.1. APPROCHE METHODOLOGIQUE	37
III.1.1. Technique et outils de recherche	38
III.1.2. La collecte des données.....	39
III.2. FORCES ET FAIBLESSES DE LA RECHERCHE	40

Chapitre IV. RESULTATS ET ANALYSE	41
IV.1. Quel est l’impact de publications de chefs d’État américains, congolais, canadiens et français sur le métier du journaliste d’information	42
IV.1.a. Quelques impacts négatifs de ces publications sur le journalisme d’information	43
IV.1.b. Les changements des pratiques journalistiques habituelles	43
IV.2. Quels facteurs affectent la colette et la transmission des nouvelles?	46
IV.3. Quel est le niveau de concurrence entre les médias et lesdites publications à travers Twitter?	49
Chapitre V. CONCLUSION	52
LIMITES ET PISTES DE RECHERCHE	54
Annexe A	55
Annexe B	56
BIBLIOGRAPHIE	58

RÉSUMÉ

Ce mémoire s'intéresse à la littérature scientifique et aux textes journalistiques à l'épreuve de la pluralité des diffuseurs d'informations sur Twitter. Plus précisément, nous nous penchons sur les publications instantanées des nouvelles par les députés et chefs d'État canadiens, congolais, américains et français. En effet Twitter est maintenant un outil de communication en pleine expansion et les parlementaires l'utilisent quotidiennement comme un moyen de rejoindre les internautes intéressés par leurs engagements et responsabilités. Un usage qui s'apparente aux pratiques journalistiques. L'objectif est d'identifier et de comprendre l'effet de leurs publications sur le métier du journaliste d'information. Pour ce faire, nous avons procédé à une méta-analyse des recherches des certains auteurs qui articulent les menaces qu'encoure le journalisme face à ces publications.

Mobilisant la méta-analyse, cette recherche regroupe donc un grand nombre d'études et de données afin d'en combiner et d'en analyser les résultats, offrant ainsi un portrait aussi fidèle et précis que possible de ces publications directes sur Twitter, tout en démontrant en quoi cela menace le journalisme.

REMERCIEMENTS

Je tiens tout d'abord à remercier mon superviseur de mémoire M. Marc-François Bernier pour tous ces mots d'encouragements, ses précieux conseils, mais surtout pour son dévouement. Sa passion et ses connaissances en journalisme et nouvelles technologies de l'information m'ont inspiré tout au long de la rédaction de cette recherche.

J'aimerais également remercier M. Kyle Conway, évaluateur externe de ce mémoire. Ses commentaires ont contribué à rehausser la qualité de ce mémoire.

Je remercie d'une manière particulière l'Open Society Foundations qui m'a permis de réaliser ce projet en m'octroyant une bourse d'études. Sans elle ce travail n'aurait jamais vu le jour.

Enfin, je voudrais remercier les membres de ma famille pour les encouragements dans mes démarches.

Du fond du cœur, merci!

LISTE DES FIGURES

Figure 1. Image tirée du compte officiel du premier ministre canadien Justin Trudeau	25
Figure 2. Image tirée du compte officiel de l'opposant numéro 1 de la RD. Congo et député national Martin FAYULU	25
Figure 3. Image tirée du compte officiel de la vice-présidente des USA Kamala Harris.....	25
Figure 4. Tirée du compte officiel du président français Emmanuel Macron	26
Figure 5. La reprise par la RTNC de la publication de la députée et rapporteur adjointe à l'Assemblée nationale congolaise, Colette Tshomba.	44
Figure 6. L'information sur la mission officielle du premier ministre Congolais Lukonde Sama, partagée par la chaine Top Congo FM à partir du compte privé du porte-parole du gouvernement de la RD. Congo, Patrick MUYAYA.....	44
Figure 7. L'excuse publiée sur Twitter par le député canadien William Amos, ici traité comme information sur le site web de la chaine canadienne ICI Ottawa-Gatineau.	45
Figure 8. La prise de bec en 2018 sur Twitter entre l'ancien président Donald Trump et le président français Emmanuel Macron (au sujet de la proposition de la création d'une armée française pouvant protéger l'Europe contre les États-Unis, la Chine et la Russie) reprise par le journal Le Devoir.	45
Figure 9. Reprise de la réaction à chaud sur twitter de la sénatrice française Esther Benbassa dans l'actualité du journal Le Monde. Elle réagit contre des propos sexistes à son encontre. Propos lancés sur Twitter par le député français Joachim Son-Forget.....	46
Figure 10. La communication à double voie de transmission de l'information	48
Figure 11. Les 5 pratiques les plus citées dans l'échantillon.....	50

INTRODUCTION¹

Les réseaux sociaux constituent probablement les outils les plus utilisés en matière de transmission d'informations. Leur succès découle du fait que les utilisateurs sont capables de partager leurs opinions suscitant en retour la réaction instantanée des internautes. C'est-à-dire qu'un dialogue peut s'établir au même moment où l'on publie un message. « Si un internaute partage un contenu auprès de ses contacts, nous pouvons supposer qu'il l'a lui-même lu, regardé ou écouté, ou que tout du moins il le considère comme étant d'un certain intérêt » (Rieder et Smyrniaios, 2012, p.108). Il est clair que les réseaux sociaux représentent un nouveau paradigme et imposent une nouvelle façon de communiquer par l'entremise des sites de réseautage comme TikTok, Instagram, Myspace, Facebook, LinkedIn ou encore Twitter. En termes d'audience, « Twitter est le deuxième réseau social [...] le plus populaire en France et compte 3 millions de membres en juin 2011 contre Facebook en tête avec 22 millions d'utilisateurs à la même période » (Pignard-Cheynel, Sebbah, 2016, p. 174). « Depuis 2009 [...], Twitter a acquis une place de choix comme moyen d'information sur l'actualité, mais aussi comme support de mobilisation politique. Ceci s'est produit lors des révolutions arabes ou l'affaire Wikileaks » (Lotan et al ,2011 dans Rieder et Smyrniaios, 2012, p.109).

Dans ce travail, nous nous intéresserons aux publications de certains chefs d'État et députés français, canadiens, américains et congolais sur Twitter. Par publication, nous entendons la mise en circulation des nouvelles. « Créé en 2006, Tweeter est un service de microblogging qui permet à ses utilisateurs d'envoyer et de lire de courts messages de 140 caractères » (Kaplan, 2011, 104). Aujourd'hui il autorise un message de 280 caractères maximum. Les médias s'en inspirent pour

¹ Dans le présent travail, le masculin est utilisé dans le seul but d'alléger le texte et comprend le féminin lorsque le contexte l'indique.

diffuser une information et stimuler les interactions directes avec les lecteurs. Ces élus en font autant pour communier avec le peuple connecté sur cette plateforme. Ainsi, l'on remarque que les chefs d'État tels Joe Biden, Emmanuel Macron ou Justin Trudeau et d'autres parlementaires diffusent directement leurs messages sur Twitter sans passer par les médias traditionnels. Plusieurs acteurs politiques possèdent même plus d'abonnés² que certains médias se trouvant sur le même réseau social. Dans son analyse publiée sur le site *lactualité.com*, parlant du fait que certains diplomates s'interpellent désormais sur Twitter, la journaliste Carole Beaulieu a donné l'exemple de « Nikki Haley l'ambassadrice américaine aux Nations unies, qui a plus d'abonnés Twitter que le *Boston Globe* ou le *Chicago Tribune* » (Beaulieu, 2018, paragr.1).

Il est vrai que l'avancée technologique facilite une transmission instantanée et directe d'informations sur Twitter, défiant des limites géographiques et temporelles. Cependant, cela met en péril le journalisme d'information quand on sait que cette avancée technologique permet aux gouvernants, considérés comme sources d'informations, de devenir en même temps diffuseurs des nouvelles. Schrerer (2011) démontre de ce fait que, « l'audience a pris le contrôle des outils de production et de distribution des médias traditionnels. Les grandes missions des journalistes sont partagées, voire menacées » (p. 25). Selon Roginsky (2015), l'éditorialisation des informations médiatiques est désormais une marque de fabrique des députés européens sur les réseaux sociaux » (p. 92). Il suffit d'avoir un téléphone intelligent pour être en mesure de distribuer directement une actualité sur Twitter. Cette situation a occasionné non seulement la perte du

² Les lecteurs peuvent décider de suivre (devenir « follower ») un ou plusieurs auteurs, ce qui implique que les tweets de ces auteurs apparaissent systématiquement sur la page principale du Twitter du follower » (Kaplan, 2011, 104).

monopole de l'autorité informationnelle dont jouissaient les médias traditionnels, mais également la concurrence entre les journalistes et certains acteurs politiques adeptes de la twittosphère³.

³ Twittosphère : En effet, l'ensemble de Tweets traversant les intervalles élémentaires (minute) successifs est défini comme unité de flux [...] dans l'espace d'audience qu'est la Twittosphère (Francony et Papa, 2012).

Chapitre I. PROBLÉMATIQUE ET OBJECTIF DE LA RECHERCHE

I.1. PROBLÉMATIQUE

La montée en puissance de Twitter depuis 2006 en fait désormais un des outils à usage massif où la communication politique semble avoir pris une place de choix. Ce réseau de microblogage facilite une interaction directe entre un publicateur et son lecteur abonné sur son compte. « Le fait d’être suivi et de suivre peut permettre une relation réciproque entre twitternautes » (Small, 2010, p. 41). Selon Dakhli (2017), « Twitter est aussi considéré comme un facteur de démocratisation de l’information, car son dispositif favorise des formes de dialogisme ainsi que la production d’user-générâtes contents » (p. 112). À sa création, cette plateforme offrait un service de diffusion d’une manière mobile en réponse à une question : qu’est-ce que tu fais? Ce qui veut dire qu’il suffisait de répondre à cette question pour engager une discussion directe avec les internautes abonnés à votre compte. En novembre 2009, il a remplacé la question officielle par : qu’est-ce qui se passe? Une question qui stimule une publication quelconque. Ce qui contribue à l’accroissement des mises à jour des comptes privés et officiels, dont ceux de certains acteurs politiques avec le concours du téléphone intelligent.

Nous nous intéressons à la pluralité des publications de certains députés et chefs d’État français, canadiens, américains et congolais sur cette plateforme. La présence des acteurs politiques sur ce réseau social est devenue inévitable. Qu’il s’agisse de la période électorale ou des journées de travail standard, les politiciens s’investissent désormais sur Twitter pour faire connaître leur programme, partager leurs vécues ou encore développer leur audience. En 2017, « sur les 568 députés que comptait le parlement français, 413 députés (soit environ 73 %) avaient un compte Twitter régulièrement alimenté » (Louis-Sidois et Ecornier-Nocca, 2017, p. 488). Aux États-Unis Golbeck et collaborateurs. (2010) expliquent que: “The number of congresspeople using Twitter

grew during this time as well. There were 69 when we conducted our first analysis in February 2009, 134 in May 2009, and 159 in September 2009” (p. 1614). Au Canada, Stephen Harper fut le premier dirigeant fédéral à posséder un compte Twitter. C’était en 2008. Une année plus tard, selon l’agence Presse Canadienne, « Près d'un tiers des députés canadiens [...] se trouvaient sur le wagon Twitter [...] » (Presse Canadienne, 2009, paragr. 1). Plus les dirigeants publient sur Twitter, plus ils paraissent actifs sur la scène politique.

Mettre en ligne une information au quotidien est bien « une pratique nouvelle pour ces élus, puisque jusque-là l’acteur politique ne se faisait pas le relais d’informations médiatique » (Roginsky, 2015, p. 92). Selon cet auteur, ce sont les journalistes professionnels qui possèdent cette compétence. Face à cet emprunt des techniques journalistiques par les hommes et femmes politiques, un collectif des journalistes québécois, français et américains se sont penchés sur la question en voulant savoir « s’il y a réellement péril en la demeure? » sachant que le flux des messages publiés sur Twitter est accéléré et incessant (Maltais et Cayouette, 2015, p. 11). En effet, un nombre croissant d’internautes s’informe désormais par le biais des gazouillis partagés sur ce type de service.

Étant donné ce qui précède, il nous semble que les usages de Twitter par ces députés et chefs d’État entraînent une grande influence dans la fabrique de l’information. Pour faire la lumière sur ce phénomène, nous nous penchons sur cette question: En quoi Twitter menace-t-il le rôle du journaliste d’information? Sachant que le journalisme d’information, « pratiqué durant la majeure partie du 20e siècle, a pour objectif la collecte et la transmission de nouvelles » (Gauthier, 1995, p. 1-2).

I.2. OBJECTIF DE LA RECHERCHE

Notre objectif est de comprendre comment les publications de certains acteurs politiques sur Twitter menacent le métier du journaliste d'information. Il est question de jeter un regard sur les écrits scientifiques et les textes journalistiques qui abordent la manière dont ces publications au travers de Tweeter menacent le journalisme d'information.

Ce mémoire est divisé en 4 chapitres. Le premier chapitre comprend l'introduction et la contextualisation dans laquelle nous définissons les mots clés relatifs au sujet d'étude. Le deuxième chapitre porte sur la revue de littérature et le développement de notre cadre théorique. Nous y ferons l'examen des principales théories relatives au sujet d'étude dont celle des usages et des gratifications, de l'appropriation et celle des réseaux sociaux. On y retrouve également sous forme des questions, des plus amples détails relativement à notre problème de recherche. Dans le troisième chapitre, il sera question de la méthodologie utilisée, soit la méta-analyse qualitative. Celle-ci nous permettra d'obtenir une vue d'ensemble du phénomène des publications des nouvelles sur Twitter par certains élus et leurs impacts sur le journalisme d'information. Le quatrième chapitre se concentre sur l'analyse des résultats obtenus lors de la recherche.

