



**HAL**  
open science

# Comprendre comment les RSN incitent à l'engagement social et politique

Sophia Rodo

► **To cite this version:**

Sophia Rodo. Comprendre comment les RSN incitent à l'engagement social et politique. Linguistique. 2023. dumas-04464596

**HAL Id: dumas-04464596**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04464596>**

Submitted on 10 Apr 2024

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Copyright

2023

**KIT-KAT2** @Veroshair11 · Dec 31, 2022  
Replying to @GrammyBridge  
Yes but what releasing the tax returns does is sets pre of our government officials to be audited and have thei at. The boomerang is about to happen. Nancy Pelosi is on a civil servant salary. Let the disclosure begin

**larae stone** @StonelaraeLarae · Dec 31, 2022  
Replying to @GrammyBridge  
Now let's see all of Congress tax returns.

**Katie Scott** @mamakatie64 · Dec 31, 2022  
Replying to @GrammyBridge  
No they show that he lied year after year after year! He paid less in taxes than I did. He's not a billionaire, not a millionaire... more like a DEI

**TheRealDeal** @TheReal16285716 · Dec 31, 2022  
Replying to @GrammyBridge  
Now lets do all of Congress

**Shooter McGalvin** @ShooterMcGalvin · Dec

**Mark Anthony** @iamthemarka  
Who respects Donald Trump even i still vote for him in 2024? #Trump2  
6:46 PM · Dec 31, 2022

149 Views 5 Retweets 15 Likes

**FlaRedState** @FlaRedState

Vote Red Republicans  
#ElectionDay #RedWaveComing



11:51 AM · 8 nov. 2022

11 Retweets 58 J'aime

**Il Donaldo Trumpo** @PapiTrumpo  
LET'S GO!!! #TrumpAnnouncement



0:11 507.6K views

11:51 AM · Nov 16, 2022 - Twitter Web App

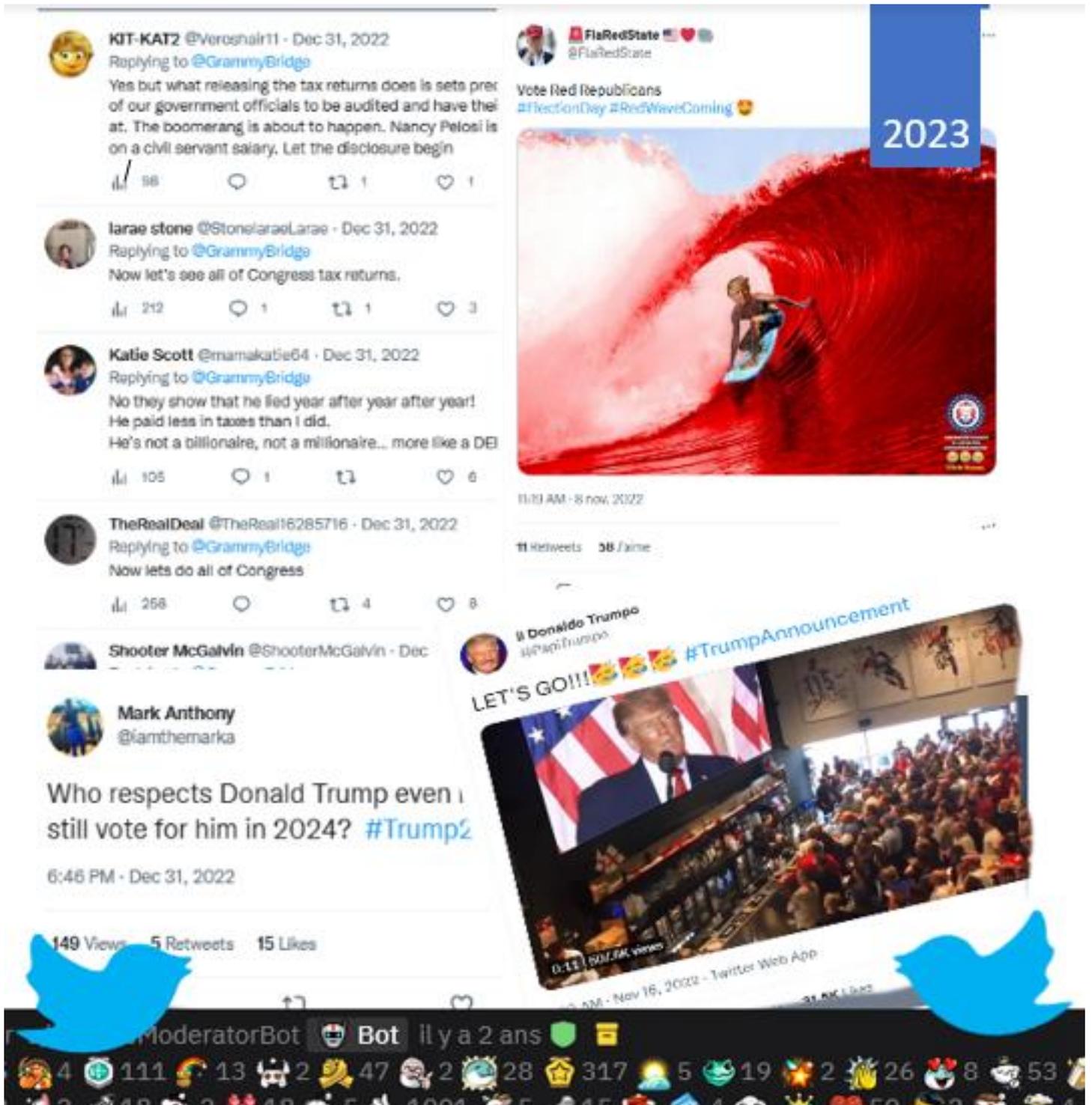
21.5K Likes

« COMPRENDRE COMMENT LES RSN INCITENT A L'ENGAGEMENT SOCIAL ET POLITIQUE »  
MEMOIRE DE M2 ECMA  
SOUS LA DIRECTION DU DR. GREGOIRE LACAZE  
PARCOURS : LINGUISTIQUE  
SESSION : JUIN 2023  
RODO SOPHIA

AMU – ALLSH. Département d'Études du Monde Anglophone  
LERMA – UR 853

Aix\*Marseille université  
Socialement engagée





« **COMPRENDRE COMMENT LES RSN INCITENT A L'ENGAGEMENT SOCIAL ET POLITIQUE** »  
**MEMOIRE DE M2 ECMA**  
**SOUS LA DIRECTION DU DR. GREGOIRE LACAZE**  
**PARCOURS : LINGUISTIQUE**  
**SESSION : JUIN 2023**  
**RODO SOPHIA**

**AMU – ALLSH. Département  
d'Études du Monde Anglophone  
LERMA – UR 853**

**Aix Marseille**  
**université**  
*Socialement engagée*

### ***Remerciements :***

Je remercie chaleureusement Monsieur Grégoire Lacaze pour m'avoir accompagné dans l'élaboration de ce mémoire de recherche ; projet qui n'aurait pu être possible sans sa précieuse aide. Son suivi régulier et ses conseils m'ont permis d'achever ce travail de fin d'année, dernière production de mes années de Master en filière ECMA. Je tiens également à adresser ma reconnaissance au membre du jury, Madame De Mattia-Viviès, qui a accepté de donner de son temps pour évaluer l'ensemble de ce dossier.



## Tables des matières

|  |         |
|--|---------|
| <b>Introduction</b> .....  | Page 6  |
| <br>   |         |
| <b>I. Se constituer un ethos numérique socialement et politiquement engagé sur les RSN</b>                                 |         |
| <br>   |         |
| <b>A. L'ETHOS SOCIAL lié aux EMOTIONS PERSONNELLES.</b>  |         |
| 1.1 – Le concept d'ethos social associé aux émotions personnelles.....   | Page 10 |
| 1.2 – Les émotions au sein des RSN : Du technobouton aux émojis.....   | Page 14 |
| 1.3 – Emotions et viralité.....  | Page 17 |
| 1.4 – Extimité et expression de la pensée.....   | Page 21 |
| <br>   |         |
| <b>B. Les outils linguistiques au service du TECHNOLANGAGE.</b>  |         |
| 2.1 – L'hybridité des <b>technomots</b> .....  | Page 23 |
| 2.2 – Le <b>tweet politique</b> : un sous-genre au cœur des débats.....  | Page 24 |
| 2.3 – L'exemple du <b>mot-dièse</b> .....  | Page 26 |
| <br>   |         |
| <b>C. Un nouvel instinct grégaire – le sentiment d'APPARTENANCE à une communauté.</b>                                      |         |
| 3.1 – Un <b>ethos numérique</b> tourné vers autrui.....  | Page 31 |
| 3.2 – Les <b>technogestes</b> : actions révélatrices des croyances.....  | Page 32 |
| 3.3 – La communauté comme <b>garde-fou</b> des valeurs.....  | Page 33 |
| <br>   |         |
| <b>II. La nature réticulaire des RSN – des lieux favorables aux échanges et à la prise d'action en communauté.</b>         |         |
| <br>   |         |
| <b>A. Mise en page des réseaux sociaux – des affordances et une présentation favorisant l'expression de l'utilisateur.</b> |         |
| 1.1 – Des plateformes pensées pour une diffusion continue de l'information.....  | Page 35 |
| 1.2 – Une mise en page addictive fondée sur un désir de reconnaissance.....  | Page 39 |
| 1.3 – L'utilisateur au sein d'une communauté – le CAPITAL SOCIAL au sein d'un groupe.....                                  | Page 45 |
| 1.4 – Mêmes politiques et expression citoyenne.....  | Page 48 |
| <br>   |         |
| <b>B. Des plateformes politiquement orientées – Comprendre comment une communauté politique se fonde sur un RSN.</b>       |         |
| 2.1 – Focalisation sur les <i>subreddits</i> ; des lieux d'échanges pensés pour rassembler des individus.....              | Page 52 |
| 2.2 – Le cas 4chan : quand l'anonymat favorise des discours extrêmes.....  | Page 56 |
| 2.3 – Question annexe : des RSN polarisés politiquement.....   | Page 60 |
| <br>   |         |
| <b>C. Exemples concrets de formes d'engagement politique.</b>  |         |

|   |         |
|---|---------|
| <b>3.1</b> – Quel sens donner à l’engagement politique – le débat sur le <i>slacktivism</i> ..... | Page 63 |
| <b>3.2</b> – La <b>circulation des idées</b> selon Pierre Bourdieu.....                           | Page 65 |
| <b>3.3</b> – Les <b>conséquences</b> de l’activisme en ligne dans la société.....                 | Page 67 |

### **III. Les potentiels dangers d’une modération défaillante – les revers de ces plateformes.**

#### **A. Risque de l’essor de discours extrêmes en ligne – Les effets de groupe, le biais cognitif et l’enfermement idéologique au sein d’une même communauté.**

|   |         |
|---|---------|
| <b>1.1</b> – L’impossibilité d’un dialogue entre communautés – les chambres d’écho.....             | Page 70 |
| <b>1.2</b> – Un refus des médias traditionnels pour une sélection personnelle des informations..... | Page 73 |
| <b>1.3</b> – Les dangers de la désinformation sur les RSN.....                                      | Page 75 |

#### **B. Les défis liés à la désinformation.**

|   |         |
|---|---------|
| <b>2.1</b> – Trouver la bonne position : éduquer les usagers au fact checking.....                              | Page 81 |
| <b>2.2</b> – Des RSN dont il faut parfois se méfier : intérêts financiers et manipulation de l’information..... | Page 84 |
| <b>2.3</b> – Nouveaux enjeux pour l’avenir : Usage de bots, IA et désinformation.....                           | Page 86 |

#### **C. Une modération faillible pour des espaces numériques gigantesques.**

|  |         |
|--|---------|
| <b>3.1</b> – Une modération faillible.....                       | Page 93 |
| <b>3.2</b> – Justifier la censure et la modération en ligne..... | Page 94 |

|                         |         |
|-------------------------|---------|
| <b>Conclusion</b> ..... | Page 95 |
|-------------------------|---------|

|                            |         |
|----------------------------|---------|
| <b>Bibliographie</b> ..... | Page 97 |
|----------------------------|---------|

## Introduction

"Social media does bring a great opportunity for open interaction in our democracy and greater means and impetus to participate." - Gainous, Jason and Wagner, Kevin. M. *Tweeting to Power. The Social Media Revolution in American Politics*. Oxford University Press (2014). p159, lignes 25-26.