Notre corpus se focalise sur les travaux similaires à notre problématique traités au Canada, aux États-Unis, en France et en République démocratique du Congo. Nous avons choisi la RD. Congo tout d'abord, parce qu'il y existe très peu d'études consacrées exclusivement au journalisme. Notre souci étant de contribuer à l'émergence d'un journalisme objectif sachant que l'accès à la vraie information est parfois impossible. Dans la plupart des cas, les individus puissants d'obédience politique paient pour que leurs opinions soient bien couvertes dans les médias nationaux congolais. Cette pratique sape la confiance de la population et ne contribue pas à l'édification d'une société transparente et vraiment démocratique. Et depuis le dernier mandat contesté de l'ancien président

congolais Joseph Kabila en 2015, Twitter est devenue un espace d'affrontements politiques si bien qu'il permet de distinguer les parlementaires partisans de l'alternance ou du maintien du gouvernement en place. Une explosion du partage des contenus qui interfère avec le métier du journaliste d'information. Les autres pays (la France, le Canada et les États-Unis) ont été choisis, car ayant des modèles analytiques existant sur le journalisme face aux réseaux sociaux et spécifiquement Twitter. Cette lecture de l'expérience d'ailleurs, permet de comprendre d'une manière générale l'influence que subit le journalisme d'information à l'ère du numérique.

Chapitre II : REVUE DE LA LITTÉRATURE ET CADRE THÉORIQUE

II.1. REVUE DE LA LITTÉRATURE

Dans ce chapitre, nous présentons une revue de littérature constituée des écrits scientifiques et des textes journalistiques permettant de problématiser comment, les publications sur Twitter des certains chefs d'État et députés canadiens, congolais, français et américains menacent le métier du journaliste. Nous commençons par un tour d'horizon des écrits sur les sources d'information en journalisme et la définition du rôle d'un journaliste d'information. En lien avec le rôle des journalistes, nous nous penchons sur le travail de la révolution de l'information selon Schrerer (2011), Dakhli (2017), Golbeck et collaborateurs. (2010) ou encore Eyriès (2015) pour exprimer comment les déclarations sur Twitter, de ces leaders politiques, sont en concurrence avec les publications des médias traditionnels. Nous terminons cette section avec les travaux de Gaumont et collaborateurs (2019), Schrerer (2011), Chibois (2014) ou encore Turbide (2019) qui articulent les menaces qu'encourt le journalisme d'information à travers les publications des certains parlementaires et chefs d'État français, américain, canadien et Congolais sur Twitter.

Concepts clés

II.1.1. Les sources d'informations

Il a été remarqué que l'avancée technologique facilite une transmission directe des nouvelles sur Twitter permettant aux gouvernants, considérés comme sources d'informations, de devenir en même temps diffuseurs de ladite information. Nous allons nous concentrer sur la manière dont certains auteurs conçoivent le rôle des sources d'informations officielles. Stuart Hall et collaborateurs (1978), furent les premiers à établir une analyse sur le pouvoir des sources d'informations dans leur ouvrage *Policing the Crisis: Mugging, the State, and Law and Order*. Ils

ont démontré que dans la sociologie des médias « les idées qui prédominent sont les idées de la classe au pouvoir » (cités dans Schlesinger 1992, p. 81). Voulant cerner le rôle des sources d'information Schlesinger (1992), s'est basé sur cette analyse de Stuart Hall et ses collaborateurs pour faire savoir que « les sources sont les représentants des principales institutions sociales, et celles-ci sont autorisées à cause de leur pouvoir institutionnel, de leur position, mais aussi en raison de leur statut représentatif de la population (députés, ministres, etc.) ou bien des groupes d'intérêts organisés » (p. 81). Kaciaf et Nollet (2013) spécifient que « la sociologie du journalisme attribue un rôle décisif aux sources d'informations dans la fabrique de l'actualité » (p. 5). Des conceptions analogues se retrouvent dans les travaux de Schlesinger (1992) et font mention que la classe politique est reconnue comme étant le principal producteur d'information auprès des médias : « Les médias, ne sont pas souvent les premiers diffuseurs de l'actualité, mais leur relation structurée avec le pouvoir a pour effet de leur faire jouer un second rôle essentiel, qui consiste à reproduire les définitions de ceux qui ont un accès privilégié auprès d'eux en tant que sources autorisées » (p. 82).

Cela pour dire que la valeur de l'information repose sur la crédibilité qu'une source d'information suscite auprès du public. Selon Coutelle-Brillet et coll. (2019), « la crédibilité de la source est directement liée à la perception qu'un individu peut avoir de son expertise dans un domaine précis, de la confiance envers cette source, de son attractivité et de ses points communs avec les destinataires du message » (p. 491). Dans cette étude sur la sociologie de la gestion de l'information, Schlesinger (1992) a insisté sur la notion de crédibilité d'une source d'information en se focalisant beaucoup plus sur la relation entre les médias et le pouvoir politique. « L'échange entre un journaliste et une source d'information politique s'effectue à l'intérieur de deux ensembles de normes professionnelles mettant en avant l'importance de la confiance réciproque » (p. 88). Selon Ringoot et Uellan (2014), cette relation « signifie que journalistes et sources ne sont pas dans

l'opposition, mais dans une convergence d'intérêts, les premiers ayant besoin de l'information officielle et officieuse que les secondes ont l'ambition de voir publicisée par un discours réputé extérieur à elles-mêmes » (p. 70).

Dans différentes rédactions, un accent particulier est mis non seulement sur le fait que les journalistes doivent étoffer quotidiennement leurs carnets d'adresses, mais aussi, et surtout de sauvegarder les relations avec les détenteurs de l'information. Dans une entrevue Safia Kessas, journaliste à la RTBF⁴ a démontré que le carnet d'adresses du journaliste c'est le reflet de sa manière de voir le monde : « Je pense que par rapport aux bienfaits et bénéfiques que ça apporte à toute la rédaction, ce n'est pas une perte de temps, ce n'est pas une perte d'argent, c'est un investissement » (Falcinelli, 2019, p. 2). Pour sa part, Derville (1999) a précisé : « qu'il est impératif pour le journaliste de nouer des contacts réguliers - et à tout le moins cordiaux - avec un certain nombre de sources qui peuvent lui fournir de façon régulière des informations susceptibles de devenir des nouvelles » (p. 160).

II.1.2. Le rôle du journaliste d'information

Dans un projet de code de déontologie des journalistes, adopté le 27 octobre 2009 à Paris, il est énoncé que: « le journaliste a pour fonction de rechercher, pour le public, des informations, de les vérifier, de les situer dans un contexte, de les hiérarchiser, de les mettre en forme, et éventuellement de les commenter, afin de les diffuser, sous toute forme et sur tout support » (Granchet, 2011, p. 126). Il s'agit d'un projet élaboré par un groupe de sages présidé par Bruno Frappat directeur de la rédaction du journal *Le Monde*. Présentant une étude de cas dans la sélection des actualités, David

⁴ La Radiotélévision belge de la Communauté française

White (1950), a décrit pour sa part « le journaliste comme un "filtre" (gatekeeper), qui prélève dans le flux d'événements et de discours qui lui parviennent ceux qu'il estime les plus dignes d'intérêt, et qui les retransmet au public » (Derville, 1999, p. 153). En accord avec ces deux auteurs Scherer (2011), mentionne « la collecte des faits [...] le tri, la vérification, la hiérarchisation, la mise en perspective et diffusion [...] » qui font partie de la mission première du journaliste d'information (p. 101).

Il est clair que le métier du journaliste d'information dépend de la disponibilité des contenus que possèdent en partie les acteurs sociopolitiques. Selon Bernier (2004), « le journaliste est un acteur social qui doit assumer certaines responsabilités afin de servir l'intérêt public, ce qui l'amène à chercher et diffuser de façon équitable et rigoureuse des informations véridiques et pertinentes qui aideront l'ensemble des citoyens d'une société à faire [...] des choix éclairés visant à améliorer les conditions de vie » (p. 8). Pour leur part, De Bonneville et Charron (2002), démontrent qu'il n'est pas possible de comprendre le fonctionnement et l'évolution du système médiatique et, plus spécifiquement, du journalisme sans faire intervenir de manière systématique les dimensions temps et espace. Pour rappeler qu'il faut tenir compte de mutations que connaît le journalisme à travers différents avènements reconnus dans sa trajectoire historique. D'abord l'apparition des télégraphes, ensuite l'émergence de la radio, des téléphones, de la télévision, du web et maintenant des réseaux sociaux. L'information qui a été longtemps publiée quotidiennement tend à l'instantanéité.

II.1.3. Les discours démocratiques des députés et chefs d'État sur Twitter

Depuis une dizaine d'années, l'usage de Twitter par les députés et chefs d'État français, canadiens, congolais et américains est devenu inéluctable. Selon Dayter (2014), « plus un acteur politique publie sur Twitter, sûr il apparaît actif dans la vie politique » (Cité dans De Cock et Roginsky,

2015, p. 137). Ainsi Scherer (2011), fait savoir que « les déclarations des leaders politiques sur Twitter ont pris le contrôle des canaux de distribution des médias traditionnels » (p. 134). Ce que l'auteur qualifie de révolution marxiste est, en effet, le fait que le public s'approprié les outils de diffusion et en font usage de la même manière que les médias censés les utiliser. Marx lui-même s'intéresse aux nations avancées. En effet l'un des principes philosophiques de Marx est « l'exigence de développement des forces productives entraînées par la poussée du capitalisme qui exigeait le renversement des rapports sociaux caractéristiques de l'Ancien Régime » (Louvrier, 2007, 147). Pour Golbeck et coll. (2010), "There is a significant amount of direct communication taking place between Congresspeople and users who send them questions or comments" (cité dans Caplan, 2013, p. 3). Scherer (2011), parle à ce sujet de la désintermédiation des hommes et des femmes politiques qui court-circuitent les médias : « Jamais il n'a été aussi facile et bon marché de produire, d'assembler, de distribuer et de partager des contenus d'informations. Chacun désormais a la possibilité de s'exprimer et de se faire entendre, sans passer par les médias traditionnels, leur caisse de résonance et leur capacité de filtrage » (p. 27).

Certaines explications ont été données pour justifier cet afflux des publications de certains hommes et femmes politiques sur Twitter. Pour Eyriès (2015), « les tweets des politiciens permettraient l'établissement d'une communication directe avec une partie importante de la population sans avoir besoin de passer par d'autres médias qui pourraient endommager le message » (p. 78). Mais ce n'est pas la seule raison donnée. Makal (2017), illustre que Twitter a été un moyen permettant aux politiciens(e)s congolais exclus des médias publics contrôlés par le gouvernement en place de se faire entendre : « Plusieurs leaders, en raison de leurs interventions dans les débats politiques congolais, se sont fait exclure des médias publics et privés étroitement contrôlés par le pouvoir » (p. 114). Turbide (2017) quant à lui explique que : « la présence des politiciens sur Facebook et

sur Twitter permet d'établir un rapport continu de proximité avec les citoyens, favorable à l'engagement, à la mobilisation et au support de ceux-ci [...] » (p. 146).

Dans un autre registre, l'on établit que Twitter est utilisé par certains leaders politiques dans le but de servir de canal individuel de transmission de leur propre discours afin de raconter à leur manière leur propre actualité. C'est le cas des publications de l'ancien président américain Donald Trump.

Selon Naves (2020) Donald Trump utilisait Twitter pour valoriser son pouvoir:

Trump était son propre média. [...] Il disposait de deux comptes Twitter alimentés en parallèle : celui, officiel, du Président Of The United States (@potus), et son compte personnel, le vrai, celui de l'authentique Donald Trump (@realDonaldTrump), qu'il active dès l'aube. Il y poste souvent des formules courtes où il se félicite lui-même, met en avant les résultats des sondages lorsqu'ils lui sont favorables ou les bons chiffres de l'économie américaine. (P. 84)

Selon Dakhli et coll. (2017), c'est « un défi pour des responsables politiques de plus en plus nombreux à être convaincus du caractère indispensable de leur présence sur Twitter pour diffuser leurs idées, mobiliser les électeurs et susciter de l'adhésion autour de leur personne » (p. 112).

II.1.3.a. La production de l'information

Il ressort des travaux précités que les motivations, qui poussent ces acteurs politiques à publier les messages sur Twitter sans nécessairement passer par les médias traditionnels, sont variées. Toutefois, notre étude s'est également intéressée aux ouvrages qui analysent la nature de contenu traité sur cette plateforme par ces mêmes députés et chefs d'État. Certaines recherches démontrent que les publications des acteurs politiques congolais, américains, canadiens et français sur cette plateforme sont simplement un prolongement de leur travail. De Cock et Roginsky (2015) font

allusion aux publications de la députée européenne Michèle Rivasi, qui « utilise le langage Twitter pour se présenter et mettre en avant sa fonction parlementaire, son statut de tête de liste, ses thèmes de prédilection et ses différents lieux de rattachement, dans un cadre iconographique sobre » (p. 136). Comme le mentionne le journaliste Frank Ngonga (2017) sur son blog, en RD. Congo⁵, Twitter est devenu le nouvel eldorado des parlementaires : « Publier des opinions, commenter l'actualité, alimenter les discussions avec leurs abonnés, mobiliser (les citoyens) pour des manifestations pacifiques sont autant d'activités les plus utilisées sur les comptes Twitter de nos politiques » (paragr. 2).

Se basant sur une approche théorique, dont les travaux pionniers de Scott et Lyman (1968) et de Goffman (1971), au sujet des excuses publiques des hommes politiques, Turbide (2017), établit pour sa part que bon nombre d'hommes politiques utilisent également Twitter comme stratégie proactive médiatique pouvant redorer l'image du politicien : « Par cette stratégie de communication, les politiciens transmettent leurs excuses à l'ensemble des abonnés de leur compte Twitter ou de leurs amis de leur page Facebook, de façon analogue à ce que feraient les médias de masse, mais sans la médiation journalistique » (p. 149). L'auteur a fait mention de la publication sur Twitter le 20 mai 2016 des excuses de R. De Santis, ministre de la Réforme des institutions démocratiques du Québec, pour avoir tenu de propos interprétés comme un encouragement à la violence en cette même date.

Outre les excuses publiques, les remerciements paraissent également comme contenu mis en ligne parfois sur Twitter par certains acteurs politiques avec des mots-dièses bien précis. Dayter (2014) explique que « cette stratégie discursive participe à donner une image positive du locuteur, surtout quand ses remerciements invitent à partager un succès ou un effort avec d'autres. Si l'activité est

⁵ République Démocratique du Congo

individuelle, elle prend ainsi une dimension collective, voire participative, qui est cruciale dans une campagne politique » (cité dans De Cock et Roginsky, 2015, p. 128). Parlant de la campagne électorale, plusieurs travaux ont évalué la manière dont ces dirigeants politiques s'adressent directement aux électeurs sur Twitter au cours de cet exercice démocratique visant à mobiliser les votants. Selon Georges (2011), « les procédés d'autopromotion jouent un rôle particulièrement important dans le répertoire des discours produits sur la plateforme Twitter qui participent ainsi à construire l'identité déclarative des candidats » (Cité dans De Cock et Roginsky, 2015, p. 127).

II.1.3.b. La genèse de l'afflux des hommes et femmes politiques sur Twitter

Plusieurs travaux articulent que la popularité dans la réussite d'un travail politique sur cette plateforme fut la campagne électorale de Barack Obama en 2008. Les sociologues Lamarche-Perrin et Severo (2018), étudiant l'opinion politique sur Twitter, ont rappelé que « depuis le cas exemplaire de Barack Obama jusqu'à l'utilisation plus récente des big data dans le duel Trump-Clinton, Internet est devenu un outil central pour convaincre les électeurs, organiser les soutiens et diffuser les messages politiques » (p. 507). Pour Parmelee et Bichard (2012), « By showing the potential of social networks to mobilize and connect with voters, communicate ideas, and fundraise, Obama's social media team provided a blueprint for other political leaders to follow » (p.8).

Cependant, quoiqu'il n'ait pas réussi sa campagne électorale, certains chercheurs en communication restent convaincus que l'américain Howard Dean fut le candidat en 2004 qui a marqué une rupture dans un cycle existant depuis les années 1950 dans lequel les élections n'étaient suivies qu'à travers les chaînes de médias traditionnels. « Ce que fut le bouleversement qu'Howard Dean a introduit dans la démocratie américaine : l'usage, de manière expérimentale et embryonnaire, d'Internet » pour une campagne électorale virale (Planel, 2009, p. 81). Au Canada, Small (2010) identifie « l'élection fédérale de 2009 comme un moment charnière de la présence

des politiciens sur Twitter et sur Facebook alors que les chefs des principales formations politiques étaient tous actifs sur ces plateformes » (cité dans Turbide, 2017, p. 146). De leur part, Douay et Reys (2016) établissent que le discours des députés français s'est davantage démocratisé sur Twitter au moment de l'attentat de Charlie Hebdo, en 2015 : « Les élus ont en effet plutôt tendance à réagir aux événements de l'actualité » (p. 82). Sous d'autres cieux, en République démocratique du Congo, les sources démontrent également que c'est à partir de 2015 que l'argumentaire des parlementaires congolais s'est popularisé sur Twitter.

Les médias numériques ont démontré leur capacité à mobiliser la rue lors des manifestations contre le maintien au pouvoir du président Joseph Kabila entre 2015 et 2017, alors qu'approchait la fin de son dernier mandat constitutionnel en décembre 2016, puis qu'il ait expiré sans qu'aucune élection ait été organisée pour sa succession. (Makal, 2017, p.106)

Ils s'en sont servi pour exiger le départ de l'ancien président ayant fait 18 ans à la tête du pays. Ainsi le constat de Eyriès est clair. Autant les candidats québécois aux élections générales de 2012 ont utilisé Twitter comme moyen de communication pendant la campagne électorale, autant les candidats français à l'élection présidentielle de 2012 avaient mobilisé les électeurs à travers cette même plateforme.

Si le Parti québécois a publié deux fois plus de tweets (9682) que François Hollande (4330) depuis l'ouverture officielle de son compte, le nombre de tweets postés par l'intermédiaire des deux comptes durant les deux campagnes électorales est en revanche sensiblement identique (487 pour François Hollande, 585 pour le Parti québécois. (Eyriès, 2015, p. 83)

Twitter semble présenter a priori plusieurs avantages aux élus et spécifiquement ceux de la France, des États-Unis, de la RD. Congo et du Canada. L'ancien président américain Donald Trump, dans son livre consacré aux médias grand public, notamment Twitter, écrivait même ce qui suit : « J'utilise les médias de la façon dont les médias m'utilisent – pour attirer l'attention. Une fois que j'ai cette attention, c'est à moi de l'utiliser à mon avantage » (Mort, 2018, p. 71). Tout comme l'ex-président des États-Unis, plusieurs députés et chefs d'État au travers de leurs publications quotidiennes sur Twitter imposent aux médias actuellement du contenu journalier à traiter. C'est le cas également du premier ministre canadien Justin Trudeau et de la députée britannique Theresa Mays. William le (2020), rapporte que: « The perception that Justin Trudeau is a highly active Twitter user is confirmed: He tweets almost three times as often as Theresa May. Second, both leaders use Twitter primarily for publicity and to offer support and association with individuals or groups » (p. 159)

II.1.3.c. L'emprunt des pratiques journalistiques

Les députés et chefs d'État, jusqu'à il y a 15 ans, n'étaient présents dans la fabrique de l'information qu'en tant que source de cette dernière. Aujourd'hui tel un média, bon nombre publient quotidiennement les nouvelles sur cette plateforme de microblogging. L'exemple typique est le témoignage d'un assistant-parlementaire français qui explique de quelle manière il actualise le compte Twitter de son mandataire :

Je m'en sers beaucoup pour donner quelques réactions vis-à-vis de l'actualité qui concerne le domaine thématique de mon député. On n'a pas toujours quelque chose à dire, mais l'intérêt d'un compte sur un réseau social, c'est quand même d'updater sur une base régulière pour créer une fidélisation finalement des gens qui te suivent. [...] Et si je n'ai

rien à dire de spécial par rapport aux activités de mon député, je fais en quelque sorte une revue de presse. (Roginsky, 2015, p. 91)

La revue de presse est bien une pratique professionnelle des journalistes qui semble concerner depuis peu même les acteurs politiques. Selon Roginsky (2015), « jusque-là l'acteur politique ne se faisait pas le relais d'informations médiatique, surtout si celles-ci ne le mettaient pas en scène. Désormais, il sélectionne l'information qui circule et la partage » (p. 92). Et ce n'est pas la seule pratique journalistique convoitée. La pratique de l'écoute et de la veille informationnelle est également utilisée. Pour Roginsky (2015), « les députés européens entraînent des transformations de certaines pratiques professionnelles [...] telles l'écoute et l'écriture qui ne sont pas sans rappeler celles traditionnellement dévolues aux journalistes professionnels » (p. 84). La veille de l'information devient permanente et ne se limite plus aux articles de la presse écrite quotidienne a-t-il fait savoir. Cela en plus de la couverture de l'information en direct appelée live tweet.

Mais qu'en est-il des techniques de rédaction ? En référence au concept *convergence culture* de Jenkins et Deuze, Roginsky (2015), établit que même le style qu'utilisent certains acteurs politiques sur Twitter respecte les règles existantes que le journaliste se doit d'appliquer dans l'écriture des nouvelles: « nous constatons l'importation de techniques éditoriales qui sont normalement l'apanage des journalistes professionnels : on le voit notamment dans le travail d'écriture [...], pour trouver le bon titre, la bonne accroche, la bonne illustration, voire le bon mot clé » (p. 92). C'est ce qu'on appelle en journalisme le chapeau. Comme il est spécifié dans le recueil de l'écriture journalistique de base de Girouard et Ward (2010) : « Le chapeau [...] est le noyau de la nouvelle, il y joue un rôle fondamental. Il vise à attirer le lecteur, à piquer sa curiosité et à l'inciter à poursuivre sa lecture. Il doit séduire le lecteur » (p. 7). Les chefs d'État tel celui du Canada vont jusqu'à assurer la traduction de leurs messages aux abonnées dans les deux langues officielles de

ce pays. « As Canada has two official languages, English and French, Trudeau published the same content twice. Similarly, to Trump, he usually shares government's achievements » (Pacheco, 2020, p. 8).

Turbide (2017) quant à lui a fait allusion aux « Excuses de François Legault, chef du parti Coalition Avenir Québec, pour des propos jugés déshonorants, à l'endroit de l'animatrice de télévision et femme d'affaires, Julie Snyder, 4 novembre 2014 » (p. 146). Une pratique qui s'apparente aux rectifications et droits de réponse qui sont des principes journalistiques bien connus. D'après ce principe, les erreurs commises publiquement doivent être corrigées publiquement. Selon Giroux et Trudel (2014), « Les faits et informations qui, après avoir été publiés, se révéleraient faux doivent être rectifiés sans restriction, et sans préjudice des dispositions légales sur le droit de réponse » (p. 62). Pacheco (2020) a expliqué: « Trudeau's recent racism scandal shows it well. He published two bilingual statements on Twitter, in which he apologizes for what happened. The English content has a larger impact online, with nearly 800.000 views until now, 26.000 likes and around 4.000 shares » (p. 8).

Si auparavant, les débats politiques, les analyses, les interviews se passaient uniquement à la radio, à la télévision ou paraissaient dans les journaux, actuellement, tout se discute également en ligne et en partie sur Twitter. Les acteurs politiques adeptes de Twitter s'en réjouissent. C'est le cas de la députée française Isabelle Attard :

Twitter has great interactive potential. For example, when I'm in parliament, or debating with someone, users can say things like: "ask him why he didn't do such and such a thing". It opens a window of dialogue between those who are in a position to take part directly in the debate, like me, and those who aren't. It also helps me find relevant arguments when I'm interviewing people, by taking expert advice. And it is that dimension of being in touch

with people who know certain things (legal texts, jurisprudence, etc.) which help me become more efficient, more relevant in the comments I make. (Brachotte et Frame 2015, p. 281)

Les publications sur Twitter sont simples et faciles à lire. Nous proposons quelques exemples de tweets issus des comptes étudiés pour illustrer nos propos



Figure 1. Image tirée du compte officiel du premier ministre canadien Justin Trudeau



Figure 2. Image tirée du compte officiel de l'opposant numéro 1 de la RD. Congo et député national Martin FAYULU



Figure 3. Image tirée du compte officiel de la vice-présidente des USA⁶ Kamala Harris

⁶ United States of America



Figure 4. Tirée du compte officiel du président français Emmanuel Macron

S'il est difficile d'anticiper à quel point les réseaux sociaux bouleverseront nos démocraties, il se peut que les discours populaires des députés et chefs d'État sur Twitter aient pris le devant au détriment des médias traditionnels. Mais c'est surtout la manière dont cela affecte le métier du journaliste d'information qui est ici mise en cause. C'est ce que nous allons décortiquer dans la partie suivante.

II.1.4. Le journalisme d'information face aux publications des députés et chefs d'État sur Twitter.

Dans cette partie de notre travail, nous nous attelons sur cette description issue du Guide de déontologie des journalistes du Québec discuté aux congrès de 1994, 1995 et 1996 de la FPJQ⁷ et amendé en 2010. Selon ce guide, « Le rôle essentiel des journalistes est de rapporter fidèlement, d'analyser et de commenter le cas échéant les faits qui permettent à leurs concitoyens de mieux connaître et de mieux comprendre le monde dans lequel ils vivent » (p. 1). Les journalistes considèrent leurs rôles avec rigueur et ont le devoir de publier ce qui est de l'intérêt public. Cependant avec la montée en puissance des publications des acteurs politiques sur les réseaux sociaux et spécifiquement sur Twitter, les professionnels des médias se retrouvent en rivalité dans

⁷ La Fédération professionnelle des journalistes du Québec.

la chasse au scoop⁸ avec d'autres diffuseurs d'information qui, pour le cas de notre recherche, se trouvent être également les sources d'information. Bon nombre des représentants du peuple et chefs d'État n'hésitent d'ailleurs pas à tweeter⁹ au bon milieu des réunions et cérémonies officielles: « Members of US congress are using Twitter to send statements to their followers at almost all times, including while the president is speaking to congress at the state of the union address » (Gainous and Wagner, 2013, p. 2). Ce qui fait perdre aux journalistes non seulement l'autorité dans la gestion de l'information, mais surtout le monopole de publications des nouvelles en premier sur Twitter.

On comprend de ces faits que la circulation de l'information s'est libérée et les journalistes ont perdu leurs places privilégiées. Pour illustrer cette situation Chibois (2014), partage l'anecdote d'un journaliste de l'AFP¹⁰ qui explique comment ce principal acteur de presse parlementaire française a perdu le monopole de publication d'information issu de l'Assemblée nationale du même pays au détriment des Tweets des représentants du peuple:

Moi j'ai quand même un souvenir cuisant avec Twitter, c'était en juillet 2012. Le groupe socialiste se réunissait pour élire son candidat à la présidence de l'Assemblée nationale. [...] Je m'étais mis d'accord avec un ou deux députés, et puis avec l'attaché de presse, pour qu'ils m'envoient par SMS les résultats. Mais ces députés se sont mis à tweeter. [...]. (P. 4)

Il est clair que les réseaux sociaux et spécifiquement Twitter ont occasionnellement modifié les modes de partage et d'accès à l'information. Nous nous intéressons à la manière dont cela affecte

⁸ Scoop : « Ce mot est apparu en 1874 aux États-Unis pour désigner une nouvelle importante donnée en primeur ou en exclusivité » (Ducol, 1997, p. 6)

⁹ « Tweeter est limité à l'échange de courts messages textes, appelés tweets » (Kaplan, 2011, 105)

¹⁰ L'agence France Presse

le métier du journaliste. Dans l'ouvrage intitulé *Les journalistes pour la survie du journalisme*, publié le 21 octobre 2015 au Québec, quelques journalistes québécois, américains et français étalent leurs inquiétudes quant à la menace qui pèse sur leur profession. Soulignons le fait que Maltais et Cayouette ont sollicité l'opinion de vingt-et-un journaliste (et professeurs) qui sont à différentes étapes de leur carrière. Parmi ces journalistes, certains se sentent menacés face à la rapidité avec laquelle les nouvelles issues des plénières au parlement d'Ottawa sont publiées sur Twitter. C'est le cas du chroniqueur politique au journal *Le soleil* Gilbert Lavoie : « Pour caricaturer un peu, on pourrait dire que l'accélération de l'information nous expose à un danger similaire aux excès de vitesse en automobile: le risque augmente avec la rapidité du bolide » (Maltais et Cayouette, 2015, p. 59). Granchet (2011) démontre que, « l'immédiateté, la permanence et la quantité d'informations disponibles en ligne, comme leur rapidité de diffusion, ne laissent pas toujours, aux journalistes, le temps et les moyens de procéder à leur vérification [...] » (p. 122). Selon le directeur du programme de journalisme à l'Université de Montréal, Robert Maltais, cette rapidité de production et de diffusion est mère de dérapages éthiques qui s'accumulent. « C'est ce constat qu'on est à même de faire en voyant apparaître de nouveaux types de plaintes déposées au cours des dernières années devant le Conseil de presse du Québec [...] » (Maltais et Cayouette, 2015, p. 168). Alors que le Guide de déontologie des journalistes du Québec de 2010 précise qu'avant toute publication, « Les journalistes ont l'obligation de s'assurer de la véracité des faits qu'ils rapportent au terme d'un rigoureux travail de collecte et de vérification des informations » (p. 3).