Les réseaux socionumériques, plus généralement connus sous l'abréviation RSN, restent des plateformes relativement récentes. Pourtant, presque vingt ans après leur création, leur popularité n'a cessé de croître ; ainsi, ils continuent d'attirer de nouveaux utilisateurs en quête d'échanges et d'interactions au sein d'espaces familiers qui ont intégré leur quotidien. Si aujourd'hui Facebook doit se défendre face à l'arrivée d'une rude concurrence, la plateforme reste néanmoins le RSN le plus populaire en 2023 grâce à ses 2,958 milliards d'utilisateurs actifs<sup>1</sup>. YouTube le talonne à la seconde place avec 2,2 milliards d'utilisateurs, WhatsApp occupe la troisième place (2 milliards), suivi par Instagram (2 milliards) et TikTok qui occupe la cinquième place du classement en dépit de son jeune âge avec un peu moins d'un milliard d'utilisateurs actifs<sup>2</sup>. Ces chiffres qui impressionnent révèlent l'existence d'une véritable culture numérique. Aujourd'hui, peu nombreuses sont les personnes qui ne disposent pas d'un profil en ligne, pourtant cela n'a pas toujours été une évidence. Cette situation est le fruit d'un processus graduel qui s'est opéré sur plusieurs années et qui a su convaincre une population jeune à la recherche de nouveaux médias favorisant leur expression personnelle.

Comme le rappellent Jason Gainous et Kevin M. Wagner, deux professeurs spécialisés dans l'étude des sciences politiques, le développement de l'empire que représente Facebook s'est effectué à une époque où l'utilisation d'Internet était beaucoup moins répandue que maintenant<sup>3</sup>. Pour reprendre les mots d'Aaron Smith, la période couvrant les années 2004 à 2008 représentait « le stade de l'enfance » (*Infancy*) du net et des RSN<sup>4</sup>.

Créé le 4 février 2004, la plateforme ne possédait au départ qu'une audience d'un million d'utilisateurs

---

<sup>1</sup> Alcouffe, Etienne. « Chiffres Facebook : 50+ statistiques à connaître en 2023. » *Junto*. Publié le 15 février 2023.

<https://junto.fr/blog/facebook-chiffres-2023/>

<sup>2</sup> Walsh, Shelley. "The Top 10 social media sites and platforms 2022." *Search Engine Journal*. Published on May 30<sup>th</sup> 2022.

<https://www.searchenginejournal.com/social-media/biggest-social-media-sites/>

<sup>3</sup> Gainous, Jason and Wagner, Kevin. M. *Tweeting to Power. The Social Media Revolution in American Politics*. Oxford University Press; 2014.

<sup>4</sup> Smith, Aaron. "The Internet's role in Campaign 2008." *Pew Internet & American Life Project (Pew Research Centre)*. April 2009

<https://www.pewresearch.org/internet/2009/04/15/the-internets-role-in-campaign-2008/>

actifs<sup>5</sup>. En 2005, Facebook avait réussi à multiplier par 6 son nombre d'utilisateurs quotidiens. Toutefois, il faut se focaliser sur la période qui sépare 2005 à 2008 pour comprendre à quel point les réseaux sociaux ont connu une croissance rapide<sup>6</sup>. En seulement quatre ans, Facebook est passé de 6 millions d'utilisateurs à 100 millions d'actifs. Un an plus tard, ce chiffre avoisinait les 242 millions de comptes connectés régulièrement. Pour Smith, entre 2004 et 2008 la présence en ligne globale des internautes, tous réseaux confondus, a quadruplé<sup>7</sup>. Les années qui ont suivi après 2008 restent également un exemple intéressant dans l'étude de l'implantation des réseaux sociaux au sein de notre quotidien. Si l'on se penche sur le contexte culturel et politique américains, l'année 2008 représentait un moment-clé dans le cadre des élections présidentielles. Ces dernières opposaient le démocrate Barack Obama au républicain John McCain. Du point de vue de ce mémoire, l'aspect important que je souhaite souligner ici est la façon dont les jeunes citoyens américains se sont appropriés les RSN pour faire valoir leur voix dans un contexte politique. L'étude publiée par Smith en 2009 démontre que 74% des internautes Américains étaient actifs en ligne lors de la campagne présidentielle. Plus encore, 60 % d'entre eux s'étaient volontairement renseignés sur les programmes des candidats et avaient lu, partagé ou commenté des publications en lien avec l'actualité. Cette nouvelle population accoutumée au numérique, jeune et soucieuse d'être informée, a contribué à la grande mobilisation démocrate qui a entraîné la victoire d'Obama. Très vite les chercheurs ont vu un lien entre l'usage des RSN et la participation politique : les citoyens pouvaient, à partir d'un ordinateur, s'engager dans des collectes de dons, partager des informations, mobiliser leur entourage et influencer la base électorale. Quatre ans plus tard un scénario similaire se répétait, Barack Obama était opposé au républicain Mitt Romney. Le contexte était différent cependant : les activités en ligne s'étaient popularisées et chaque parti avait conscience du potentiel que renfermait l'usage des RSN. Il est estimé en 2012 que 92% des Américains possédaient au moins un compte en ligne ou que ces derniers fréquentaient régulièrement certaines plateformes<sup>8</sup>.

Au fil des années il y a donc bien eu la naissance d'un nouvel intérêt pour les RSN, ces derniers n'étaient plus seulement considérés comme des lieux de divertissements et d'échanges informels, mais également comme des espaces politiques accessibles aux citoyens. Cette considération reste toute

---

<sup>5</sup> Gautier, Vincent. « Facebook, 13 ans, deux milliards d'utilisateurs : l'histoire d'une croissance folle. » Le Parisien. Publié le 28 juin 2017.

<https://www.leparisien.fr/high-tech/facebook-13-ans-deux-milliards-d-utilisateurs-l-histoire-d-une-croissance-folle-28-06-2017-7094229.php>

<sup>6</sup> Ibid.

<sup>7</sup> Smith, Aaron. "The Internet's role in Campaign 2008." *Pew Internet & American Life Project (Pew Research Centre)*. April 2009

<https://www.pewresearch.org/internet/2009/04/15/the-internets-role-in-campaign-2008/>

<sup>8</sup> Ibid.

aussi valable en 2023. Actuellement, nous n'avons jamais passé autant de temps sur les réseaux sociaux. De 2008 à 2009 les Américains passaient en moyenne 6 heures par mois<sup>9</sup> sur les RSN, désormais le citoyen moyen consacre 2h 30 à ces plateformes par jour<sup>10</sup>.

Avec l'arrivée de nouveaux usagers au fil du temps, le profil de l'utilisateur politiquement engagé s'est démocratisé. Il est désormais possible de rencontrer des acteurs de cette nouvelle forme d'activisme 2.0 en quelques clics. Joel Penney, dans son livre *The Citizen Marketer*<sup>11</sup>, qualifie ce phénomène comme une nouvelle forme d'activisme politique qui doit être différenciée du « clicktivism » ou du « slacktivism. » Ces notions sont souvent négativement connotées et renvoient à un activisme politique se limitant à quelques techno-gestes (partager une pétition, signaler son intérêt pour une cause, suivre un groupe orienté politiquement, etc...) Elles demandent peu d'effort de la part de l'utilisateur et sont critiquées pour avoir une portée limitée : de ce fait le « slacktivism » est généralement présenté comme opposé à l'activisme traditionnel.

Les RSN sont devenus des espaces où les discours politiques côtoient l'engagement social, l'expression personnelle des citoyens et des lieux d'enjeux pouvant mener à des actions concrètes. Pour ces raisons, il serait dommage de restreindre leur potentiel à ces idées reçues.

C'est au sein de ce contexte particulier que s'ancre ce mémoire. J'aimerais étudier, à travers ce travail de recherche et un corpus de tweets sélectionnés dans le cadre des élections de mi-mandat américaines, la façon dont les RSN incitent leurs usagers à s'engager socialement et politiquement. Grâce à une analyse linguistique des discours tenus en ligne, il s'agirait ici de comprendre comment l'expression des émotions et des opinions individuelles participe à l'élaboration d'un profil politique. En plus de l'intérêt linguistique que je porte à ces travaux, je souhaiterais aussi souligner les facteurs psychologiques qui expliquent parfois les comportements des usagers et leurs réactions face à certaines publications. Par la richesse de ce sujet, je considère que ce mémoire offre plusieurs approches dans l'analyse – c'est pour cette raison que je m'engage dans la rédaction de cette réflexion. Les RSN sont des plateformes faciles d'accès, chacun d'entre nous à la possibilité d'être acteur ou spectateur des échanges qui s'effectuent en ligne : en réalité nous le faisons quotidiennement d'une manière inconsciente. En mettant la lumière sur la logique des dynamiques qui animent les réseaux sociaux, j'aspire à mieux comprendre comment s'établissent une identité en ligne (par la notion de l'ethos social) et les mécanismes cachés derrière le partage de l'information, moteur de la recherche et des sciences humaines.

---

<sup>9</sup> Gainous, Jason and Wagner, Kevin. M. *Tweeting to Power. The Social Media Revolution in American Politics*. Oxford University Press (2014). p1, line 5.

<sup>10</sup> Dixon, S. "Daily time spent on social networking by internet users worldwide from 2012 to 2022." *Statista*. Published on August 22nd, 2022.

<https://www.statista.com/statistics/433871/daily-social-media-usage-worldwide/>

<sup>11</sup> Penney, Joel. *The Citizen Marketer: Promoting Political Opinion in the Social Media Age*. NY: Oxford University Press, 2017.

De ce fait, divers points seront abordés tels que : la représentation du « soi » en ligne en lien avec le concept de l'ethos social, la circulation des idées et de l'information au sein d'un contexte numérique, la modération et les politiques internes propres à chaque plateforme, les codes de l'activisme repensés mais également d'autres sujets bien plus délicats qui mèneront à des enjeux futurs. Le problème de l'enfermement idéologique, la désinformation et l'essor de discours extrêmement polarisés seront également étudiés. Ils mèneront à des questions annexes abordés sous le prisme du langage, de la forme et des interactions humaines par le biais du partage de l'information.

Toutes ces idées chercheront à répondre à l'interrogation de départ qui constitue le fil rouge de cette argumentation : *de quelle façon les RSN favorisent-ils la diffusion de profils et de discours politiquement et socialement engagés ? Et, dans la logique de cette première interrogation, quelles sont les conséquences concrètes de leurs actions en ligne ?*

Pour cela, le mémoire sera divisé en trois axes. La première partie sera principalement consacrée à l'analyse du corpus de tweets associé au concept de l'ethos social : son but premier sera d'établir un lien entre l'expression des émotions et la constitution d'un discours politique. La seconde partie sera centrée sur la nature même des RSN et leur mise en page, elle permettra de comprendre les interactions qui lient le « moi » à une communauté dans un contexte numérique démocratique. Enfin, le dernier axe traitera des dangers potentiels à ne pas négliger tels que l'essor de discours extrêmes, la désinformation et la modération faillible des grandes plateformes.

En ce qui concerne le corpus de tweets politiques, ce dernier se compose de 130 captures d'écran de tweets politiques prises dans le contexte des élections de mi-mandat aux États-Unis ; elles ont été sélectionnées lors de la période allant du 5 novembre 2022 jusqu'au 2 janvier 2023 afin de donner un panorama plus représentatif des échanges sur Twitter. Ce contexte, connoté politiquement chez les Américains, aura permis de récolter les opinions des citoyens concernés par les élections et leurs points de vue respectifs sur la nécessité de voter.

Afin de mieux délimiter le sujet et de pouvoir choisir du contenu pertinent les mots-dièse suivants ont été recherchés : #Elections2024 #USElections #RedWave #BlueWave#Trump2024 #Biden2024 #RedWaveComing #BlueWaveComing #VoteBlueToday #ElectionDay #Midterms2022 #Trump #Biden #MAGA.