Les professionnels des médias sont angoissés par la tournure que prend leur profession avec la montée en puissance des publications des tierces sur Twitter.

Mon inquiétude unique devant le journalisme actuel, c'est l'état de surexcitation nerveuse dans lequel il tient la nation. [...] Aujourd'hui, remarquez quelle importance démesurée prend le moindre fait. [...] Quand une affaire est finie, une autre commence. Les journaux ne cessent de vivre dans cette existence de casse-cou. Si les sujets d'émotion manquent, ils en inventent. (Maltais et Cayouette, 2015).

L'enjeu majeur dans cette optique reste la course à l'exclusivité. Qui possède la primeur dans la publication des nouvelles sur Twitter. Est-ce les dirigeants politiques? Ou est-ce les journalistes? Bien évidemment, le journalisme a connu des variations notables au fil des époques. Et aujourd'hui, il fait face aux défis numériques et technologiques. Cela pousse les journalistes d'information à se ressaisir et se recentrer sur un rôle d'accompagnateur de l'information. Un journaliste de l'AFP a même expliqué :

Nous, notre force, ce qui nous permettra de défendre notre mission d'intérêt général, mais aussi notre raison d'être, c'est de pouvoir rapidement, moins rapidement que Twitter, c'est clair, mais quand même très vite, apporter quelque chose qui est fiable. [...] C'est important pour nous de garder la tête froide et d'accepter d'être en retard sur Twitter, parce qu'on apporte la fiabilité, des précisions. (Cité dans Chibois, 2014, p. 218)

Comme l'a même conseillé Greiner (2010), « L'offre éditoriale doit s'adapter aux nouveaux modes de lecture et d'accès à l'information » (p. 82). C'est ainsi qu'on voit les journalistes partager dans leurs médias les publications mises sur Twitter par différents hommes et femmes politiques. Selon certains auteurs, de tous les chefs d'État, l'ancien président américain Donald Trump aurait profité d'un plus grand partage de ses publications sur base sa méthode rhétorique. Il s'agit d'un style propre à l'ex-président américain qui consistait à publier des messages à outrance sur différentes plates formes dans le but de défier les médias et de diffuser sa version des faits. Pour Mort

(2018), « cette stratégie est particulièrement fructueuse, car Trump est celui des candidats qui, tous partis confondus, a bénéficié de la couverture médiatique la plus large » (p. 72). Comme Chibois (2014) a eu l'occasion de le montrer, « l'adoption de [...] Twitter par les équipes parlementaires a été dictée par une logique dite de l'appel à journaliste, en référence à cet instrument utilisé pour attirer les oiseaux en imitant leur cri » (p. 219). C'est une illustration de l'appropriation d'un dispositif qui facilite la transmission des messages qui sont traditionnellement diffusés non seulement à l'endroit des abonnés, mais plus encore à l'intention des journalistes pour espérer une retransmission dans différents médias. « De cette façon, les médias assurent la publicité de ces acteurs ainsi que de leurs paroles, et les inscrivent dans les débats publics comme des urgences » (Makal, 2019, p. 193). Selon Scherer (2011), les journalistes « vont devoir changer de manière fondamentale leurs pratiques s'ils veulent survivre » (p. 132). Cependant d'autres chercheurs tels Bernier (2004) restent optimistes quant à la menace qui pèse sur la fonction du journaliste depuis l'avènement des réseaux sociaux : « il serait illusoire de croire que cela annihile le rôle traditionnel des journalistes, qui demeurent toujours des acteurs dominants de l'information légitime et nécessaire en démocratie. Ils demeurent des représentants du public face aux pouvoirs, sans en être les représentants exclusifs » (p. 11).

II.1.5. Questions centrales

Les recherches recensées plus haut nous permettent de constater que le métier du journaliste d'information est en pleine mutation. Les pratiques reconnues jusqu'ici aux journalistes d'information sont aujourd'hui utilisées par l'audience qui se trouve être en même temps source des nouvelles. D'une manière exponentielle, Twitter est en train de bouleverser la manière dont fonctionne l'ensemble de l'écosystème de l'information, de la source d'information au journaliste et du journaliste au consommateur. Ces percées technologiques avec le concours du téléphone intelligent occasionnent les transformations des habitudes des consommateurs et des sources d'informations : telles celles de certains députés et chefs d'État en l'occurrence les Américains, les Congolais, les Canadiens et les Français. Ces usages mis en pratique depuis plus d'une dizaine d'années par ces acteurs politiques s'apparentent à la mission destinée normalement aux journalistes professionnels. En nous basant sur des sources scientifiques et professionnelles, nous posons la question de savoir : en quoi Twitter menace-t-il le rôle du journaliste d'information?

Sous-questions :

1. Quel est l'impact des publications de ces députés et chefs d'État sur le métier du journaliste?
2. Quels facteurs affectent la collecte et la transmission des nouvelles ?
3. Quel est le niveau de concurrence entre la presse et lesdites publications à travers Twitter?

II.2. CADRE THÉORIQUE

Dans cette partie du travail, nous exposons le cadre théorique dans lequel sera campée notre recherche. Selon Bonneville, Grosjean et Lagacé, « c'est le propre du cadre théorique que d'expliquer, dans une recherche, les assises théoriques de notre conception des choses » (Bonneville, Grosjean & Lagacé, 2007, p. 44). Nous nous intéressons à la problématique de la pluralité des diffuseurs des messages sur Twitter sachant que cette plateforme de microblogging est porteuse d'une potentielle interactivité qui dépend des usages et appropriations qui en sont faits par ses utilisateurs.

Le cadre théorique utilisé dans ce travail englobe quatre approches

- La théorie des usages et des gratifications
- La théorie de l'appropriation
- La théorie des réseaux sociaux
- L'internet et les nouvelles technologies de l'information

II.2.1. La théorie des usages et des gratifications

La théorie des usages et des gratifications nous permet de comprendre comment les utilisateurs des nouvelles technologies s'approprient ces dispositifs et quelles satisfactions ils en retirent. Selon Katz et collègues (1974), le modèle de recherche des usages et gratifications est une « tentative d'expliquer un phénomène en interrogeant un individu sur la façon dont il utilise les communications, au lieu d'autres ressources dans son environnement, afin de satisfaire ses besoins et atteindre ses objectifs » (p. 21). Millerand (1999) spécifie que « quelques décennies de recherche sur les médias et les technologies permettent de donner suffisamment de visibilité aux travaux sur

la question des usages » (p. 3). Nous essayerons d'exposer différentes approches et théories qui ont marqué ce courant. Pour Grignou (2003),

La notion d'usage qui émerge d'abord dans la sociologie fonctionnaliste des Usages and Gratifications contre le média centrisme de la théorie des effets, puis qui devient centrale au sein des études de réception chères aux Cultural Studies est en effet liée à la reconnaissance de la construction subjective du sens, à la négociation des pratiques et à la valorisation de la part d'autonomie et de liberté dont disposerait chaque individu. (Cité dans Granjon et Denouel, 2011, p.4).

Cette approche nous aidera à comprendre pourquoi les usagers de Twitter tels les acteurs politiques ont des préférences pour un type de technologie et comment ils l'utilisent. Michel de Certeau, aborde dans ses travaux l'effet des médias sur les populations. Notre attention porte plus spécifiquement sur l'invention et la créativité quotidiennes à travers les opérations des usagers. L'approche du psychanalyste Certeau dans son ouvrage *L'invention du quotidien* consiste à démontrer la manière dont les individus se rendent autonomes dans différents domaines clés. Il explique que dans chaque consommateur demeure une « manière propre de créativité » [...] (Certeau, 1980, page de garde). Sa théorie nous renseigne sur l'autonomie et la liberté que possèdent les gens ordinaires en l'occurrence les usagers de Twitter.

En 2000, Josiane Jouët a porté un premier regard rétrospectif sur cette sociologie des usages en plaidant pour son inscription à part entière dans les sciences sociales. Elle soutient que « c'est l'école culturaliste et les études de réception qui rendront compte de l'épaisseur sociale de l'usage, car la réception devient appréhendée comme une activité complexe, mobilisant des ressources culturelles et conduisant à une construction subjective du sens » (Jouët, 2000, p. 493). Cependant les travaux de Jauréguiberry et Proulx (2011), expliquent la manière dont, les recherches en

sociologie sur l'usage des technologies sont parvenues à soutenir l'influence de la technique sur le social vers les années 1980: « Les recherches d'alors s'attardent surtout à comprendre ce que les gens font avec certains objets communicationnels (magnéto, télécommande, répondeur, etc.) » (p. 79). En référence à Conein (2004), Proulx (2005), fait mention de l'évolution remarquée à travers les mutations d'usages habituels des technologies d'information et de la communication : « Au fur et à mesure du développement d'usages collectifs des TIC, et en particulier d'Internet, on assiste à la formation de communautés d'utilisateurs » (p. 10). Jauréguiberry et Proulx (2011) soutiennent quant à eux :

Qu'il existerait trois modèles analytiques qui appuient le champ de recherche de l'étude des usages celui de la diffusion-adoption [...], celui de la conception-utilisation, en lien avec les études centrées sur les Interactions Homme Machine [...], et enfin celui de l'usage et l'appropriation, qui s'inspire des travaux de Michel de Certeau (1980). (P. 32-56)

C'est dans cette même optique que Jouët (2000) a mentionné le fait que la notion d'usage des médias s'impose et « renverse le paradigme des effets en ne s'interrogeant plus sur ce que les médias font aux individus [...], mais sur ce que les individus font des médias » (p. 493). Or, il s'agit là d'une question centrale sur laquelle nous nous penchons justement, car on pouvait penser que les sources d'information ne seront que donneurs et réceptrices de cette dernière, mais qu'elles ne diffuseraient aucunement ces nouvelles à travers différents usages des technologies nouvelles.

II.2.2. La théorie de l'appropriation

Cette théorie nous aide à comprendre les rapports existants entre les individus (députés et chefs d'État) et les objets techniques (Twitter). Selon Millerand (1999), « L'approche de l'appropriation se distingue par le fait qu'elle s'intéresse à la construction des usages à partir de la perception des

usagers » (Millerand, 1998, p. 6). Jauréguiberry et Proulx (2011) parlent ainsi d'un « processus d'intériorisation progressive de compétences techniques et cognitives à l'œuvre chez les individus et les groupes qui manient quotidiennement ces technologies » (p. 81). Selon Jouët, « l'usage social des moyens de communication tels que les médias et les TIC reposent sur une forme d'appropriation et l'appropriation est l'acte de se constituer en soi » (Jouët, 2000, p. 502). Proulx s'est référé à Jouët pour démontrer le cadre logique de sa notion de l'appropriation des usages de technologie de l'information et de la communication. Cette théorie, s'intéresse à la construction des usages à partir de la perception des usagers. Selon Millerand (1999), « l'approche de l'appropriation met l'accent sur la construction sociale de l'usage et sur la disparité des usages et des usagers. On cherche donc à comprendre la signification de l'outil en question pour l'utilisateur, comment il l'intègre dans son quotidien et influence des pratiques préexistantes » (p. 2).

II.2.3. La théorie des réseaux sociaux

Harrison White est une figure centrale de la sociologie nord-américaine et un important théoricien des réseaux sociaux. Sa théorie suggère que les échanges entre les identités produisent les histoires : « L'action (les tentatives de contrôle) est à la fois contrainte et rendue possible par les réseaux sociaux, c'est-à-dire aussi bien par les relations dans lesquelles une identité est engagée, que par la structure relationnelle qui l'environne » (cité dans Grosseti et al. 2007, p. 15). Ce qui explique le niveau de gratifications liées aux besoins des utilisateurs d'entrer en contact avec d'autres utilisateurs sur les réseaux sociaux et Twitter pour le cas de notre travail. D'après Ferrary et Callon (2006), grâce à la notion de réseau, on peut savoir comment un point, qui était isolé, devient un point qui contrôle un grand nombre d'autres points, qui devient un lieu de pouvoir » (p. 37). Selon Baret et al. (2006) « Cette posture de recherche prend acte du fait que les individus

n'agissent pas seuls, de manière isolée, mais à l'intérieur d'un réseau de relations qui va à la fois faciliter et limiter leur action » (p. 94).

II.2.4. Internet et les nouvelles technologies de l'information et de la communication

L'Internet repose sur l'instantanéité, le direct. Il défie les aspects géographiques et spatiaux. « Ses formidables potentialités ont d'abord fait de lui une utopie partagée par tous ceux qui rêvent d'instaurer par la grâce d'une nouvelle technique une cybérie, un village planétaire fondé sur la liberté, l'intelligence, l'instantanéité et la fraternité des échanges sans frontière » (Maigret, 2015, p. 270). Cette approche nous aide à comprendre l'accessibilité de cet outil en émergence à partir des habitudes des utilisateurs et la place qu'il occupe par rapport aux autres technologies. Dans son raisonnement Fabien Granjon (2004), remet en question cette accessibilité de l'innovation de l'Internet par les usagers à différents niveaux. Ce sociologue démontre qu'il sied de se questionner sur « l'utilité de l'Internet selon les écrits, son apport aux pratiques sociales et son impact sur les usagers [...]. Les potentialités ouvertes par celui-ci sont-elles pleinement actualisées par tous les utilisateurs ? » (Granjon, 2004, p. 5). Proulx va plus loin et s'interroge sur l'apport de l'Internet aux sociétés : « l'arrivée d'Internet marque-t-elle une rupture significative dans l'informatisation et dans nos manières de faire usage des TIC ? » (Proulx, 2005, p. 1). Sa réflexion nous aide à comprendre les changements de paradigme qui s'opèrent depuis l'arrivée des réseaux sociaux et en particulier Twitter à travers les publications des parlementaires et chefs des gouvernements congolais, français, canadiens et américains.