La liste n'est pas exhaustive, certains mots-dièse ludiques, purement inventés ou reprenant des opinions d'utilisateurs ont été aussi pris en compte lors de la sélection des commentaires (exemple : #YouCantStopWhatsComing ou #TrumpWasRightAboutEveything.)

Le corpus, qui servira de base au sein du premier axe, sera étudié dans un cadre linguistique. Il donnera des exemples concrets sur les différents usages du discours numérique et de ce qu'il représente

dans son « écosystème<sup>12</sup> » propre au fil de la discussion auquel il appartient. À cela viendra s'ajouter une analyse des différentes réactions des usagers, ces dernières pourront mener à une analyse plus détaillée si elles apportent une plus grande dimension à la compréhension du contexte dans lequel elles s'inscrivent (par exemple : une colère « justifiée » d'un Républicain face à une victoire démocrate.) Les questions des émotions et du public ciblé seront également traités, ainsi on se demandera quelle est la finalité de chaque tweet. On s'attendra néanmoins à trouver au sein de ce corpus différents comportements, certains usagers pourront afficher :

- a) une volonté de revendiquer leur appartenance politique aux yeux de la communauté.
- b) une volonté d'exprimer leurs opinions et leurs valeurs sans attendre obligatoirement un retour positif de la communauté – ce cas sera plus centré sur les réactions à vif face à un évènement.
- c) une volonté d'échanger sur un sujet donné, de dialoguer avec la communauté ou de s'informer sur l'actualité.
- d) une volonté de partager du contenu avec ou sans ajout de commentaire.

Ces points ne sont que des suppositions, ils représentent l'horizon d'attente de l'étudiant dans l'étude de ces « tweets politiques » (Julien Longhi), ils devront par la suite être validés ou rejetés.

L'analyse du corpus s'effectuera au moyen de notions empruntées à la communauté de chercheurs s'étant penchés sur la question des RSN et de leurs études. Les travaux de Marie-Anne Paveau, de Julien Longhi, de Dominique Maingueneau et de Grégoire Lacaze ainsi que d'autres sources extérieures seront utilisés afin d'alimenter la réflexion derrière l'analyse linguistique des tweets mentionnés.

Enfin, avant de pouvoir aborder la première partie de ce mémoire il reste important de rappeler que ce corpus possède une portée limitée. Ces analyses serviront principalement à illustrer des réactions et un langage propres au contexte numérique des RSN. Pour cette raison, l'enrichissement de cette étude par l'emprunt de concepts reconnus semble une bonne solution pour pallier de potentiels écueils. Aussi, bien qu'un effort ait été fait pour choisir le plus objectivement possible autant de tweets démocrates que Républicains, il est possible que certains exemples soient imparfaits en raison d'une décision humaine. J'ai conscience que ce sujet, du fait de sa nature politique, peut mener à d'éventuelles controverses. De ce fait, je m'engage à adopter une position critique et objective lors de mes analyses linguistiques.

#### A 1.1 – *L'ETHOS SOCIAL lié aux EMOTIONS PERSONNELLES.*

---

<sup>12</sup> Terme emprunté à Marie-Anne Paveau, il sera utilisé et expliqué plus en détail lors de l'analyse du corpus. Paveau, Marie-Anne. « Technodiscursivités natives sur Twitter. Une écologie du discours numérique », *Epistémè : revue internationale de sciences humaines et sociales appliquées*. 2013, pp.139-176. <https://hal.science/hal-00859064>

On estime qu'environ 500 millions de tweets sont publiés par jour sur la plateforme<sup>13</sup>. Chaque publication porte en elle une finalité distincte – telle qu'informer, partager ou échanger avec une communauté – toutefois, la majorité de ces tweets possèdent un point commun : ils expriment à travers leur composante langagière des indices identitaires sur le profil de leurs utilisateurs. Sur les RSN, la subjectivité domine au sein du (techno-)langage<sup>14</sup> ; de ce fait, elle doit être considérée lors d'une analyse linguistique sur un corpus donné.

Ainsi, il est nécessaire de présenter la notion « d'ethos », un concept-clef qui sera repris maintes fois lors de ce travail de recherche, pour appuyer le lien qui unit le discours numérique à l'identité des usagers. Il est difficile de cerner cette notion en une simple définition ; de nombreux chercheurs se sont penchés sur ce concept et ont souligné sa nature complexe. D'un point de vue pragmatique, un choix a été fait de le présenter à travers une définition kaléidoscopique, basée sur les travaux de nombreux chercheurs, afin de mieux exploiter sa nature polysémique lors des analyses du corpus. Dans un premier temps, Ruth Amossy aborde cette notion en l'associant à une « présentation de soi »<sup>15</sup>. Consciemment ou non, les individus adaptent leurs comportements, leurs rhétoriques et gestuelles afin de mieux s'intégrer au sein d'un groupe. La « présentation de soi » se façonne à travers la parole (le *logos*) ou par le biais d'une « communication non-verbale » ; dans tous les cas, elle est supposée consolider l'identité et la singularité d'un individu dans la société. La thèse d'Amossy est très proche de celle présentée par le sociologue Erving Goffman<sup>16</sup>. Selon ce dernier, dans son livre *La Mise en scène de la vie quotidienne (The Presentation of Self in Everyday Life)*, « la présentation de soi » de chaque individu varie selon le cadre et les relations qui l'entourent à un moment donné.

*“That part of individual's performance which regularly functions in a general and fixed fashion to define the situation for those who observe the performance. Front, then, is the expressive equipment of a standard kind intentionally or unwittingly employed by the individual during his performance.” (p.22)*

Ainsi, un individu n'adoptera pas le même comportement s'il est en présence de ses collègues de travail, de ses amis proches ou de sa famille. Il en va de même sur les réseaux sociaux numériques. Pour Amossy et Goffman, la notion « d'ethos » va de pair avec l'idée d'effectuer une performance, de la

---

<sup>13</sup> Coëffé, Thomas. « Chiffres Twitter – 2022 » *BlogDuModerateur*. Publié le 20 mai 2018 ; Mis à jour le 1er mars 2022. <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-twitter/>

<sup>14</sup> *Technolangage*. Terme, concept emprunté à Marie-Anne Paveau. Le choix a été fait de le noter de cette façon car le terme n'a pas encore été correctement introduit et présenté dans l'analyse. Ainsi, en mettant l'accent sur le préfixe, il est possible d'en deviner le sens en dépit du manque de contexte.

Paveau, Marie-Anne. « Technodiscursivités natives sur Twitter. Une écologie du discours numérique », *Epistémè : revue internationale de sciences humaines et sociales appliquées*. 2013, pp.139-176. <https://hal.science/hal-00859064>

<sup>15</sup> Amossy, Ruth. *La présentation de soi. Ethos et identité verbale*. Presses Universitaires de France, 235 pages. 2010

<sup>16</sup> Goffman, Erving. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Bantam. 1959.

même façon qu'un acteur interpréterait un rôle, la projection d'une certaine identité peut être consciemment manipulée. Shakespeare lui-même exprime cette idée dans la scène deux, de l'acte sept de la célèbre pièce *Comme il vous plaira* (*As you like it*) : « Le monde entier est un théâtre, Et tous, hommes et femmes, n'en sont que les acteurs » ("*All the world's a stage, and all the men and women merely players.*")

Souvent, ces choix délibérés sont motivés par la volonté de ne pas se conformer à certains stéréotypes ou d'échapper à un jugement sociétal. Comme l'indique Séverine Hutin en reprenant les points saillants de l'argumentation d'Amossy : le locuteur a conscience « [...] des fonctions sociales et politiques du stéréotypage de l'ethos<sup>17</sup>. » De ce fait, l'image qu'il va projeter de lui va reposer sur plusieurs facteurs tels que « [...] [la] catégorisation identitaire, [les] enjeux de domination<sup>18</sup> et [les] luttes de pouvoir<sup>19</sup>. » Selon certaines idées reçues ou raccourcis présents au sein de l'imaginaire collectif, l'individu pourra faire le choix de rejeter ou d'adopter certaines valeurs afin de consolider l'identité qu'il revendique<sup>20</sup>.

Si l'on se penche sur les travaux de Maingueneau (2002<sup>21</sup> ; 2014<sup>22</sup>), il est possible de constater que « l'ethos » est un concept ancien remontant à Aristote. Le philosophe le définit comme étant une construction sociétale, il englobe les habitudes et le caractère d'un locuteur<sup>23</sup>, et est fortement lié au comportement singulier d'un individu. De par sa nature, il est associé au pathos (les passions, les émotions), et s'oppose à la raison représentée par le logos<sup>24</sup>. Néanmoins, « l'ethos » se doit d'être manipulé par le locuteur afin d'attirer les bons sentiments de son auditoire. De la même façon que Cicéron vantait la nécessité de la rhétorique en alliant raison (logos) et affects (pathos), « l'ethos » use de sa subjectivité dans le langage avec l'objectif de bénéficier d'une *captatio benevolentiae*. Aussi, Maingueneau effectue dans ses écrits une distinction entre « l'ethos dit » et « l'ethos montré<sup>25</sup>. » *L'ethos dit* renvoie littéralement à « ce que le locuteur dit de lui-même » tandis que le *l'ethos montré* se focalise sur la subjectivité de l'usager exprimée à travers sa « manière d'énoncer ». Ces deux ethos distincts peuvent renforcer ce qui a été exprimé ou au contraire apporter de la discordance. Il arrive parfois que

---

<sup>17</sup> Equoy Hutin, Séverine. « Ruth Amossy, La présentation de soi. Ethos et identité verbale », *Semen*, 31 | 2011, 196-199.

<sup>18</sup> Référence aux thèses Bourdieusiennes. Voir ses travaux sur le Capital et les principes de domination des différentes classes sociales.

<sup>19</sup> Ibid, voir référence 5.

<sup>20</sup> Vergopoulos, Hécate. « La présentation de soi. Ethos et identité verbale. AMOSSY, Ruth, 2010, PUF, 235 p. », *Communication & langages*, vol. 167, no. 1, 2011, pp. 143-144.

<sup>21</sup> Maingueneau, Dominique. « Problèmes d'ethos », *Pratiques* 2002. 113, 55-68.  
[https://www.persee.fr/doc/prati\\_0338-2389\\_2002\\_num\\_113\\_1\\_1945](https://www.persee.fr/doc/prati_0338-2389_2002_num_113_1_1945)

<sup>22</sup> Maingueneau, Dominique. « Retour critique sur l'ethos », *Langage et société*, vol. 149, no. 3, 2014, pp. 31-48.

<sup>23</sup> Wikipedia. Page – « Ethos » 2023. Page dernièrement modifiée le 16 janvier 2023.  
<https://fr.wikipedia.org/wiki/Ethos>

<sup>24</sup> Lacaze, Grégoire. « La (re)construction d'un ethos discursif dans les énoncés au discours direct : la subjectivité à l'œuvre ». *Études de Stylistique Anglaise* ; v11. 2017, p. 83-112

<sup>25</sup> Maingueneau, Dominique. « Retour critique sur l'ethos », *Langage et société*, vol. 149, no. 3, 2014, pp. 31-48.

*l'ethos montré* vienne contredire ce que l'utilisateur souhaite transmettre de lui-même. L'ethos est une notion qui ne peut être figée, il renvoie toujours à plusieurs formes d'identité. Il existe également un « ethos prédiscursif<sup>26</sup> » fondé sur les stéréotypes et les idées reçues de l'interlocuteur qui va établir une image de l'utilisateur avant que celui-ci ne prenne la parole ou n'interagisse avec ce premier. Afin de restreindre les exemples, le point qu'il faut accentuer ici est que la nature multiple de l'ethos complexifie son analyse. « L'ethos social » ou sociétal d'un individu ne sera pas forcément le même que son « ethos numérique » : les éthè divergent d'un contexte à l'autre.

Ce point est d'ailleurs abordé par Laurence Rosier qui défend la nécessité de restreindre l'analyse du « corpus numérique » au cadre auquel il appartient. Dans son article, intitulé la « Reconfiguration des formes canoniques du discours rapporté au milieu numérique », Laurence Rosier rappelle l'importance du cadre numérique (en tant qu'hyperénonciateur<sup>27</sup>) dans la mise en scène d'une « persona<sup>28</sup> » en ligne. Qui plus est, « l'écosystème<sup>29</sup> » (Paveau) des RSN participe à cet ancrage de « l'ethos numérique » dans un cadre bien précis. Les contacts sur Twitter ou les « amis » Facebook communiquent des indices identitaires sur l'utilisateur, l'entourage auquel il s'identifie ou encore le type de profils avec lesquels il favorise l'interaction. Plus encore, pour reprendre l'analyse de l'ethos dans un cadre numérique, Marie-Anne Paveau met en lumière l'importance de l'étude d'une page de profil sur les réseaux sociaux<sup>30</sup>. (a) La présentation de cette-dernière, (b) la photo de profil, (c) le pseudonyme, (d) la description, (e.) la liste de contacts/les communautés associés, (f) les centres d'intérêts ainsi que le (g) (techno-)discours tenu sur la page de l'utilisateur offrent des informations considérables sur l'identité de la personne présentée<sup>31</sup>. Dans le cadre de ce corpus, certains profils ont été retenus comme cas d'étude grâce à la myriade d'informations que leur page personnelle dévoilait sur leur ethos numérique. Enfin, avant de clore cette vaste définition qui vient ouvrir ce mémoire, Bernie Hogan<sup>32</sup>, docteur diplômé de l'Université d'Oxford, a lui-même exposé dans un séminaire l'importance de l'usage des pseudonymes sur internet comme affirmation d'une identité propre aux RSN. Ce point, abordé ici brièvement, sera développé un peu plus loin dans cette analyse.

Le concept d'ethos numérique présenté ici reprendra les points exposés précédemment, il s'attardera

---

<sup>26</sup> Ibid.

<sup>27</sup> Concept emprunté à Maingueneau – Il sera développé dans une autre sous-partie.

<sup>28</sup> Rosier, Laurence. « Reconfigurations des formes canoniques du discours rapporté en milieu numérique : quelques exemples remarquables de discours directs », E-rea [Online]. 15 juin 2020.

« Persona » : Ici à comprendre en tant que « masque » / « rôle » qu'un usager jouerait, comme au théâtre.

<sup>29</sup> Paveau, Marie-Anne. « Ce qui s'écrit dans les univers numériques », Itinéraires [En ligne], 2014-1 | 2015, mis en ligne le 12 janvier 2015, consulté le 21 avril 2023.

<http://journals.openedition.org/itineraires/2313> DOI : <https://doi.org/10.4000/itineraires.2313>

<sup>30</sup> Paveau, Marie-Anne. « Technodiscursivités natives sur Twitter. Une écologie du discours numérique », *Epistémè : revue internationale de sciences humaines et sociales appliquées*. 2013, pp.139-176.

<sup>31</sup> Ibid.

<sup>32</sup> Dr. Hogan, Bernie. "Must everyone know who everyone else is? Pseudonyms, proper names, and local accountability" *International Seminar on Social Media Discourse Analysis* [On "Laboratoire LERMA" YTB channel.] Video published on 28th February 2023. <https://www.youtube.com/watch?v=mtMRW74fHFM>

également sur le lien évoqué par Aristote dans la rhétorique grecque unissant ethos, pathos et logos. Dans le corpus de tweets étudiés, l'affect et les émotions ressortent dans le discours des usagers, cette subjectivité présente dans les publications Twitter participe à l'élaboration d'un profil engagé. Il s'agit du second sous-point de cette présentation.

A. 1.2 – *Les émotions au sein des RSN : Du technobouton<sup>33</sup> aux emojis<sup>34</sup>.*

Les émotions, que l'on qualifiera parfois d'affects, sont présentes sous de multiples formes. Par exemple, elles peuvent s'inscrire dans le paysage numérique aux moyens de « réactions » rendues possibles par les affordances qu'offrent les technoboutons des réseaux sociaux. Un « technobouton », terme composé du préfixe techno- et du mot bouton, renverrait à des symboles avec lequel l'utilisateur peut interagir. Sur Twitter, ils servent à aimer, partager, retweeter, commenter ou enregistrer des publications. Ces derniers contribuent au caractère « hybride<sup>35</sup> » des RSN puisqu'ils enrichissent le discours en ajoutant des signes et des composants non-verbaux à l'ensemble du corpus.

L'utilisateur peut, en un simple clic, ajouter une « réaction », un giph, une image, un montage alliant texte et visuel ou même un emoji pour traduire sa pensée. Dans le cadre de notre étude, ces réactions donnent de précieux renseignements sur les croyances et valeurs d'un individu.

Les emojis occupent une place importante en tant que composants non-langagiers grâce à leurs nombreux avantages. Universellement identifiables et faciles d'utilisation, ils permettent de capturer les intentions de deux interlocuteurs en mettant en scène des émotions ou des concepts représentés sous formes de symboles. Sur des réseaux comme Twitter, Facebook ou TikTok largement utilisés par des usagers de toutes nationalités, ils effacent la barrière de la langue en résumant le plus simplement possible la pensée exprimée. Ainsi, l'usage d'un cœur (❤️) en dessous d'une publication exprimera le soutien ou une autre émotion tout aussi positive. À l'inverse, un smiley dépeignant une expression faciale associée à la colère (😡) marquera une opposition contre un destinataire identifié ou renverra à

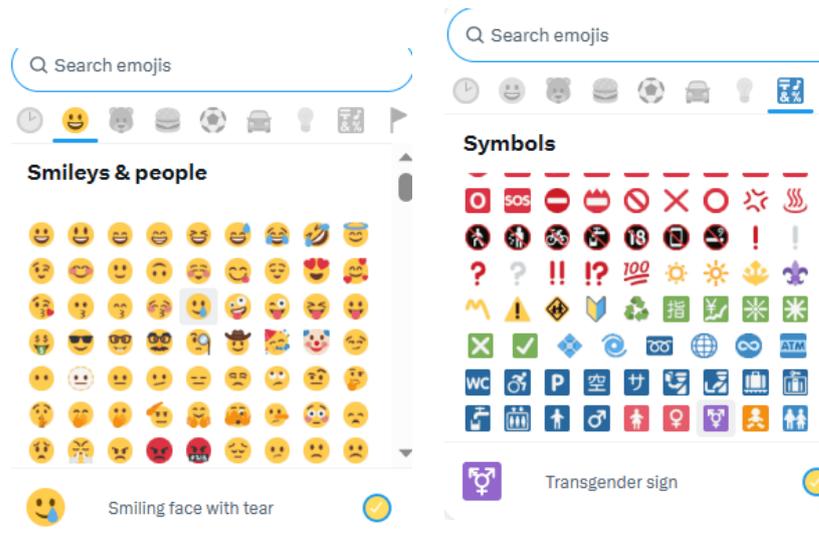
---

<sup>33</sup> Terme reprenant les néologismes de Marie-Anne Paveau, associant le préfixe (techno-) à un mot existant pour le recontextualiser dans un cadre numérique.

<sup>34</sup> Paveau considère les emojis comme des « technosignes » - Il ne faut pas confondre le technobouton qui permet de réagir et le « technosigne » qui est le résultat de cette action.

<sup>35</sup> Reprise du terme employé par Laurence-Rosier pour désigner la nature multimodale des RSN.

des émotions négatives.



En plus de leur facilité d'utilisation les émojis sont directement accessibles depuis le clavier virtuel. Les usagers peuvent en un clic les inclure depuis leur portable ou leur ordinateur en tapant leur message. L'ajout d'émojis représentant des concepts, des fêtes religieuses ou des notions abstraites favorisent leurs inclusion dans les débats en ligne. Leur visibilité contribue à leur influence dans la sphère publique.

Il est nécessaire de faire la distinction entre un émoji et un émoticon, bien que ceux-ci remplissent des fonctions similaires, ils diffèrent dans leurs présentations. Selon l'encyclopédie Britannica<sup>36</sup>, un émoji est toujours représenté à travers un symbole, un smiley ou un pictogramme semblable accessible depuis un clavier virtuel. A l'inverse, les émoticons, bien plus anciens et autrefois privilégiés pour l'envoi de sms, sont rédigés au moyen de la ponctuation et des signes du clavier.

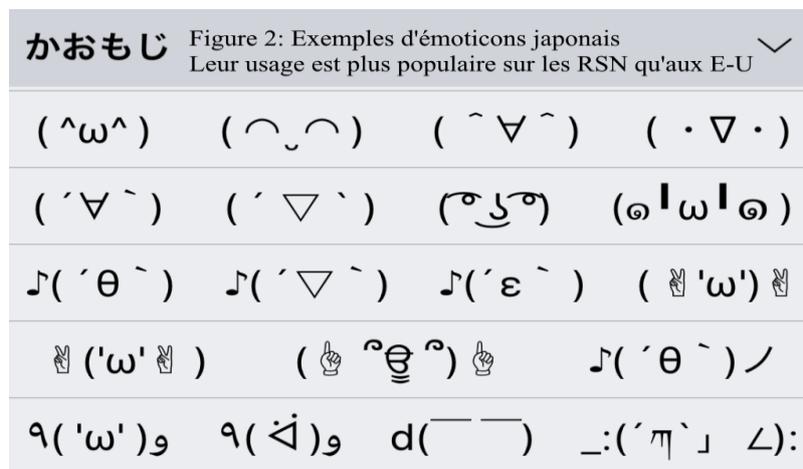
|       |            |       |          |
|-------|------------|-------|----------|
| 😊 :-) | Smile      | 😬 :-/ | Unsure   |
| 😞 :-  | Frown      | 😭 :-( | Cry      |
| 😜 :-P | Tongue     | 😈 3:) | Devil    |
| 😄 :-D | Grin       | 😇 O:) | Angel    |
| 😲 :-O | Gasp       | 😘 :-* | Kiss     |
| 😉 :-) | Wink       | ❤️ <3 | Heart    |
| 👓 B-) | Glasses    | 😜 ^_^ | kiki     |
| 🕶 B-  | Sunglasses | 😏 -_- | Squint   |
| 😡 >:) | Grumpy     | 😵 O.o | Confused |



Figure 1: Différences entre les émojis (symboles/dessins) et les émoticons (réalisés grâce à la ponctuation et les signes du clavier.)

SOURCE de la capture d'écran : Exemple TS 6.1 (Twitter Screenshot) tiré du corpus. (Lien désormais invalide mais conservé dans le cadre de cette analyse.) <https://twitter.com/PapiTrumpo/status/1587564725499580421>

<sup>36</sup> Grannan, Cydney. "What's the Difference Between Emoji and Emoticons?" *Encyclopedia Britannica*. Last visited on April 2023. <https://www.britannica.com/story/whats-the-difference-between-emoji-and-emoticons>



Ils ont perdu en popularité ces dernières années et ont été graduellement remplacés par les émojis. D’après un article du Monde<sup>37</sup> publié en 2022, leur usage s’est largement développé à partir des années 2000. Il est estimé que 92% des internautes les utilisent régulièrement, ce qui se traduirait par un chiffre avoisinant les 5 milliards d’émojis envoyés par jour<sup>38</sup>. Sur Twitter, les émojis les plus populaires sont (a) 😂 le smiley riant aux larmes, (b) 🤪 le smiley se tordant de rire et (c) 🥲 le smiley larmoyant<sup>39</sup>. En plus de renvoyer à des émotions primaires connues de tous, les émojis ont su trouver leur place sur les RSN grâce à la nuance qu’ils apportent dans un discours.

Comme l’explique Grégoire Lacaze (2022<sup>40</sup>) les « [...] emojis sont des marques fortes d’expressivité émotionnelle<sup>41</sup> », ils permettent d’éviter une potentielle ambiguïté dans la tonalité du discours en précisant le sentiment du locuteur. Tout en reprenant les propos de P. Halté, il met l’emphase sur leur capacité à introduire des mimiques, propres au langage corporel, dans un cadre dominé par le langage écrit. Ce point, accentue une fois de plus, l’hybridité des réseaux ainsi que leur nature multimodale. Toutefois, il peut arriver que le sens d’un emoji puisse changer d’une publication à l’autre. Un emoji larmoyant 🥲 peut être compris au (a) premier degré et exprimer la tristesse ou au contraire (b) illus-

<sup>37</sup> Cini, Clara. “How emojis became a political language of symbols” *Le Monde*. Published on December the 3<sup>rd</sup>, 2022. [https://www.lemonde.fr/en/pixels/article/2022/12/03/howe-emojis-became-a-political-language-of-symbols\\_6006472\\_13.html](https://www.lemonde.fr/en/pixels/article/2022/12/03/howe-emojis-became-a-political-language-of-symbols_6006472_13.html)

<sup>38</sup> Ibid.