Chapitre III : MÉTHODOLOGIE

L'objectif de cette section est de décrire la démarche dans laquelle est inscrite notre mémoire. Nous allons tout d'abord justifier l'approche méthodologique dans laquelle nous nous trouvons. Nous étalerons par la suite la technique qui a été empruntée en apportant des précisions sur la collecte, la disponibilité et l'analyse des données.

III.1. APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

Selon Bonneville, Grosjean et Lagacé (2007), « la méthodologie constitue l'ensemble des moyens que le chercheur utilise pour répondre à la question centrale de sa recherche » (p. 50). Bien que la publication des messages par les acteurs politiques sur Twitter soit un phénomène récent, il a suscité l'intérêt de plusieurs chercheurs. Les études sur la démocratisation du discours des députés et chefs d'État sur Twitter et leurs impacts sur le métier du journaliste sont nombreuses. C'est pourquoi nous croyions qu'il fallait faire une analyse approfondie afin de répondre à notre question centrale de recherche : en quoi Twitter menace-t-il le rôle du journalisme d'information? Il s'agit d'un travail visant la compréhension d'un fait à partir de l'analyse des documents scientifiques existants. Notre recherche est de ce fait qualitative. Selon Bonneville, Grosjean et Lagacé (2007), « Une recherche qualitative en est une qui vise la compréhension d'un phénomène social » (p. 156). S'inscrire dans une démarche de recherche qualitative, c'est vouloir avant tout comprendre l'influence des publications des chefs d'États et députés sur le métier du journaliste d'information. Lorsque l'on cherche à mieux comprendre cet usage de Twitter par ces dirigeants politiques, il est important de cerner la manière dont les publications sont faites sur cette plateforme, son apport aux nouvelles et son impact sur le journalisme. Dans une approche qualitative, les chercheurs ont « pour objectif de rendre compte de ce phénomène tel qu'il est vécu et perçu par les sujets » (Bonneville et al., 2007, p. 156). Notre démarche se veut inductive dans la mesure où à partir des

énoncés spécifiques, nous avons construit une hypothèse en nous basant sur la recension de la revue de littérature.

III.1.1. Technique et outils de recherche

Nous nous intéressons à la publication des nouvelles sur Twitter par certains députés et chefs ainsi que son influence sur le journalisme d'information selon quelques écrits scientifiques et des textes journalistiques. Afin de mieux saisir l'impact des facteurs identifiés ci-haut, nous avons débuté par faire un tour d'horizon des écrits qui définissent les sources d'informations. Nous nous sommes penchés sur le rôle qu'ils jouaient dans la production des nouvelles jusqu'à l'appropriation de l'outil médiatique Twitter par les dirigeants politiques et l'impact de ces publications au métier du journaliste d'information.

La méta-analyse est la méthode scientifique choisie. Elle a comme objectif principal : « de regrouper ensemble un grand nombre d'études pour en combiner les résultats et ainsi obtenir une représentation plus large d'un phénomène donné » (Beaucher et Jutras, 2007, p. 60). Afin de mieux répondre à notre question centrale de recherche, nous avons utilisé l'analyse de contenu comme technique de recherche. Selon L'Écuyer (1987), « l'objectif de l'analyse de contenu est de découvrir la signification du message étudié (...) afin d'en faire ressortir les différentes caractéristiques et d'en comprendre le sens précis » (cité dans Bonneville et al., 2007, p. 192),

Pour découvrir la signification du message étudié dans les documents analysés, trois éléments sont pris en compte. Il s'agit de « l'échantillonnage des sources (choix de ce qu'on analyse : journaux, films), l'échantillonnage des dates (période sur laquelle porte l'étude) et l'échantillonnage des éléments à analyser (éditoriaux, publicités) » ont-ils ajouté (p.193). Ainsi donc, compte tenu de l'objectif de notre recherche, l'échantillon des sources concerne les livres et les articles

scientifiques et professionnels qui abordent la manière dont les publications des députés et chefs d'État français, canadiens, américains et congolais au travers de Twitter menacent le journalisme d'information. La période sur laquelle porte notre étude concerne 2006 à 2021. 2006 étant l'année de la fondation de la plateforme qui nous intéresse Twitter, et les années 2008 à 2021 en raison tout d'abord de la disponibilité des écrits professionnels et scientifiques qui se rapportent à notre sujet de mémoire. Mais aussi en raison de la montée en puissance des publications des acteurs politiques sur les réseaux sociaux qui ne se sont amplifiées qu'à partir de 2008 : « Aux États-Unis, l'importance de Twitter comme moyen de diffusion des nouvelles a émergé en 2008, pendant la campagne électorale présidentielle [...] de Barack Obama » (Escobar, 2018, p. 1).

III.1.2. Précision sur la collecte des données

Nous utilisons l'analyse documentaire comme outil de collecte des données. Il s'agit d'une « opération intellectuelle visant à identifier les informations contenues dans un document ou un ensemble de documents et à les exprimer sans interprétation ni critique, sous une forme concise et précise telle qu'un résultat d'indexation, un résumé, un extrait » (Bénzecri, 1984, p. 135). Cet outil nous facilite dans l'examen des écrits scientifiques et professionnels traitant la manière dont ces publications au travers de Twitter menacent le journalisme d'information. Cela en vue d'en extraire des informations factuelles et ainsi élaborer un résumé pouvant nous aider à répondre à notre problématique. Dans un cadre documentaire, il est tout à fait possible de faire ressortir d'un contenu une ébauche explicative tout comme un commentaire historique. Ici, le champ s'y prête et il est clair qu'il s'agit de décrypter les analyses préexistantes.

Notre objectif ici est d'associer les facteurs similaires qui se rapportent à notre problématique. Par exploitation des sources scientifiques, on entend la possibilité d'analyser les points de vue individuels des différents chercheurs. Selon Wolf et coll. (2005), « analyser les points de vue

implique de proposer une méthode exploratoire pour décrire l'articulation des opinions, des objectifs et des connaissances des différents acteurs de la conception » (p. 161).

Notre corpus repose sur les travaux de nombreux chercheurs ainsi que les écrits professionnels de quelques journalistes. La préparation du matériel s'est effectuée par une lecture de textes réunis de façon aléatoire portant sur la problématique de notre mémoire. Ces recherches pouvaient être liées à diverses perspectives méthodologiques, mais elles devaient avoir été publiées dans des revues, manuels et rapports de recherche de qualité reconnue. Il s'agit des écrits publiés sur différents portails de recherche tels Cairn, Open édition, les cahiers du journalisme, Google Scholar ou encore la bibliothèque de l'Université d'Ottawa. Pour déterminer le corpus de notre étude, nous en avons consulté plus de 60 travaux et avons retenu 40 qui répondaient aux critères susmentionnés. Une sélection dans laquelle se trouvent les articles de revues scientifiques, les articles d'actualité ainsi que les livres et encyclopédies.

III.2. FORCES ET FAIBLESSES DE LA RECHERCHE

La méta-analyse nous a permis de faire un survol sur des écrits qui ont abordé la manière dont les publications des certains dirigeants politiques menacent le métier du journaliste d'information. Sa limite reste néanmoins que l'on ne se base que sur des documents existants. D'une manière générale, cette approche nous a permis de consulter 40 textes scientifiques et professionnels et de les combiner afin d'en extraire une synthèse. « Sa faisabilité est essentiellement limitée à l'existence en nombre suffisant d'études pouvant être incluses » (Maison, 2010, p. 18). Cela dit, force est de reconnaître que le manque d'une quantité abondante des recherches traitant ce sujet en République Démocratique du Congo ne nous a pas permis d'enrichir notre travail comme nous l'aurions souhaité. Seuls les écrits des auteurs français, canadiens et américains ont été traités en abondance.

Chapitre IV: RÉSULTATS ET ANALYSE

Nous exposons à présent les résultats de la méta-analyse effectuée à partir de notre échantillon.

Selon Bonneville, Grosjean et Lagacé (2007),

La richesse de l'élaboration des connaissances dans le domaine de la communication, et plus largement dans l'ensemble des sciences sociales et humaines [...], ne serait pas la même sans l'étape cruciale de la diffusion des résultats de la recherche, qui, en soi, représente à la fois la finalisation d'une recherche et le début d'une autre. (p. 55)

Nous allons identifier et décrire les facteurs semblables issus des différents documents analysés et qui se rapportent à notre problématique : en quoi Twitter menace-t-il le métier du journaliste? Mentionnons tout d'abord que les écrits des chercheurs nous ont permis de recueillir les renseignements en ce qui concerne le rôle des sources d'informations (les acteurs politiques congolais, canadiens, français et américains) et l'impact de publications de ces derniers sur le métier du journaliste. Par la suite, nous avons récolté de ces écrits scientifiques les éléments sur la démocratisation des discours de ces chefs d'État et parlementaires sur Twitter ainsi que la manière dont leurs publications influencent la transmission de l'information. Et enfin, les avis de plus de 20 journalistes transcrites dans un livre nous ont permis de recueillir les informations concernant la crainte de ces derniers de voir leur métier affecté par cette multitude de diffuseurs d'information (voir annexe A).

Les données recueillies dans ces études ont été classées et analysées selon les questions énoncées dans notre problématique à savoir :

1. Quel est l'impact des publications de ces députés et chefs d'État sur le métier du journaliste?
2. Quels facteurs affectent la collecte et la transmission des nouvelles ?

3. Quel est le niveau de concurrence entre la presse et lesdites publications à travers Twitter?

IV.1. QUEL EST L'IMPACT DES PUBLICATIONS DE CES DÉPUTÉS ET CHEFS D'ÉTAT SUR LE MÉTIER DU JOURNALISTE?

Sur la base des données empiriques, Maltais et Cayouette (2015), Scherer (2011), et Chibois (2014), entre autres, craignent que cette routine (les publications de ces acteurs politiques sur Twitter) ne soit désormais instaurée comme une loi par les parlementaires. Il est à redouter, selon lesdits chercheurs, qu'une pratique sociale s'installe progressivement, transformant voire annihilant ainsi, la pratique du journaliste d'information qui consistait entre autres à publier en premier les nouvelles sur différents canaux. Il ressort des 40 textes consultés à la section de la revue de littérature qu'avec le concours du téléphone intelligent il semble que certains gouvernants qui n'intervenaient auparavant dans la fabrique des nouvelles que comme source d'information produisent et partagent les nouvelles instantanément sur Twitter sans passer nécessairement par les médias traditionnels. Il faut savoir que notre corpus n'est ni exhaustif ni représentatif. Bien que certains chercheurs tels Scherer (2011), Eyriès (2015), ou De Cock et Roginsky (2015) aient mentionné un côté positif de l'irruption des publications des dirigeants politiques sur le journalisme, il n'en demeure pas moins que la menace de changement de pratiques habituelles soit réelle. Une menace sur l'autonomie des journalistes à être les premiers diffuseurs des nouvelles. En favorisant cette pluralité des publicateurs des messages, Twitter contribue à annihiler le droit et la responsabilité des journalistes dont la fonction première est d'informer. Certains journalistes québécois, français et américains interrogés par Maltais et Cayouette (2015) l'ont mentionné. Dans les lignes qui suivent, nous soulignons ces impacts négatifs et certaines mutations que ces publications imposent au métier du journaliste d'information.

IV.1.a. Quelques impacts négatifs de ces publications sur le journalisme d'information

Pour ces journalistes, l'empressement avec lequel ces acteurs politiques diffusent l'information sur Twitter et la rapidité avec laquelle ces nouvelles sont relayées par les professionnels des médias est à craindre. Le chroniqueur politique au journal *Le Soleil* Gilbert Lavoie a expliqué que : dans pareille circonstance « le souci de la vitesse passe avant celui de la vérification, voire celui de la véracité » (Maltais et Cayouette, 2015, p. 59). Cependant, il a spécifié : « Qu'en sacrifiant la véracité de la nouvelle à la rapidité de sa diffusion, les médias mettent en péril la qualité de cette information » (p. 65). Un des journalistes de l'Agence France presse, a été victime de cette situation avant de rectifier le tir : « Quand je me suis rendu compte de mon erreur, j'ai réussi à arrêter à temps la dépêche sur un des fils de l'AFP avant qu'elle n'arrive au client. Elle est quand même, chez certains clients, arrivée par erreur » (Chibois, 2014, p. 215).

L'un des auteurs du livre *Les journalistes pour la survie du journalisme* Pierre Cayouette a mentionné le fait que cette rapidité de production influe sur le cycle de la nouvelle qui devient de plus en plus court. Selon lui, avec cette quantité accrue des publications, « une dépêche en chasse sans cesse une autre » (Maltais et Cayouette, 2015, p. 103). Selon cet auteur, le véritable journalisme demande du temps pour la vérification, la relecture et les corrections. Dans le même livre, l'ex-directeur de l'intégration des services français de Radio-Canada, Yvan Asselin, évoque le fait que « les journalistes du quotidien [...] jouent au mieux leur partition, mais deviennent des cibles beaucoup plus faciles pour les critiques devant le nombre grandissant de leurs erreurs sous la pression de l'accélération du temps » (Maltais et Cayouette, 2015, p. 143).