<sup>39</sup> Ahmad, Irfan. “The most popular emojis on Twitter (and why we love using them!)” *Digital Information World*. Published on May 25<sup>th</sup>, 2022. <https://www.digitalinformationworld.com/2022/05/the-most-popular-emojis-on-twitter-and.html>

<sup>40</sup> Lacaze, Grégoire. « L’exploitation de la plurisémiotité et des affordances numériques dans les interactions verbales des lives TikTok. » *8e Congrès Mondial de Linguistique Française*. Juin 2022, Orléans, France.

<sup>41</sup> Ibid.

trer une moquerie et la consternation. De même, leur position en fin de phrase, semblable à une ponctuation, doit être prise en compte. Elle vient généralement compléter le sens du message original ou au contraire opérer un renversement des attentes du lecteur en révélant une tonalité ironique ou polémique. Dans un contexte américain, opposant les républicains aux démocrates, certains émojis peuvent avoir une légère différence de sens<sup>42</sup>, comme le drapeau américain associé à des valeurs propres à chaque parti. Néanmoins, ces différences sont moindres dans la mesure où elles reflètent en période électorale la même idée implicite : l'expression du patriotisme d'un usager. En effet, contrairement à d'autres pays (tels que l'Allemagne) les citoyens américains auront plus tendance à user de l'émoji drapeau américain lors des élections ou d'évènements en lien avec leur actualité politique pour revendiquer leur identité de patriote<sup>43</sup>. En un symbole, le drapeau incarnerait leurs visions de l'Amérique et des valeurs auxquelles ils aspirent. Dans cet exemple, le drapeau devient l'objet d'une projection identitaire du citoyen.

En plus d'exprimer la subjectivité des utilisateurs, les émojis font l'objet d'une réappropriation en politique pour révéler leurs valeurs et opinions. Il n'est pas rare de voir des citoyens sur Twitter reproduire les couleurs du parti auquel ils s'identifient au moyen de symboles. Cela leur permet d'exprimer leur appartenance politique de façon concise et de l'ajouter à leur pseudonyme ou bibliographie sans surcharger textuellement leur page de profil. Il existe également des sites<sup>44</sup> permettant de « traduire » les associations d'émojis renvoyant à des groupes ou partis politiques spécifiques.

## Combinations

Tap / click to copy & paste

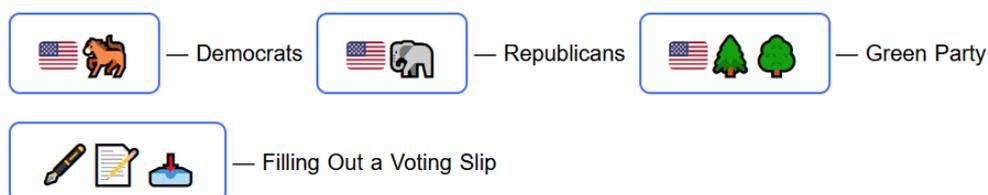


Figure 3 : Capture d'écran provenant d'Emojis Wiki illustrant des associations d'émojis renvoyant à des partis ou des actions politiques.

### A 1.3 – Emotions et viralité

Partager une publication sur Twitter est une des actions les plus utilisées au sein du réseau social. Par ce geste, l'utilisateur exprime la volonté d'exposer à son entourage un tweet, une vidéo ou une image

<sup>42</sup> Kariryaa Ankit, Rundé Simon, Heuer Hendrik, Jungherr Andreas, and Schöning Johannes. "The Role of Flag Emoji in Online Political Communication" *Social Science Computer Review* 2020 40:2, 367-387 <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/0894439320909085>

<sup>43</sup> Ibid.

<sup>44</sup> La section « Politique » (Politics) d'Emojis Wiki en fait partie. <https://emojis.wiki/politics/>

qui l'a marqué, participant alors à la diffusion de la source originelle. C'est ainsi que le dictionnaire Larousse<sup>45</sup> définit le processus de « viralité » : il s'agit d'une « diffusion rapide et imprévisible d'un contenu [numérique] divers (photos, vidéos, etc.) [...] » s'effectuant sur Internet et sur les réseaux sociaux. Ce phénomène est souvent accentué par le rôle que jouent les affects présents dans le discours partagé originellement ou des émotions que les usagers vont venir associer au contenu. De ce fait, un tweet peut devenir viral grâce à de nombreux facteurs, volontaires ou non.

Par exemple, Christine Dugoin<sup>46</sup> met en lumière certaines publications dont la finalité première est d'attirer l'attention du plus grand nombre par une manipulation des émotions. Les tweets qui circulent peuvent présenter des messages dits « percutants » (ou « accrocheurs ») afin d'inciter les individus à cliquer dessus et à prendre le temps nécessaire à leur lecture. Si l'on parle d'une publication plutôt que d'un tweet, il sera fort probable que cette dernière arbore un titre tape-à-l'œil, chargée en propos polémiques ou ambigus qui attiseront la curiosité du lecteur<sup>47</sup>. Ce genre de message, propre au paysage numérique, est surnommé 'clickbait' en anglais (ou « attrape-clic » dans la langue de Molière.) Le contenu partagé peut renvoyer à des notions attrayantes ou amusantes, tel qu'un discours humoristique ou exprimant des sous-entendus sexuels, mais il peut également provoquer une charge émotionnelle plus lourde en cherchant à exacerber la peur ou la colère des usagers.



Figure 2 SOURCE TS 7.3 et TS 7.5 Exemples tirés du corpus de tweets  
<https://twitter.com/warrior19RN/status/1589956332047978496>

Au sein de notre corpus de tweets, les publications ayant reçu le plus de réponses et d'échanges avec les autres twittos se focalisaient sur des sentiments forts tels que la colère, la frustration, le rejet et la peur de la précarité. Dans cet exemple ci-dessous le tweet a reçu une certaine attention de la communauté républicaine puisqu'il permettait d'exprimer, à travers un discours cathartique et injurieux, leurs

<sup>45</sup> Dictionnaire Larousse (en ligne) Page définition – « viralité ». Larousse.fr Consulté en avril 2023.  
<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/viralite/C3%A9/10910800>

<sup>46</sup> Dugoin, Christine. « Impact des réseaux sociaux sur la perception avant le jour du scrutin : étude de cas des élections européennes de 2019 », Question(s) de management, vol 37, n°7, 2021, pp. 24-34.

<sup>47</sup> Ibid.

émotions négatives envers les candidats démocrates. Portés par des émotions fortes, telles que la colère et l'influence réciproque de la communauté, les usagers n'ont pas soumis leur propos à une forme d'auto-censure.

Le ton se veut révolutionnaire, mis en avant par la formulation 'You can't stop what's coming' précédée d'un mot-dièse, et encourage dans l'espace commentaire les propos calomnieux envers l'ancien Président démocrate. La ponctuation, l'usage de technosignes<sup>48</sup> (les émojis) en tant qu'emphase dans le discours et la menace explicite du message participent à l'expression singulière de l'utilisateur. Qui plus est, l'iconotexte (montage alliant texte et image) présentée ici se veut être un partage ironique et moqueur. En tant que citoyen républicain, l'utilisateur reprend les mots du parti adverse et en altère le sens afin de se réapproprié l'espace médiatique et politique du site.



Ces deux autres tweets portent sur des émotions négatives, supposées engendrer de l'indignation ou un sentiment d'injustice, afin de gagner en visibilité. L'argument sous-jacent de chaque publication est la mise en péril du bien-être et des droits du citoyen américain. La viralité est également accentuée par un sentiment tacite de confiance, plus un utilisateur possédera une grande base de followers, plus il inspirera une forme de légitimité. Le « capital social<sup>49</sup> » numérique d'un individu contribue à la transmission de ses publications sur la toile. Plus encore, au sein de cette

<sup>48</sup> Concept emprunté à Marie-Anne Paveau. Voir les références précédentes.

<sup>49</sup> Référence Bourdieusienne. Elle doit être ici comprise comme le nombre de contacts exposés au contenu de l'utilisateur et susceptible d'être influencé par ses idées et opinions politiques.

base de followers certains usagers se sentiront directement concernés par les tweets dont le message est dit « ouvert » : l'absence précise d'interlocuteur facilite le processus d'identification des twittos<sup>50</sup>. Ainsi, en lisant un tweet non-adressé à un destinataire identifié, l'utilisateur fera preuve de plus d'empathie puisque ce message lui sera aussi bien destiné qu'à un autre. Pour Agata Jackiewicz<sup>51</sup>, la voix subjective bénéficie des outils multimodaux de Twitter dans la mesure où ces derniers permettent de toucher un vaste public. La « délinéarisation<sup>52</sup> » du discours permet un partage plus aisé dans sa circulation. Le partage transmédia témoigne de cette réalité, en effet, il n'est pas rare de trouver des tweets déracinés de leur écosystème originel : ces derniers se retrouvent parfois sur d'autres sites ou sont repostés sur des forums. Reddit possède par exemple des sub/reddits (des communautés divisant par centres d'intérêts) consacrés à la publication de tweets ou de messages provenant d'autres réseaux sociaux (par exemple : r/greentext, r/WhitePeopleTwitter etc.)

La plupart du temps, les giphy, images et publications amusantes sont les premiers à faire l'objet de cette viralité soudaine. Leur (a) contenu provoque des émotions fortes et positivement connotées, (b) leur format permet d'être reposté en quelques secondes, (c) le message qu'ils portent est explicite et peut se suffire à lui-même sans contexte additionnel et (d) leur existence amène parfois à des créations similaires, inspirées par le contenu porté par la viralité. De ce fait, certains tweets ont connu un petit succès sur la plateforme grâce à des montages décalés et une réappropriation ludique de l'image de politiciens américains.

---

<sup>50</sup> Terme renvoyant aux utilisateurs de Twitter.

Wiktionnaire – Le dictionnaire libre. Définition – « tweetto ». *Wiktionary.org (Page française)*. Consulté en avril 2023.

<https://fr.wiktionary.org/wiki/twitto>

<sup>51</sup> Vidak Marko et Jackiewicz Agata, « Les outils multimodaux de Twitter comme moyens d'expression des émotions et des prises de position », *Cahiers de praxématique* [En ligne], 66 | 2016, mis en ligne le 01 janvier 2016. <https://doi.org/10.4000/praxematique.4247>

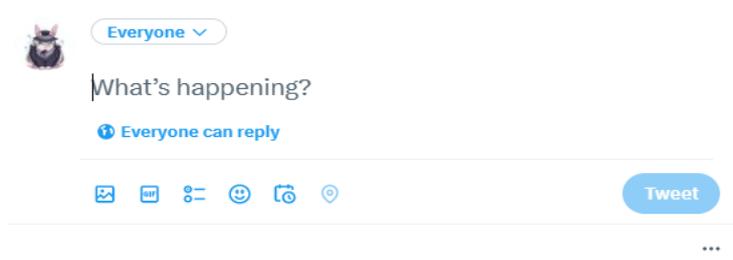
<sup>52</sup> Concept emprunté à Marie-Anne Paveau concernant le discours numérique. Le destinataire n'est pas toujours une figure identifiée, ce qui « ouvre » le dialogue aux autres utilisateurs. Notion également mentionnée par Grégoire Lacaze dans l'article suivant :

Lacaze, Grégoire. « L'exploitation de la plurisémiotité et des affordances numériques dans les interactions verbales des lives TikTok. » *8e Congrès Mondial de Linguistique Française*. Juin 2022, Orléans, France.



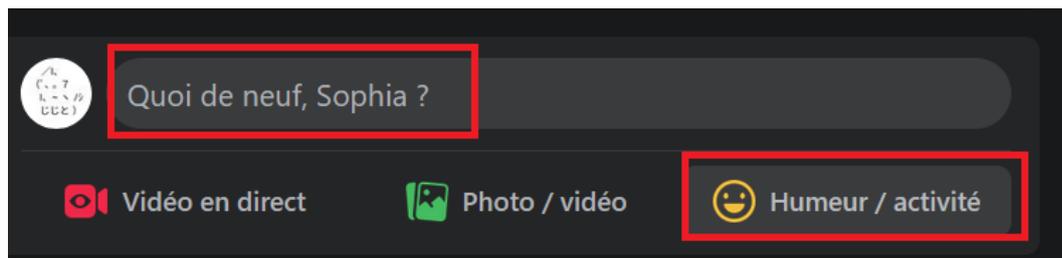
A 1.4 - Les **émotions** dans l’expression de son opinion – **Extimité** et **expression de la pensée**.

L’expression de l’ethos numérique est également encouragée par la mise en page des RSN. Un usager se connectant sur Twitter sera par exemple accueilli par un bref message dans l’espace dédié à la saisie de texte pour l’inciter à informer son entourage sur les événements qui animent son quotidien ou les pensées qui le traversent.



La petite phrase ‘What’s happening ?’ (Que se passe-t-il ? [Sous-entendu : qu’y a-t-il de nouveau ?]) doit être comprise comme une invitation au partage et à la transmission d’informations personnelles. Il

en va de même sur Facebook.

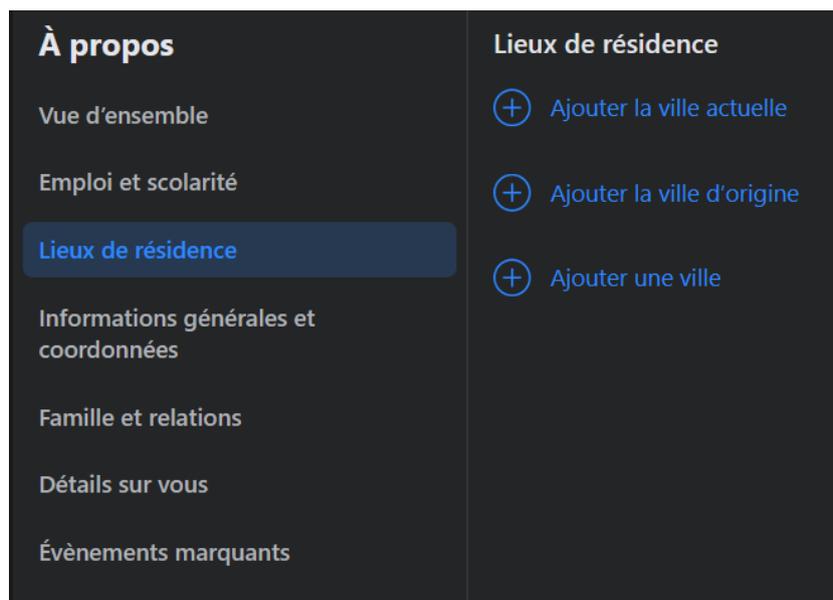


On retrouve à travers des signes clairement identifiables la volonté d’encourager l’usager à l’interaction et à l’expression de ses sentiments les plus intimes. La partie « humeur/activité » représentée par un émoji inclut la notion de « pathos » dans « l’ethos » : les émotions sont considérées comme parties intégrantes de l’identité numérique d’une personne. Comme l’avait déjà souligné Laurence Rosier, la particularité des RSN est qu’ils associent un discours moderne (le « technolangage » selon Paveau) à des formes plus traditionnelles. Si l’on reprend ce point, il ne serait pas exagéré d’affirmer que certains utilisateurs transforment leur page personnelle en véritable blog ou journal intime exposé à la vie de tous. Jacques Lacan<sup>53</sup>, psychanalyste français, abordait cette idée en parlant du concept « d’extimité » : un néologisme renvoyant à l’intimité d’une personne volontairement exposée au monde extérieur. L’extimité provient d’un désir de se montrer aux autres et de révéler des moments de sa vie qui appartiennent à la vie privée. Sur Twitter, Facebook, TikTok ou Instagram ces pratiques s’effectuent généralement par le partage de photographies ou de moments passés auprès de sa famille. La frontière entre la sphère « privée » et la sphère « publique » devient fine – sinon quasi inexistante - et « l’ethos numérique » peut se confondre avec l’ethos sociétal. » Pour Serge Tisseron<sup>54</sup>, ce comportement s’ancre dans la logique de la « présentation de soi » et a pour objectif « de guetter dans le regard d’autrui – et, au sens large, dans ses réactions – une confirmation de soi. » Tisseron nuance toutefois ce point en expliquant que l’extimité ne se vaut pas pour tous les utilisateurs, certains choisiront délibérément de dissimuler certains aspects de leur personnalité ou se cacheront derrière un pseudonyme, tandis que d’autres exposeront de multiples détails sur leur quotidien. Le nom, prénom, l’adresse électronique, les renseignements personnels, les liens renvoyant à des comptes présents sur d’autres réseaux sociaux, les relations, la date d’anniversaire : toutes ces données peuvent être livrées délibérément. Facebook dispose même d’une section « A

<sup>53</sup> Wikipedia. Page – « Jacques Lacan. » 2023. Consulté en avril 2023.

<sup>54</sup> Tisseron, Serge. « Intimité et extimité », *Communications*, vol. 88, no. 1, 2011, pp. 83-91.

propos [de vous] » listant les différentes informations pouvant être rendues publiques sur un profil.



Ce dévoilement de ce « soi » numérique reste toutefois motivé par une volonté de se connecter à autrui ; en révélant ses valeurs et ses croyances, un début de relation se crée. Les autres usagers peuvent avoir l'impression de « connaître » cette personne, ce qui les motivera ensuite à faire de même. S'il existe une affinité, des échanges s'établiront entre utilisateurs, créant un début « d'empathie relationnelle<sup>55</sup>. » Cette dernière se définit comme le fait de reconnaître que l'autre puisse éprouver les mêmes sentiments que moi ; dans un sens, elle est rendue possible par l'empathie et le processus d'identification. Tisseron affirme également que « L'empathie relationnelle [...] engage autrement l'intimité. Elle consiste à rendre visible une partie de soi à condition que l'autre rende visible une partie de lui. » Ainsi, ce type de relation permet l'identification des pairs sur les RSN.

## B - Les outils linguistiques au service du techno-langage

### B. 2.1 – L'hybridité des **technomots**

L'analyse linguistique du discours sur Twitter est rendue possible grâce à des concepts empruntés à des chercheurs tels que la notion de « technolanguage » employée par Marie-Anne Paveau et qui renvoie au contenu touchant au discursif dans le numérique. Dans ce même esprit, le « technomot » se distingue du mot traditionnel grâce aux différentes fonctions qu'il peut assumer. Un tweet rédigé présentera des caractéristiques communes à n'importe quel texte, les technomots suivent les mêmes règles grammaticales

---

<sup>55</sup> Ibid.

que la langue employée, ils peuvent néanmoins varier dans leur forme et apporter des informations additionnelles.

Marie-Anne Paveau prend l'exemple d'un cas dans lequel un technomot serait précédé d'un mot-dièse (soit le signe #) : dans cette situation le signe qui vient se greffer au terme (a) indique l'importance explicite de ce dernier. Il existe alors une hiérarchisation tacite de l'information, le technomot porteur de ce signe devra alors être considéré avec attention. Plus encore, (b) les technomots transformés en mot-dièse (hashtag) possèdent une fonction hypertextuelle. Quand l'utilisateur cliquera dessus il sera redirigé vers la barre de recherche Twitter comportant les derniers messages incluant ce même mot-dièse. La fonction (c) hypertextuelles ne se limite pas au mot-dièse : une url présente au sein d'une publication amène l'utilisateur à un contenu secondaire (un site, une vidéo, une image, une publication, etc.) qui devra être analysée en tant que contexte additionnel au premier message. Pour reprendre l'expression de Paveau : « [...] l'hashtag [mot-dièse] est un technomorphème car il possède une nature composite : le segment est bien langagier (il s'agit de sigles, mots, expressions ou même de phrases entières) mais également cliquable, puisqu'il constitue un lien qui permet la création d'un fil. »

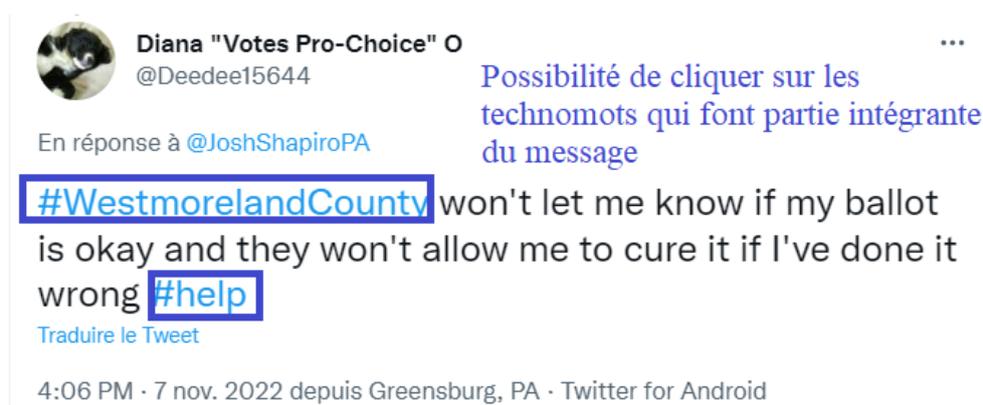


Figure 3: TS 3.3  
<https://twitter.com/Deedee15644/status/1589635461042929664>

Il en va de même avec les identifiants Twitter qui sont précédés par une arobase (@) : les technomots deviennent comparables à des noms propres et renvoient au profil de la personne si cette dernière est mentionnée dans un tweet. Notez que les pseudonymes, parfois composés de lettres et de chiffres, possèdent la même fonction qu'un nom propre et qu'un lien url. Tout en renseignant sur l'identité de l'utilisateur, ils servent de fenêtre vers la page profil d'un utilisateur par un simple geste (le clic.)

Sur certains sites il est possible de déguiser une url en un technomot. L'utilisateur est cependant conscient de cette nature hypertextuelle grâce à la couleur bleue tranchant avec le reste du texte. Voici un exemple pris sur Reddit d'un technomot avec lequel il est possible d'interagir ; celui-ci redirige la page actuellement ouverte vers un site extérieur.



## B. 2.2 – Le tweet politique : un sous-genre au cœur des débats.

Les publications au centre du corpus appartiennent à un sous-genre surnommé le « tweet politique. » Si l'on se base sur les travaux du chercheur Julien Longhi, il est possible d'en dégager une définition englobant les principaux points qui le déterminent. Premièrement, le tweet politique est fondé sur l'axiome que chaque publication découle d'un contexte préexistant. Le thème abordé renvoie à l'actualité, la politique, la culture générale ou un événement précis ; les autres utilisateurs recontextualisent les propos grâce aux informations transmises ou en s'aidant des technosignes (exemple : un mot-dièse) présents. Comme l'indique Longhi, « [...] la décontextualisation évoquée s'accompagne [...] grâce à Twitter, d'une techno-contextualisation, grâce à l'usage des hashtags, qui importent avec eux des éléments contextuels, et peuvent créer des interactions avec tweets liés aux mêmes contextes<sup>56</sup>. »

Ce contexte sous-jacent transparait parfois dans l'écosystème du fil de discussion à travers les réponses des autres usagers. En dépit de la nature délinéarisée des RSN, les dialogues externes ajoutent des indices contextuels. Bien que le tweet politique soit né à l'origine d'un contexte explicite, il gagne toutefois en autonomie en créant un « commentaire » qui va se détacher du sujet originel. La communauté va à son tour participer à l'élaboration de ce commentaire en échangeant avec ce-dernier et en interagissant avec. Ces actions vont produire d'autres commentaires secondaires, qui eux, seront liés aux réponses et réactions des interlocuteurs. Un fil de discussion (*thread*) s'étant développé autour d'un article de presse traitant d'un sujet idéologiquement orienté va, par exemple, donner naissance à de nombreux tweets politiques dans l'espace commentaire.