IV.1.b. Les changements des pratiques journalistiques habituelles

Des chercheurs tels Dakhli (2017) Naves (2020) ou encore Mort (2017), ont expliqué la façon dont les publications quotidiennes en ligne de ces députés et chefs d'État affectent également la manière de collecter l'information. Elle est bien terminée cette époque où les journalistes devraient nécessairement contacter d'une manière personnelle un député ou chef d'État pour avoir une

information ou avis sur un sujet d'actualité. Il est ressorti de leurs travaux que l'offre éditoriale doit s'ajuster aux nouveaux modes de partage et d'accès à l'information. Ce qui conduit les professionnels des médias à piocher directement les nouvelles sur les comptes (Twitter) privés et professionnels de ces dirigeants politiques et en font une actualité à diffuser dans leurs organes de presse respectifs. Comme on peut le constater dans les figures (5) et (6).



Figure 5. La reprise par la RTNC de la publication de la députée et rapporteur adjointe à l'Assemblée nationale congolaise, Colette Tshomba.



Figure 6. L'information sur la mission officielle du premier ministre Congolais Lukonde Sama, partagée par la chaîne Top Congo FM à partir du compte privé du porte-parole du gouvernement de la RD. Congo, Patrick MUYAYA.

Il est ressorti de ces travaux que les tweets de ces différents acteurs politiques sont soit partagés directement sur les comptes en ligne de certains organes de presse, soit exploités par ces mêmes médias sous d'autres formats (radio, télévision et web). Tels les figures (7), (8) et (9)



Figure 7. L'excuse publiée sur Twitter par le député canadien William Amos, ici traité comme information sur le site web de la chaîne canadienne ICI Ottawa-Gatineau.

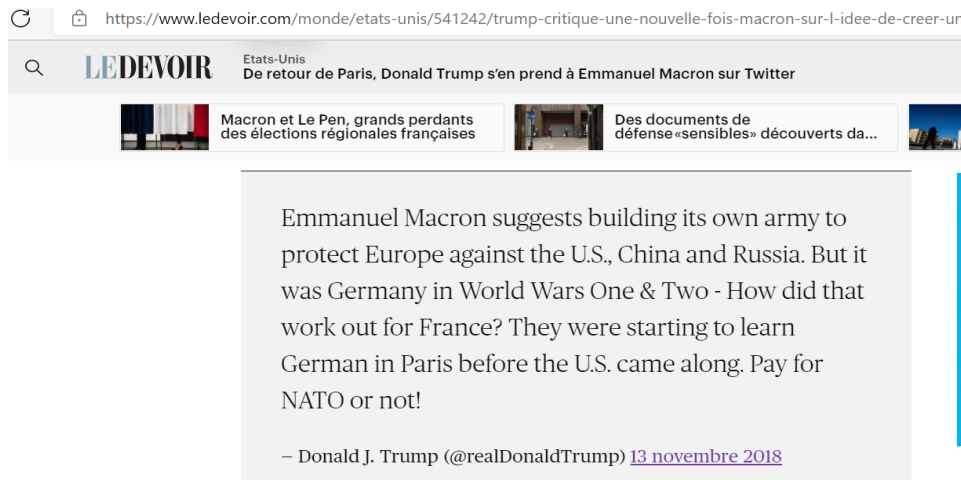


Figure 8. La prise de bec en 2018 sur Twitter entre l'ancien président Donald Trump et le président français Emmanuel Macron (au sujet de la proposition de la création d'une armée française pouvant protéger l'Europe contre les États-Unis, la Chine et la Russie) reprise par le journal Le Devoir.



Figure 9. Reprise de la réaction à chaud sur twitter de la sénatrice française Esther Benbassa dans l'actualité du journal Le Monde. Elle réagit contre des propos sexistes à son rencontre. Propos lancés sur Twitter par le député français Joachim Son-Forget.

On remarque que non seulement les points de vue de certains journalistes sont négatifs face à l'apport de ces publications des dirigeants politiques sur le journalisme d'information, mais d'autant plus que ces discours mis en ligne occasionnent une nouvelle mutation du métier couronné par une réorganisation des habitudes rédactionnelles. En plus des risques, nous avons relevé quelques opportunités que nous synthétisons dans un tableau en y associant les références (voir annexe B).

IV.2. QUELS FACTEURS AFFECTENT LA COLLECTE ET LA TRANSMISSION DES NOUVELLES ?

Des auteurs tels Eyriès (2015), Turbide (2017), Naves (2020) ou encore Maltais et Cayouette (2015), ont mentionné le fait qu'à travers ces publications les journalistes n'ont plus la primeur dans la diffusion de l'information. Alors que le scoop est une prérogative importante en journalisme, car il fait partie des outils de la veille informationnelle. Il s'agit de la production et de l'annonce d'une nouvelle avant les autres médias. Pour Mehnert et Wegmann (2006), « le scoop augmente la notoriété d'un média dans la mesure où les autres, s'ils veulent le reprendre, sont obligés de renvoyer à l'information d'origine et à l'organe qui l'a diffusée » (p.147). Pour Jaffres

(2016), « Beaucoup d'hommes et de femmes politiques n'hésitent d'ailleurs pas à publier des micros-billets au beau milieu de réunions officielles » sur leurs comptes privés et officiels (p. 8).

Ces publications font perdre aux journalistes leur position privilégiée de monopole sur la diffusion des nouvelles pourrait-on dire, ou plus exactement de premier relais de l'information. Un témoignage d'un journaliste parlementaire de l'Agence France Presse illustre de façon significative la manière dont son organe de presse a perdu l'exclusivité de partage des nouvelles en 2012 le jour de l'élection qui permettait au groupe socialiste français d'élire un candidat pouvant concourir à la présidence de l'Assemblée nationale française : « Les premiers tweets [...] des députés français sur l'élection de Le Roux ont été donnés avant l'alerte de l'AFP. J'ai eu juste [...] le temps de recevoir le SMS, et de vérifier pour être sûr qu'il n'y a pas une erreur. Et, quelqu'un a tweeté : il y a vraiment plus besoin de l'AFP, puisqu'on a tout sur Twitter » (Chibois, 2014, p. 215).

Nous avons dressé un schéma qui retrace les différentes possibilités que possèdent désormais ces acteurs politiques dans le partage de leur message au public depuis l'avènement Twitter.

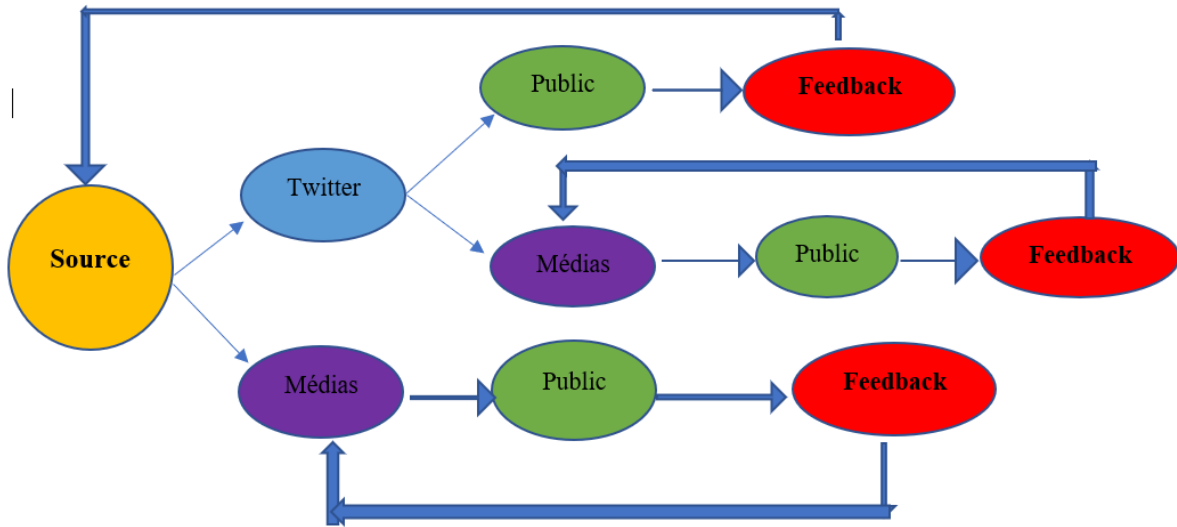


Figure 10. La communication à double voie de transmission de l'information

Possibilité numéro 1.	Possibilité numéro 2.
<p>La source d'information (dirigeants politiques) devient émettrice en même temps, envoie un message via un canal (Twitter) vers les récepteurs (internautes et médias) et reçoit d'un côté un feedback instantanément du public et de l'autre côté ce même message fait objet de partage ou de rediffusion par les médias via divers canaux (Twitter, radio, télévision) vers le destinataire (public plus large) et reçoit de nouveau un feedback.</p>	<p>La source d'information fait recours aux médias pour transmettre un message et cela se passe d'une manière linéaire suivant le modèle préexistant de la communication selon Claude Shannon et Warren Weaver. Avec ce modèle, selon Siapera (2016), l'émetteur envoie un message clair à un destinataire au moyen d'un canal. Le destinataire reçoit le message et peut interagir vers le même canal.</p>

Bref, ce que nous retenons avec intérêt c'est qu'à partir d'une simple publication sur un compte privé ou officiel, un acteur politique peut jouir d'une triple couverture médiatique. D'abord sur son compte, par la suite relayé et partagé par les médias pour finir inviter dans différents organes de presse afin de donner de plus amples détails. Un député français a déclaré : « j'ai fait un tweet [...], et j'ai renvoyé à mon blog où je disais du bien d'un service de l'État [...] quinze minutes après j'avais un mail d'Europe1 et de RTL me demandant si je pouvais le dire au micro » (Chibois, 2014, p. 220). Selon cet auteur, ceci est d'autant plus vrai qu'aujourd'hui, les chaînes de télévision n'hésitent plus à filmer directement quelques échanges de tweet de certains parlementaires.

IV.3. QUEL EST LE NIVEAU DE CONCURRENCE ENTRE LA PRESSE ET LESDITES PUBLICATIONS À TRAVERS TWITTER?

En analysant le flux de publications de ces acteurs politiques, nous avons constaté que la concurrence réside non seulement au niveau de l'appropriation de Twitter comme canal de diffusion des nouvelles, mais également au niveau de l'emprunt de différentes pratiques journalistiques que les deux parties utilisent dans la production de leurs messages. Plusieurs recherches ont mentionné le fait que l'usage des pratiques journalistiques par ces dirigeants politiques rend fluides les contenus publiés sur Twitter comme si ces derniers avaient été produits par les médias traditionnels. Ronginsky (2015) l'a signalé : « Ils s'inscrivent dans un système médiatique dans lequel ils deviennent médias eux-mêmes, participant à la convergence médiatique qui brouille les lignes de démarcation entre faire le média et utiliser le média » (p. 93).

Des chercheurs tels Bouliane et Larsson (2018), Turbide (2017), Brachotte et Frame (2015), Eyries (2015), Naves (2020) Mort (2018) ou Makal (2019) ont mentionné dans leurs recherches que ces acteurs politiques utilisent une approche journalistique pour s'adresser au public à partir de leurs comptes privés et professionnels. « Ici clairement, le député se met en concurrence avec la

presse [...], en se faisant souvent vecteur de la publicité parlementaire par la diffusion d'informations qui ne concernent pas nécessairement son action politique propre » (Chibois, 2014, p. 221). D'où l'inquiétude de Scherer (2011) qui se demande si l'on a encore besoin des journalistes?

Nous avons dressé une figure qui illustre la répartition des pratiques médiatiques les plus utilisées et les plus invoquées dans les textes que nous avons consultés.

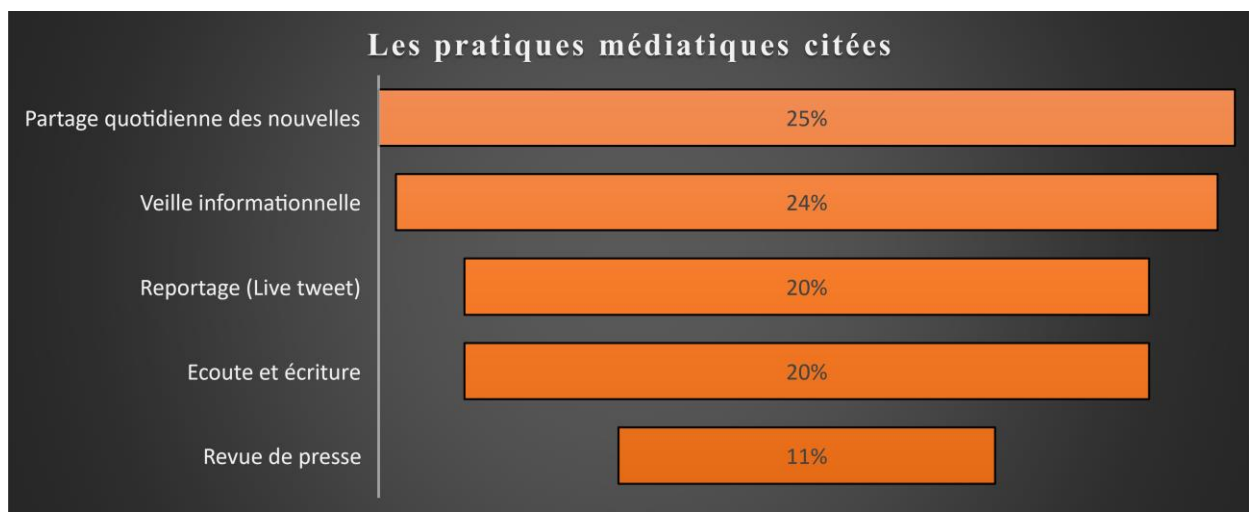


Figure 11. Les 5 pratiques les plus citées dans l'échantillon

Pour la plupart des auteurs étudiés, cette démocratisation des discours des dirigeants politiques sur Twitter empiète sur le métier des journalistes :

- 25 % mentionnent dans leurs recherches que ces dirigeants politiques publient continuellement et sans restriction les messages sur Twitter.
- 24 % des travaux illustrent que ces dirigeants politiques pratiquent une veille informationnelle. Il est démontré qu'ils surveillent d'assez près les informations et déclarations publiées sur les sites de réseaux sociaux, notamment les réactions aux messages qu'ils publient.