Le tweet politique reste, par nature, ancré dans un dialogue : un usager cherche à s'adresser à un public cible et souhaite s'exprimer sur un sujet précis<sup>57</sup>. Il existe plusieurs cas de figure, (a) dans le premier cas l'interlocuteur est clairement identifié et le message est directement adressé à ce dernier. Un citoyen démocrate débattant avec un partisan républicain par messages interposés ne laissera aucune ambiguïté sur le destinataire supposé du tweet. Si au contraire, (b) un citoyen publie un tweet avec un discours généralisant, le destinataire ciblé ne sera pas identifié et amènera à l'interprétation que le

<sup>56</sup> Longhi, Julien. « Essai de caractérisation du tweet politique. » *L'information grammaticale*, 2013, 136, pp.25-32. (halshs-00940202)

<sup>57</sup> Ibid.

message se veut « ouvert. » Etant adressé à l'ensemble d'une communauté, les usagers bénéficieront tous de la même légitimité à y répondre. Cela se fait particulièrement en période électorale lorsque les différents acteurs du bipartisme s'affrontent et échangent dans la sphère publique numérique. L'intention derrière ces messages ouverts restent d'attaquer ou de remettre en question les valeurs symbolisant l'identité d'un certain groupe. Enfin, (c) le tweet politique peut être explicitement adressé par la reprise de paroles ou de termes associés à une identité connue.

Pour Julien Longhi, le succès d'un tweet politique se justifie pour plusieurs raisons. Il s'effectue grâce à<sup>58</sup> :

(a) *L'ajout d'une citation augmentée* – Des propos, une phrase, une expression ou un slogan est repris et est complété par un commentaire personnel visant le contenu. En politique, ces tweets ont tendance à discréditer le sens de la publication. Dans une situation où l'utilisateur s'identifierait au message transmis, le *pair* citant ces termes viserait alors à emphatiser le point défendu. Si l'on dénote une absence de guillemets, la citation sera rendue explicite par la mention d'une reprise ou d'un retweet (RT).

(b) *Un tweet résumant* – Fréquemment utilisé dans l'argumentation, le tweet résumant reprend au discours rapporté les propos de la partie adverse en pointant du doigt les failles dans le discours ou de potentiels sophismes. Concis, ils encapsulent en peu de mots la pensée de l'utilisateur.

(c) *Une réponse visant la pseudo-complétion* – En se basant sur une publication, le tweet-réponse va interpréter les propos – influencés par ses propres valeurs – et va y associer un sens. Cette interprétation, souvent théorique, renseigne davantage sur les motivations et les croyances de l'utilisateur répondant que celui à l'origine du premier post. Les tweet-réponses font miroiter l'ethos numérique des individus puisqu'ils mettent en lumière – à travers leurs extrapolations – les sujets au cœur de leurs préoccupations.

(d) *Un commentaire polémique* – Fortement répandu dans le contexte politique, ce genre de tweet incite à la caricature des opposants, rendu concis à cause de la forme du tweet, il ne permet pas la nuance dans le dialogue. Un bon tweet polémique est dit « efficace », en quelques termes il établit une relation d'opposition et de dénonciation. Parfois populiste, il sait déclencher de fortes réactions en jouant avec les sentiments des lecteurs et place son créateur dans une position de supériorité morale. Aussi varié que soit son contenu, « [...] le commentaire est toujours une critique ou une dénonciation de ce qui est rapporté, mettant en valeur l'opposition politique du twitto avec ce qu'il rapporte. »

Ce sous-genre contient également des tweets dit *idéologiques*. Longhi<sup>59</sup> reprend les points exposés par Sarfati pour les démarquer du reste. En politique, les tweets idéologiques sont caractérisés par certains facteurs :

(a) *Ils aspirent à l'intemporalité* – les valeurs qu'ils transmettent ne sont pas figées dans un temps ou

---

<sup>58</sup> Longhi, Julien. « Les usages stratégiques du commentaire sur Twitter comme contributions aux processus d'idéologisation. » Repères- Dorif : autour du français : langues, cultures et plurilinguisme, 2020, Corpus, réseaux sociaux, analyse du discours, 22.

<sup>59</sup> Ibid.

une époque précise. Le discours idéologique se veut valable en toutes circonstances et renvoie à des valeurs reflétant un idéal de vie.

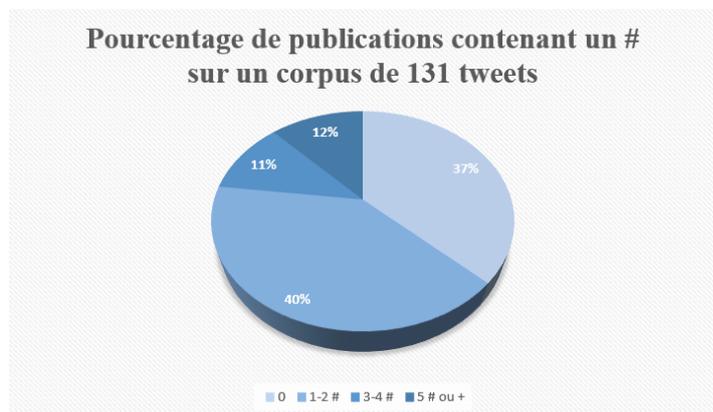
(b) *Leur discours est « homogène »* - les tweets idéologiques prétendent à une certaine transparence (valeurs dites universelles, désir de se détacher d'un contexte historique) mais rejettent les points de vue opposés. Le message qu'ils portent prédomine sur le reste.

(c) *Ils sont autoréférentiels* – les tweets idéologiques expriment les idées qu'ils défendent et projettent les valeurs associées aux dogmes auxquels ils se rattachent. Leur finalité réside dans la transmission de ces mêmes valeurs qu'ils expriment.

Les exemples tirés du corpus n'ont pas tous la même finalité. Néanmoins ils restent politisés à cause du contexte à l'origine de leur réaction. Leur étude doit s'opérer au moyen de ces outils linguistiques.

## B. 2.3 – L'exemple du mot-dièse (hashtag)

Mentionné à plusieurs reprises lors de cette étude, le mot-dièse fait partie intégrante du technolanguage tenu sur les RSN. Ce technosigne se caractérise par sa nature plurifonctionnelle, malléable et facile d'utilisation, sa présence est courante sur Twitter. Dans le corpus au centre de ce mémoire, 37% des tweets ne comportaient pas de mot-dièse. Ce pourcentage représente une large minorité, en effet, 40% en possédaient un ou deux, 11% en contenaient trois à quatre, tandis que les 12% restant affichait des messages possédant cinq mots-dièse, voire plus. Sur l'ensemble des 131 publications, 63% des tweets du corpus présentaient ce technosigne.



D'un point de vue pragmatique, son usage sert généralement (a) à donner la visibilité à la publication en la recontextualisant. Ainsi, les tweets comportant les mentions #ElectionDay, #RedWave, #BlueWave, #Election2022, #vote (etc.) indiquaient clairement leur lien avec les élections de mi-mandat américaines. Sur Twitter, le mot-dièse domine dans tout ce qui touche à la recherche ; il apparaît également dans la barre des tendances illustrant les sujets à la une de la page d'accueil. De la même façon que l'actualité évolue et change, il ne reste pas fixe dans le temps et est remplacé graduellement par l'arrivée d'autres technomots, annonçant les nouveaux centres d'intérêt des usagers. Sa présence est la conséquence directe d'une production de la part des internautes, il représente, à travers un signe et des composants langagiers, une action visant à diffuser l'information. Ce technogeste va

ensuite façonner et transformer la mise en page de la plateforme. De ce fait, Paveau le considère comme « [...] une action technodiscursive qui modifie [son] environnement. » Les utilisateurs bénéficient de la capacité à agir sur le paysage numérique, ce potentiel distingue d'ailleurs les RSN des autres médias qui tendent à placer les usagers dans une position de consommateur passive. Par exemple, la figure 4 témoigne de l'évolution des tendances d'un jour à l'autre. Le mot-dièse a su s'intégrer à Twitter car le réseau se prête à la publication de messages qui perdureront sur le long terme. A partir du moment où l'on dispose d'un lien url, il est possible de remonter à un tweet publié il y a plusieurs années de cela. Même si, après quelques mois, la plateforme privilégiera l'affichage de tweets plus récents, les anciens messages resteront accessibles. Sur TikTok, cadre dans lequel les lives sont de nature éphémère, les streams sont imprévisibles dans leur commencement et dans leur durée. L'utilisation de mot-dièse ne fait pas sens dans l'espace commentaire puisque le contenu finira obligatoirement par disparaître une fois le stream terminé. Par conséquent, la « redocumentarisation<sup>60</sup> » par le technomot ne peut s'opérer qu'à travers des réseaux favorisant la pérennité des posts. Facebook, Tumblr, Instagram et d'autres médias similaires profitent donc du mot-dièse pour indexer<sup>61</sup> le contenu publié.

Au-delà de sa fonction première, le mot-dièse (b) sert dans l'expression de l'ethos. Rarement employé seul, il est souvent accompagné d'émojis, d'images, de vidéos, d'une ponctuation affectée et d'autres indices signalant l'état d'esprit de l'utilisateur. Claudia Cagninelli<sup>62</sup> analyse ces « signes numériques » et défend la thèse qu'ils doivent être étudiés comme un ensemble. L'expression de soi ou des sentiments à travers le mot-dièse reste souvent explicite. L'ajout d'adjectifs qualificatifs pour exprimer le sentiment est une possibilité, néanmoins on retrouve plus couramment des noms, des verbes, des groupes nominaux ou des phrases complètes sous forme de technomots en tant que mot-dièse. Dans ses travaux, Paveau<sup>63</sup> mentionne des exemples de publications traduisant la tonalité subjective des usagers. Les mots-dièse #ironie ou #colère indiquent clairement les opinions partagées. Dans le corpus de ce mémoire, on remarque que les mots-dièse ont tendance à refléter les valeurs des individus en renvoyant aux partis auxquels ils s'identifient. La subjectivité passe majoritairement par la présence d'émojis, de termes connotés, par la ponctuation ou de tournure de phrase empathique. Pourtant, nombreux sont les mots-dièse renvoyant à des phrases entières signalant un sentiment fort ou d'indignation. A titre d'exemple, le technomot #TrumpWasRightAboutEveything (Trump avait raison sur toute la ligne) annonce explicitement

---

<sup>60</sup> Lacaze, Grégoire. « L'exploitation de la plurisémiotité et des affordances numériques dans les interactions verbales des lives TikTok. » 8e Congrès Mondial de Linguistique Française. Juin 2022, Orléans, France. Terme emprunté à Marie-Anne Paveau : (2017 : 346)

<sup>61</sup> Ibid.

<sup>62</sup> Cagninelli, Claudia. « Le débat public sur Twitter : construction énonciative et discursive de tweets intégrant des liens URL », *Repères DoRiF*, n. 22 – Corpus, réseaux sociaux, analyse du discours, DoRiF Université, Roma octobre 2020, <https://www.dorif.it/reperes/le-debat-public-sur-twitter-construction-enonciative-et-discursive-de-tweets-integrant-des-liens-url/>

<sup>63</sup> Paveau, Marie-Anne. « Technodiscursivités natives sur Twitter. Une écologie du discours numérique », *Epistémè : revue internationale de sciences humaines et sociales appliquées*. 2013, pp.139-176.

la colère de l'utilisateur qui sous-entend avoir été trompé par le discours démocrate. A l'inverse, #Trumpisanationaldisgrace (Trump est une disgrâce nationale) porte un jugement fort sur le président républicain. Le nom 'disgrace' condamne moralement l'homme politique tandis que l'adjectif qualificatif 'national' implique directement des valeurs patriotiques qui auraient été bafouées. Par l'analyse d'un simple technomot, l'orientation politique de l'utilisateur est affichée aux yeux de tous. Grâce à cette individualité, les utilisateurs (c.) vont pratiquer un usage ludique de la langue. Tandis que la barre des tendances renvoie aux mots-dièse les plus utilisés par la communauté, les technomots dont la finalité est de mettre en avant une opinion personnelle vont se démarquer du reste. Les phrases, minoritairement employées, sous-entendant un jugement ou revendiquant de forts affects, sont propres à la pensée d'un individu. Elles peuvent parfois inciter à l'humour ou reprendre des termes connus pour ensuite être détournés.



Figure 4 SOURCES: TS 5; TS28 and TS 63.