- 20 % mentionnent que plusieurs dirigeants politiques recueillent et publient l'information directement sur le lieu même des réunions officielles.
- 20 % démontrent que certains députés et chefs d'État s'intéressent à ce qui se dit, ou plutôt ce qui s'écrit, sur cette plateforme afin d'actualiser leurs comptes privés et officiels. Ils entendent par là ce que l'on appelle en journalisme l'écoute.
- 11 % font allusion au fait que ces hommes et femmes politiques s'autorisent à critiquer et à partager les idées parues dans d'autres titres de Tweet.

Au vu de ce qui précède, quelques journalistes parmi eux, les Québécois, les Français et les Américains consultés par Maltais et Cayouette (2015) se sont demandé avec appréhension « si le journalisme longtemps considéré comme le plus beau métier du monde, pourrait être menacé de disparaître » (p. 11)? Pour le Britannique Charlie Beckett, directeur du centre de recherche Polis sur le journalisme à la London School of Economics, « les journalistes n'ont plus le choix : ou ils acceptent de fonctionner en réseau avec leurs audiences, ou ils vont disparaître » (Scherer, 2011, p. 132).

Chapitre V : CONCLUSION

Dans cette étude, nous avons décrit quelques exemples de publications sur Twitter des députés et chefs d'État congolais, américains, français et canadiens en tant que phénomène. Un phénomène récent puisque non seulement la plateforme qui héberge ces publications est accessible au grand public que depuis 2006, mais surtout qu'elle n'a été l'eldorado des hommes et les femmes politiques qu'à partir de 2012 après la victoire de l'ancien président américain Barack Obama. Ces publications sont également qualifiées de phénomènes parce qu'elles redéfinissent non seulement les normes interactives entre les journalistes et les sources d'information officielles, mais d'autant plus qu'elles impactent de façon significative sur la manière de collecter et de diffuser les nouvelles. La croissance fulgurante de Twitter en moins de 20 ans en tant que deuxième réseau social le plus populaire favorise ces changements.

L'intérêt que suscitent ces publications auprès des médias a également attiré l'attention de plusieurs auteurs. Cet engouement nous a motivé à nous pencher sur non seulement les raisons pour lesquelles ces acteurs politiques utilisent Twitter, mais aussi sur les pratiques journalistiques qu'ils empruntent dans la rédaction des messages à publier. Plus précisément, nous nous sommes demandé en quoi Twitter au travers de ces publications menace le métier du journaliste d'information. Notre recensement des écrits a permis d'identifier les recherches qui ont montré que quelques techniques et pratiques journalistiques ainsi que certains styles éditoriaux sont empruntés aux journalistes. Ces recherches sont aussi très récentes, mais diversifiées. Certaines sont empiriques tandis que d'autres sont théoriques. Pour ne nommer que quelques-unes, nous avons répertorié des recherches qui avaient comme sujets : Les journalistes pour la survie du journalisme (Maltais et Cayouette, 2015) ; la politique canadienne en 140 caractères : la vie des partis dans l'univers Twitter (Small, 2010) ; Tweeting to power: The social media revolution in American

politics (Gainous et Wagner 2013) ; Twitter comme arène de débat public : le cas du Conseil de Paris et des controverses en aménagement (Douay et Reys, 2016) ; ou encore, faire campagne sur Twitter. Modalités d'énonciation et mises en récit des candidats à l'élection (De Cock et Roginsky, 2015).

Nous avons répertorié 40 travaux qui traitent des usages de Twitter par les acteurs politiques. Cette méta-analyse qualitative nous a permis de brosser un portrait non exhaustif de l'utilisation de Twitter par les députés et chefs d'État congolais, canadiens, français et américains. Nous avons constaté que les pratiques utilisées par ces politiciens pour transmettre leurs messages et qui sont identifiées par Small (2010), Turbide (2017), Naves (2020), Dayter (2014), Mort (2018), ou encore Eyries (2015); soit le relais d'information, la veille informationnelle, la revue de presse, l'écoute, le reportage (le live tweet); ont été listé dans notre analyse comme étant reconnues aux journalistes dans la production de l'information.

Selon ce que nous avons observé, la particularité de la plateforme Twitter utilisée par les élus français, américains, canadiens et congolais est cette diffusion instantanée avec une interaction garantie avec le public. Il s'agit de la possibilité d'informer par soi-même, sans passer par les médias une large audience de façon directe, rapide et qui donne la capacité aux internautes abonnés à ces comptes d'interagir et d'inciter d'autres à exprimer leurs opinions au travers de certains Mots-dièses bien spécifiques. Tout comme la revue de la littérature le démontre, l'utilisation de Twitter par les politiques laisse entrevoir des attitudes concurrentielles de ces publications face au journalisme d'information dans la course à l'exclusivité. L'usage du téléphone intelligent a été un facteur important dans l'actualisation des comptes Twitter officiels et privés même en pléines sessions parlementaires.

LIMITES ET PISTES DE RECHERCHE

Que reste-t-il du journalisme d'information? En quelques années, le journalisme d'information a connu des transformations rapides et sans précédent. C'est toute une économie qui est en train de se restructurer, avec de nouveaux équilibres entre les journalistes et les sources d'informations devenues diffuseurs en même temps. Au regard de ce qui précède dans notre recherche, il serait prétentieux de dire que notre travail qui a illustré théoriquement un pan du changement qu'apporte Twitter dans la production de l'information peut être généralisé et montrer de façon exhaustive que l'usage de cet outil par les politiciens conduits à annihiler les pratiques journalistiques actuelles. Le fait d'avoir consulté uniquement les écrits scientifiques et professionnels qui décrivent la menace qui pèse sur le journalisme à travers les publications des dirigeants politiques pose certaines limites inhérentes à notre étude. C'est pourquoi d'autres pistes de recherches doivent être poursuivies pour démontrer l'effectivité de ces menaces dans une grande échelle.

Nous aurions obtenu probablement des témoignages et résultats différents ou complémentaires si nous avions interrogé également les abonnés de Twitter et consommateurs de ces publications. Avec les résultats qui diffèrent, le niveau de crainte pour les journalistes de perdre leur notoriété auprès du public n'aurait sans doute pas été le même ou pourrait carrément disparaître. Par exemple, à travers une recherche empirique, les résultats nous permettraient de découvrir que les médias restent suivis et consultés par le même public pour confirmer ou infirmer une nouvelle publiée sur Twitter par un dirigeant politique. Il serait donc intéressant de pousser plus loin la recherche auprès d'un échantillon différent avec une approche différente afin de bien déceler si ce phénomène est une menace réelle ou plutôt une opportunité pour le métier du journaliste d'information.

Annexe A. Sommaire des thèmes abordés et la quantité des travaux consultés par thème

Thèmes	Nombres de textes consultés
Les sources d'informations	6
Le rôle du journaliste d'information	4
Le discours démocratique des acteurs politiques sur Twitter	18
Le journalisme face aux publications des acteurs politiques sur twitter	12
Total	40

Annexe B. Quelques contributions relatives (positives et négatives) de l'afflux de ces publications instantanées sur le métier du journaliste d'information.

Aspects	Apports relatifs au journalisme d'information	Citations et auteurs
Négatifs	Perte du monopole de l'autorité informationnelle	« Jusque-là l'acteur politique ne se faisait pas le relais d'informations médiatique, surtout si celles-ci ne le mettaient pas en scène. Désormais, il sélectionne l'information qui circule et la partage » (Ronginsky, 2015, p. 92).
	Accélération de la couverture médiatique.	« Le souci de la vitesse passe avant celui de la vérification, voire celui de la véracité » (Maltais et Cayouette, 2015, p. 59).
	Temps limite de vérification	« L'immédiateté, la permanence et la quantité d'informations disponibles en ligne, comme leur rapidité de diffusion, ne laissent pas toujours, aux journalistes, le temps et les moyens de procéder à leur vérification [...] » (Granchet, 2011, p. 122).
	Mise en péril de la qualité de l'information.	« En sacrifiant la véracité de la nouvelle à la rapidité de sa diffusion, les médias mettent en péril la qualité de cette information » (Maltais et Cayouette, 2015, p. 65).

	Dérapages éthiques de certains journalistes	« C'est ce constat qu'on est à même de faire en voyant apparaître de nouveaux types de plaintes déposées au cours des dernières années devant le Conseil de presse du Québec [...] » (Maltais et Cayouette, 2015, p. 168).
Positifs	Accès facile et rapide à l'information.	« Les tweets des politiciens permettraient l'établissement d'une communication directe avec une partie importante de la population sans avoir besoin de passer par d'autres médias qui pourraient endommager le message » (Eyriès, 2015, p. 78).
	Abondance des nouvelles à diffuser. Cout amoindri.	« Jamais il n'a été aussi facile et bon marché de produire, d'assembler, de distribuer et de partager des contenus d'informations » (Scherer, 2011, p. 27).

BIBLIOGRAPHIE

Baret, C. et al. (2006). Management et réseaux sociaux Jeux d'ombres et de lumières sur les organisations. *Revue française de gestion*, vol. 4 (163), pp. 93- 106. [Management et réseaux sociaux: Jeux d'ombres et de lumières sur les organisations - ProQuest](#).

Beaucher, V. et F. Jutras (2007). Étude de la méta synthèse et de la méta-analyse qualitative. *Recherches qualitatives*, vol. 27(2), pp. 58-77. [Microsoft Word - Texte Beaucher 27.2 Finaldoc.doc \(recherche-qualitative.qc.ca\)](#).

Beaulieu, C. (2018). La guerre des tweets. *L'actualité*. Montréal. Tiré de <https://lactualite.com/monde/laguerre-des-tweets/>.

Benzécri, JP. (1984). Description des textes et analyse documentaire. *Les cahiers de l'analyse des données*, tome 9, no 2, p. 205-211. [Description des textes et analyse documentaire \(numdam.org\)](#).

Bernier, M.F. (2004). Étique et déontologie du journalisme. Edition revue et augmentée. Préface de Dominique Wolton. *Les presses de l'université Laval*, p.10-23. [Marc-François BERNIER, Éthique et déontologie du journalisme \(openedition.org\)](#).

Bonneville, L., S. Grosjean et M. Lagacé (2007). *Introduction à la recherche en communication*. Montréal: Éditions Gaëtan-Morin, pp. 64-201.

Bouliane, S. (2019). Engagement with candidate posts on Twitter, Instagram, and Facebook during the 2019 election. *new media & society*. P. 1–22. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/14614448211009504>.

Brachotte, G. et Frame, A. (2015). Le tweet stratégique: Use of Twitter as a PR tool by French politicians. *Public relation review*, pp. 278-287. [Le tweet stratégique: Use of Twitter as a PR tool by French politicians \(sciencedirectassets.com\)](#).

Caplan, J. (2013). *Social Media and Politics: Twitter Use in the Second Congressional District of Virginia*. Elon journal of undergraduate research in communications, Vol. 4(1), pp. 3.

Certeau, M. (1980). *L'invention du quotidien. Arts de faire*. Galimard-Paris. Pp.1-349.

Chibois, J. (2014). Twitter et les relations de séduction entre députés et journalistes. La salle des Quatre Colonnes à l'ère des sociabilités numériques. *Réseaux*, vol. 6 (n° 188), pp. 201- 228. [Twitter et les relations de séduction entre députés et journalistes | Cairn.info \(uottawa.ca\)](#).

Clavert, F. (2018). Face au passé : la Grande Guerre sur Twitter. *Le Temps des médias*, vol. 2 (n° 31), pp. 173- 186. [Face au passé : la Grande Guerre sur Twitter | Cairn.info \(uottawa.ca\)](#). Consulté le 12/07/2021.

Conein, B. (2004). *Communautés épistémiques et réseaux cognitifs : coopération et cognition distribuée*. *Revue d'économie politique*, pp. 142-159.

Coutelle-Brillet, P. Des Garets, V. Maubisson, L. et Rivière, A. (2019). La confiance envers la vaccination : conceptualisation et influence de différentes sources d'information. *Le journal de gestion et d'économie de la santé*. (6) N° 6 | p 486 à 509. [La confiance envers la vaccination : conceptualisation et influence de différentes sources d'information | Cairn.info \(uottawa.ca\)](#).

Dagiral, E. et Parasie, S. (2013). Des journalistes enfin libérés de leurs sources ? Promesse et réalité du « journalisme de données ». *Sur le journalisme*. Vol 2, n°1 - P.52-63. [Vue de Des journalistes enfin libérés de leurs sources ? Promesse et réalité du "journalisme de données" \(surlejournalisme.kinghost.net\)](#).

Dakhli, J., Burger, M et al., (2017) Comptes personnels et enjeux publics : la communication de responsables politiques sur twitter. Discours des réseaux sociaux : enjeux publics, politiques et médiatiques. *De Boeck Supérieur : Culture & Communication*, pp. 109- 139.

De Cock, B. et Roginsky, S. (2015). Faire campagne sur twitter. Modalités d'énonciation et mises en récit des candidats à l'élection. *Les Cahiers du numérique*, Vol. 11, n°4 pp. 119 – 144. [Faire campagne sur twitter | Cairn.info \(uottawa.ca\)](#).

Derville, G. (1999). Le journaliste et ses contraintes. *Le cahier du journalisme*. P. 153-160.

Douay, N et Reys, A. (2016). Twitter comme arène de débat public : le cas du Conseil de Paris et des controverses en aménagement. *L'Information géographique*. 4 (Vol. 80), pp.76 -95. [Twitter comme arène de débat public : le cas du Conseil de Paris et des controverses en aménagement | Cairn.info](#).

Ducol, C. (1997). Le scoop : entre le savoir et l'opinion. *Communication & Langages* . vol. 111 pp. 4-18. [Le scoop : entre le savoir et l'opinion - Persée \(persee.fr\)](#).

Escobar, P. (2018). Comment l'usage de Twitter a changé les pratiques journalistiques des journalistes du journal équatorien El Comercio. *Communication*. Vol. 35, n°2, pp 1-19. <https://doi.org/10.4000/communication.8660>.

Eyriès, A. (2015). Deux campagnes électorales dans la twittosphère. L'élection présidentielle française et l'élection générale du Québec en 2012. *Les Cahiers du numérique*. Vol.4 (11). p. 75–90. [Microsoft Word - 08 Eyrie \(revuesonline.com\)](#).

Farcinelly, S. (dimanche 20 janvier 2019). Le carnet d'adresses du journaliste. *RTBF*. Tiré de https://www.rtbf.be/info/inside/detail_le-carnet-d-adresses-du-journaliste-c-est-le-reflet-de-sa-maniere-de-voir-le-monde-entretien-avec-safia-kessas-responsable-de-la-diversite-a-la-rtbf?id=10122350 .

Fédération professionnelle des journalistes du Québec. (2010). *Guide de déontologie des journalistes du Québec*. P. 1- 11. Tiré de : <https://www.fpqj.org/fr/guide-de-deontologie>.

Ferrary, M. et Callon. M. (2006). Les réseaux sociaux à l'aune de la théorie de l'acteur réseau. *Sociologies pratiques*. Vol. 2 n° 13. Pages 37 à 44. [Les réseaux sociaux à l'aune de la théorie de l'acteur-réseau | Cairn.info \(uottawa.ca\)](#).

Francony, J. - M. et Papa, F. (2012). Tweet analyse de la présidentielle 2012. *TriElec*. Tirée de [Tweet analyse de la présidentielle 2012 - TRIELEC - WEB Public \(google.com\)](#). Consulté le 12/08/2021.

Gainous, J et Wagner, KM. (2014). Tweeting to power: The social media revolution in American politics. *Oxford University Press*. p. 2-11.

Girouard, Y. N. et Ward, J. (2010). *L'écriture journalistique de base*. Ed. AMECQ. Écriture pour un journaliste communautaire, pp.7- 65.

Giroux, D et Trudel, P. *La régulation du travail journalistique dans dix pays, dont le Canada*. Centre d'études sur les médias. Université Laval, pp. 1-88.

Godart, F. et Grossetti, M. (2007). Harrison White : des réseaux sociaux à une théorie structurale de l'action. *SociologieS*. Tiré de <https://journals.openedition.org/sociologies/233>.

Granchet, A. (2011). Questions déontologiques : nouveaux supports, nouvelles techniques d'investigation. *LEGICOM*, Vol.1 n° 46. p. 121 -129. [Legi 046 0121.pdf](#)..

Granjon, F et Denouel, J. (2011). Penser les usages sociaux des technologies numériques d'information et de communication. *Presses des Mines*. P.7-43.

Granjon, F. (2004). De quelques éléments programmatiques pour une sociologie critique des usages sociaux des TIC. Pp.5 . [\(PDF\) De quelques éléments programmatiques pour une sociologie critique des usages sociaux des TIC \(researchgate.net\)](#).

Greiner, D. (2010). La presse écrite face au défi du numérique. *Transversalités*. Vol. 4, N° 116, p. 79- 84. [La presse écrite face au défi du numérique | Cairn.info \(uottawa.ca\)](#).

Jaffrès, K. (2016). L'influence des réseaux sociaux sur le traitement de l'information. Tiré de <https://on-media.fr/2016/02/18/linfluence-des-reseaux-sociaux-sur-le-traitement-de-linformation/>. Consulté le 01/11/2021.

Jauréguiberry, F et Proulx, S. (2011). *Usages et enjeux des technologies de communication*. Toulouse : Érès. Pp. 1-144.

Jouet, J. (2000). *Retour critique sur la sociologie des usages*. Réseaux. Vol. 18, n°100, pp. 487-521.

Kaciaf, N. et Nollet, J. (2013). Journalisme : retour aux sources. *Politiques de communication*, n° 1. https://www.researchgate.net/publication/267515007_Journalisme_retour_aux_sources_Presentation_du_dossier.

Kaplan, M.A. (2011). Twitter ou le pouvoir de 140 caractères. *L'Expansion Management Review*, pp. 104-113. [EMR 140 0104.pdf](#) .

Katz, E., Gurevitch, M., & Haas, H. (1973). On the use of the mass media for important things. *American Sociological Review*. Vol. 38(2), pp. 164-181. [On the Use of the Mass Media for Important Things on JSTOR \(uottawa.ca\)](#).

Lamarche-Perrin, R. et Severo, M. (2018). L'analyse des opinions politiques sur twitter Défis et opportunités d'une approche multi-échelle. *Revue française de sociologie*. N° 3, Vol. 59. p. 507 – 532. [L'analyse des opinions politiques sur Twitter Défis et opportunités d'une approche multi-échelle * - ProQuest](#).

Presse Canadienne (2009). Près d'un tiers des députés canadiens sont sur Twitter. Tiré de [Près d'un tiers des députés canadiens sont sur Twitter | La Presse](#)

Louis-Sidois, C. et Ecornier-Nocca, F. (2019). Fronde 2.0. Les députés français sur Twitter. *Revue française de science politique*. N° 3-Vol. 69, pages 481 à 500. [Fronde 2.0. Les députés français sur Twitter | Cairn.info \(uottawa.ca\)](#).

Louvrier, J. (2007). *Marx, le marxisme et les historiens de la Révolution française au XXe siècle*. Sciences et politiques, pp. 147-167. <https://doi.org/10.4000/chrhc.239>

Maigret, E. (2015). Internet et les nouvelles technologies de l'information. Le problème du retour aux objets. Dans, *Sociologie de la communication et des médias*, pp. 269- 302. <https://www-cairn-info.proxy.bib.uottawa.ca/sociologie-de-la-communication-et-des-medias--9782200278274-page-269.htm>.

Maigret, E. (2015). L'École de Francfort et la théorie de la culture de masse. Le soleil noir de la modernité. *Sociologie de la communication et des médias*, pp 59- 68. <https://www-cairn-info.proxy.bib.uottawa.ca/sociologie-de-la-communication-et-des-medias--9782200278274-page-59.htm>.

Maison, P. La méta-analyse sur données résumées. Association de Recherche en Soins Infirmiers. *Recherche en soins infirmiers*. Vol.2 (101), pp. 18-24. [La méta-analyse sur données résumées | Cairn.info](#).

Makal, D. (2017). De l'utilisation d'Internet en République démocratique du Congo Un outil de mobilisation politique et religieuse. *Émulations*, n° 24, pp. 105-123. [1533-Texte de l'article-2523-1-10-20180316.pdf](#).

Makal, D. (2019). Le cyberspace, lieu de protection de la parole citoyenne en *les Cahiers du numérique*. Vol. 15, pp. 185- 210. <https://www-cairn-info.proxy.bib.uottawa.ca/revue-les-cahiers-du-numerique-2019-3-page-185.htm>.

Maltais, R et Cayouette, P. (2015). *Les journalistes pour la survie du journalisme*. Ed. Québec Amérique, pp. 15-271.

Mehnert, U. et Wegmann, N. (2006). Scoop-o-mania, l'introduction du scoop dans la vie politique allemande. *Le Temps des médias*. Vol. 2, n° 7. pp. 143 -150. [Scoop-o-mania, l'introduction du scoop dans la vie politique allemande \[1\] | Cairn.info](#).

Miles, M.B. et Huberman, A. M. (2003). *Analyse de données qualitatives*. Bruxelles De Boeck Ed.2, pp. 626.

- Mirelland, F. (1998). Usages des NTIC : les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'appropriation (1ère partie). *COMMposite*. V. 98 n°1, Université de Montréal, pp. 1-19. [Usages des NTIC: les approches de la diffusion, de l'innovati... \(commposite.org\)](#). Consulté le 01/11/2021.
- Mort, S. (2018). Les médias d'informations américains à l'épreuve du populisme autoritaire de l'administration Trump. *Politique américaine*. Vol.2, n° 31, pp. 71 -104. [Les médias d'informations américains à l'épreuve du populisme autoritaire de l'Administration Trump | Cairn.info \(uottawa.ca\)](#). Consulté le 01/11/2021.
- Naves, MC. (2020). Donald Trump et les médias, *Pouvoirs*. Vol.1, n° 172, pp. 75-85. [Donald Trump et les médias | Cairn.info \(uottawa.ca\)](#). Consulté le 01/11/2021.
- Ngonga, F. (2017). RDC et réseaux sociaux: quand les politiciens se règlent les comptes sur twitter. Mondoblog. Tiré de <https://franck.mondoblog.org/2017/08/03/rdc-quand-les-comptes-sur-twitter/>. Consulté le 01/11/2021.
- Pacheco, D.P. (2020). Politics on Twitter: a comparison between Donald Trump and Justin Trudeau. *Valorizamos pessoas*, pp.13. [\(5\) \(PDF\) Politics on Twitter: a comparison between Donald Trump and Justin Trudeau | Daniela P Pacheco - Academia.edu](#).
- Parmelee J.H and Bichard.S.L. (2012). *Politics and the Twitter Revolution: How Tweets Influence the Relationship Between Political Leaders and the Public*. Lexington Books, pp. 247.
- Pignard-Cheynel, N. et Sebbah, B. (2016). La presse quotidienne régionale sur les réseaux sociaux. Étude de la présence des titres français sur Facebook et Twitter : Les mutations de l'information et des médias locaux. *Sciences de la société*, (84-85), pp.170-191. <https://doi.org/10.4000/sds.1919>. Consulté le 01/11/2021.
- Perrier, V.J et Roginsky, S. (2014). La fabrique de la communication des parlementaires européens « Tweet ton député » et les « ateliers du député 2.0 ». *Politiques de communication*. Vol. 2, n° 3, pp. 85 -124. [La fabrique de la communication des parlementaires européens | Cairn.info \(uottawa.ca\)](#). Consulté le 06/11/2021.
- Planel, N. (2009). Quand internet réinvente la démocratie. Association Sens-Public. *Cahiers Sens public*. Vol.1, n° 9, pp. 81- 85. [Quand Internet réinvente la démocratie | Cairn.info \(uottawa.ca\)](#).
- Proulx, S. (2005). Penser les usages des TIC aujourd'hui : enjeux, modèles, tendances in Lise Vieira et Nathalie Pinède, éd, *Enjeux et usages des TIC : aspects sociaux et culturels*, t. 1, Presses universitaires de Bordeaux, pp. 7-20. [Microsoft Word - 2005-proulx-penser-les-usa-43.doc \(uqam.ca\)](#).
- Rieder, B et Smyrniaios, N. (2012). Pluralisme et infomédiation sociale de l'actualité : le cas de Twitter. *Réseaux*. Vol. 6, n° 176, p. 105-139. [Pluralisme et infomédiation sociale de l'actualité : le cas de Twitter | Cairn.info \(uottawa.ca\)](#).
- Ringoot, R. et Uellan, D. (2020). Pairs, sources et publics du journalisme. *Sciences de l'information et de la communication*, pp. 63 – 77. [Pairs, sources et publics du journalisme | Cairn.info](#).

Roginsky, S. (2015). Les députés européens sur Facebook et Twitter : une ethnographie des usages. Dans *Communication & langages*, vol.1, n° 183, pp. 83- 109. [Les députés européens sur Facebook et Twitter : une ethnographie des usages | Cairn.info \(uottawa.ca\)](#).

Scherer, E. (2011). Infobésité : une solution, le journalisme. *A-t-on encore besoin des journalistes?* Presses Universitaires de France, , pp. 99 -130. <https://www-cairn-info.proxy.bib.uottawa.ca/a-t-on-encore-besoin-des-journalistes--9782130585671-page-99.htm>.

Scherer, E. (2011). La révolution de l’information. *A-t-on encore besoin des journalistes ?* Presses Universitaires de France, pp. 25-97. <https://www-cairn-info.proxy.bib.uottawa.ca/a-t-on-encore-besoin-des-journalistes--9782130585671-page-25.htm>.

Scherer, E. (2011). Manifeste pour un journalisme augmenté. *A-t-on encore besoin des journalistes ?* Presses Universitaires de France, pp. 131-185. [À-t-on encore besoin des journalistes ? | Cairn.info](#).

Schlesinger, P. (1992). Repenser la sociologie du journalisme. Les stratégies de la source d’information et les limites du média-centrisme. *Réseaux. Communication - Technologie - Société*, pp. 75-98. [Repenser la sociologie du journalisme. Les stratégies de la source d’information et les limites du média-centrisme - Persée \(persee.fr\)](#).

Siapera, E. (2016). Les dilemmes du journalisme : les défis d’internet pour le professionnalisme et la pérennité des médias. In Onur Andreotti, *Le journalisme à l’épreuve*, pp 241- 280. [Chapitre 8. Les dilemmes du journalisme : les défis d’internet pour le professionnalisme et la pérennité des médias | Cairn.info](#).

Sidois, CL et Ecornier-Norca, F. (2019). Fronde 2.0. Les députés français sur Twitter. *Revue française de science politique*, Vol. 69, pp. 481- 500. [Fronde 2.0. Les députés français sur Twitter | Cairn.info \(uottawa.ca\)](#).

Small, T.A. (2010). La politique canadienne en 140 caractères : la vie des partis dans l’univers Twitter. *Revue parlementaire canadienne*. Vol.33 (3), p.41. [La politique canadienne en 140 caracteres : la vie des partis dans l'univers Twitter - Document - Gale OneFile: CPI.Q \(uottawa.ca\)](#).

Turbide, O. (2017). S’excuser publiquement sur les médias socio numériques. Mutation d’une stratégie de gestion de la réputation en communication politique ? *Discours des réseaux sociaux : enjeux publics, politiques et médiatiques*, pp. 141 -160. <https://www-cairn-info.proxy.bib.uottawa.ca/discours-des-reseaux-sociaux-enjeux-publics--9782807306028-page-141.htm>.

William le, K. (2020). Tweeting Power: The Communication of Leadership Roles on Prime Ministers’ Twitter. *Politics and Governance*. Vol. 8 (1), p. 158 – 170. <https://www.cogitatiopress.com/politicsandgovernance/article/view/2530/2530>.

Wolff, M. et Burkhardt, J.-M. (2005). Analyse exploratoire de “ points de vue ” : une contribution pour outiller les processus de conception. *Le travail humain*. Vol. 68 (3), pp. 253 – 286. [Analyse](#)

[exploratoire de “ points de vue ” : une contribution pour outiller les processus de conception | Cairn.info \(uottawa.ca\).](#)