<https://twitter.com/klaaathu/status/1589901871598247936> / <https://twitter.com/herotimeszero/status/1592734971349053441>  
<https://twitter.com/andersonDrLJA>

Cet usage ludique du discours va alors se transformer en (d) une réappropriation de certains technomots. Si l'on se penche sur les efforts menés par l'équipe communication d'Obama en 2012, on remarquera que cette dernière avait tenté de provoquer du buzz en promouvant le mot-dièse #AreYouBetterOff<sup>64</sup>. A l'origine employé sans aucune ironie, l'objectif était d'inciter les Américains à partager leur point de vue sur la politique interne du démocrate, et de mettre en avant les plans qui avaient amélioré leur quotidien. Si la communauté le soutenant s'est prêtée au jeu et a contribué à la circulation du mot-dièse en listant les avantages dont ils ont bénéficié, le parti républicain s'est réapproprié le technomot et a tenté d'en changer le sens. À la suite de résultats mitigés, le parti républicain s'est réapproprié un autre mot-dièse, #thanksobama, qui remerciait le 44<sup>e</sup> président des Etats-Unis pour avoir rempli ses

<sup>64</sup> Gainous, Jason and Wagner, W. Kevin. *Tweeting to Power: The Social Media Revolution in American Politics*, Oxford University Press, 2014

devoirs étatiques. Désormais, #thanksobama est associé à une tonalité ironique et humoristique : souvent utilisé au sein de publications visant le rire, Obama est pointé du doigt comme étant le responsable de tous les maux possibles et inimaginables. Maintenant, la formule est même est considérée comme un « mème » à la suite des nombreux *reposts* dont elle a fait l'objet et invite plutôt au rire qu'à la critique politique.

Un autre exemple, cette fois tiré du corpus, illustre ce phénomène de réappropriation d'un technomot.

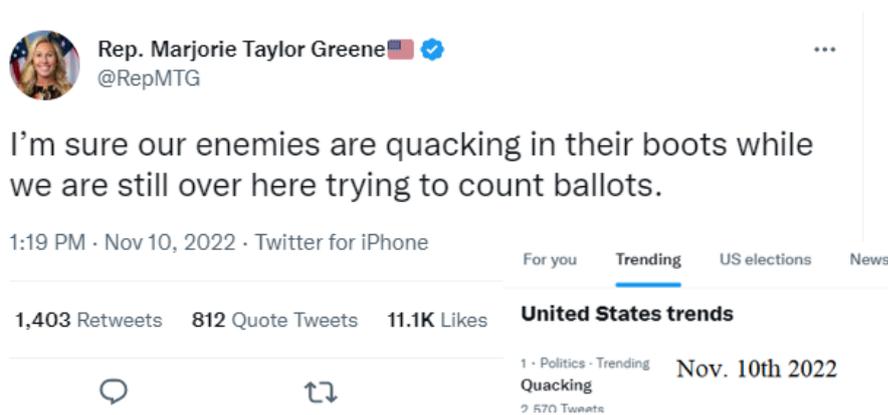


Figure 5 SOURCE TS 18.1

<https://twitter.com/RepMTG/status/1590680573148016640>

Le tweet de la républicaine Marjorie Taylor Greene a connu un véritable succès à cause d'une erreur sémantique dans un de ses posts. Le verbe 'to quack' ('quacking') se traduit comme « cancaner » en français, de ce fait il y a eu une méprise entre le verbe « trembler (sous-entendu de terreur) » (to quake) et le verbe renvoyant au cri du canard. La formulation qui devait au départ se traduire ainsi : « Je suis certaine que nos ennemis tremblent de peur dans leurs bottes alors qu'on est toujours là, en train d'essayer de compter les urnes » devient donc risible et amusante. L'expression : « Je suis certaine que nos ennemis cancanent dans leurs bottes [...] » a donc été reprise par la communauté démocrate pour décrédibiliser les propos du parti adverse. Le jour même, #quacking était premier de la liste dans les tendances américaines.



### C. Un nouvel instinct grégaire – le sentiment d’appartenance à une communauté.

#### 3.1 – Un ethos numérique tourné vers autrui

Pour affiner le concept d’ethos présenté lors de la première sous-partie, il est nécessaire de souligner l’importance de la communauté dans la constitution de l’identité d’un internaute. En rappelant brièvement les idées exposées par Erving Goffman, le comportement d’un individu reste semblable à une performance, celle-ci est toujours adressée à un public-cible. Il existe une sélection dans les informations que l’on va transmettre à notre entourage. Dans le contexte des RSN, le choix d’un pseudonyme, de la photo du profil et des publications postées sur une page personnelle sont des exemples d’indices identitaires mûrement réfléchis. Julien Longhi<sup>65</sup> accentue ce point en comparant l’identité en ligne à un possible « jeu de rôle », dans certaines situations l’ethos numérique ne coïncide pas avec celui exprimé hors-ligne.

<sup>65</sup> Longhi, Julien. « Essai de caractérisation du tweet politique. » *L’information grammaticale*, 2013, 136, pp.25-32. (halshs-00940202)

← **BrooklynDad\_Defiant!**  Logo compte "vérifié"  
130,4 k Tweets Favorise la crédibilité du compte




Photo de profil identifiant l'utilisateur  
La photo de couverture renvoie à des connotations positives, associées à la nature, le langage corporel se veut accueillant. L'utilisateur est souriant.

**BrooklynDad\_Defiant!**    
@mmpadellan

Proud papa. Perpetually pissed.  
#BlueWave2022, #Feminist.  
#IStandWithUkraine  

Author of The Liddle'est President.  
Sr. Advisor, @ReallyAmerican1  

Brooklyn, NY A rejoint Twitter en août 2013

44,4 k abonnements capital social important 1 M abonnés Domicile. On joue sur l'extimité pour créer une proximité entre usagers.  
Suivi par aucune des personnes que vous suivez

← **WarriorRN**      Les émojis renvoient à un sentiment patriotique  
40,3 k Tweets




Photo de profil + photo de couverture

**WarriorRN**       
@warrior19RN

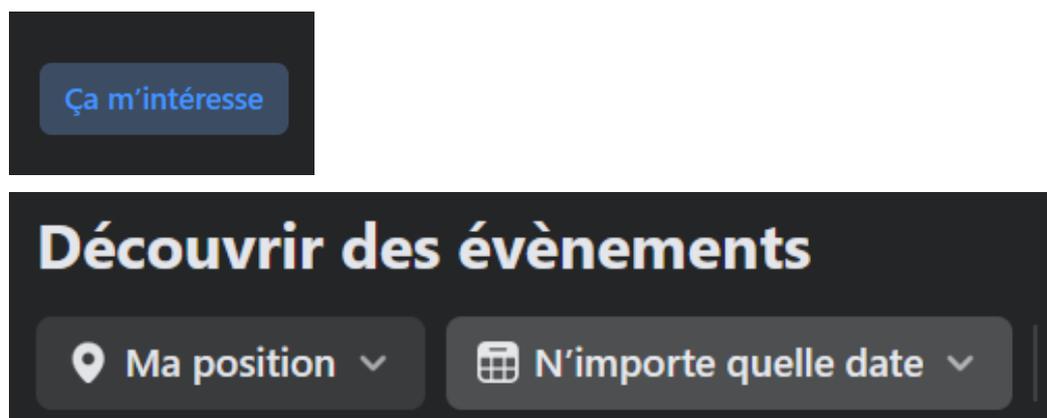
Frontline Warrior RN! PATRIOT  TRUMPS BIGGEST SUPPORTER FROM JERSEY!  
  Forever a JERSEY GIRL/ TRUMP GIRL    Sun goddess  TATTED AF   
Fuck JB  Description portant sur des valeurs républicaines. Affirmation de soutien pour le politicien Trump. Ethos par association.

Jersey A rejoint Twitter en novembre 2020 Termes injurieux, connotés pour transmettre un ton franc, sans censure.  
19,6 k abonnements Sentiment d'appartenance à un lieu 97,1 k abonnés Capital social important.  
Suivi par aucune des personnes que vous suivez

Tanja Storsul<sup>66</sup>, une chercheuse s'étant penchée sur les habitudes des jeunes adultes sur les RSN, a d'ailleurs remarqué, que les nouvelles générations avaient conscience des enjeux derrière la mise en scène de leur ethos. De ce fait, ils favorisent une forme « d'auto-préservation » ('self-preservation') en limitant la publication de commentaires politiquement orientés ou en évitant de trop se dévoiler face à leurs contacts. La création d'un autre profil, non rattaché à leur identité sociétale, permet néanmoins de préserver leur image. En se prémunissant par l'emprunt d'un pseudonyme et d'une image de profil dissimulant leur genre, âge, classe sociale ou ethnie, ils se libèrent du risque potentiel d'être reconnu et expriment leurs opinions plus librement.

### 3.2 – Les **technogestes** : actions révélatrices des croyances

Tanja Storsul<sup>67</sup> poursuit sur cette idée en abordant les moyens détournés par lesquels les jeunes adultes expriment leur appartenance politique sans trop se dévoiler. La majorité d'entre eux privilégieront l'usage du « like » sur Facebook afin d'atténuer l'expression de leur opinion personnelle. A l'inverse, la rédaction d'un commentaire sera plus chargée en subjectivité et renseignera davantage sur l'ethos de la personne. Sur Twitter, le retweet est un autre marqueur identitaire puisqu'il renseigne sur le contenu ayant intéressé un usager. Un simple retweet, sans ajout de commentaire, est dit « servile<sup>68</sup> » et sert uniquement à faire circuler l'information souhaitée. D'une certaine façon, il révèle les centres d'intérêt de celui l'ayant partagé en mettant en avant le type de publication que l'utilisateur consulte ainsi que les profils qu'il suit. Pareillement, en affichant son attrait pour certains évènements – par exemple sur Facebook grâce au bouton « ça m'intéresse » - ou en rejoignant des groupes politiques, l'usager montre publiquement les communautés avec lesquelles il a des affinités.



<sup>66</sup> Storsul, Tanja. "Deliberation or self-presentation? Young people, politics, and social media." *Nordicom Review*. 2014. p17-28.

<sup>67</sup> Ibid.

<sup>68</sup> Cagninelli, Claudia. « Le débat public sur Twitter : construction énonciative et discursive de tweets intégrant des liens URL », *Repères DoRiF*, n. 22 – Corpus, réseaux sociaux, analyse du discours, DoRiF Università, Roma ottobre 2020.

Exemple emprunté à l'article de Claudia Cagninelli mais qui provient originellement d'autres chercheurs : Margali Bigey et Justine Simon (2018, 66)

## Groupes



**Activist ★ Democrats**  
Public · 115 K membres · 10 publications par jour

We are True Blue, Yellow Dog Democrats. Not Green Party, and not Independents, not "Democratic Socialists." We are a true grass roots political action group talkin...

Rejoindre



**Democrats**  
Public · 4,5 K membres · + de 10 publications par jour

We are Democrats! Yes, We do care! We love America and we do our best for America!

Rejoindre



**TRUE BLUE DEMOCRATS**  
Public · 8,1 K membres · 4 publications par jour

PLEASE READ OUR GROUP MISSION STATEMENT & RULES (BELOW) BEFORE JOINING! This is a political support group for TRUE BLUE DEMOCRATS and...

Rejoindre

Voir tout

### 3.3 – La communauté comme **garde-fou** des valeurs

Ce phénomène d’auto-préservation mentionné par Storsul s’apparente à une forme d’auto-modération. Selon Christine Dugoin<sup>69</sup>, l’espace commentaire est un lieu où les propos sont consciemment tempérés puisqu’il implique l’étalage d’une opinion personnelle dans un cadre public. Ainsi, elle remarque que l’espace commentaire ne se présente pas de la même façon selon la position des individus. Les usagers s’exprimant sur une publication coïncidant avec leurs valeurs auront tendance à poster des messages laudatifs chargés d’émotions positives. Le technodiscours sera moins centré sur les arguments listés dans l’article ou le tweet mais portera sur l’accueil de l’usager face aux propos tenus. Une bonne réception du message dans les commentaires sera liée à la confirmation d’identification à des valeurs semblables. A l’inverse, les commentaires exprimant une position adverse mettront en avant des arguments rationnels et tenteront de gommer l’affectivité de leur discours pour ne pas perdre en crédibilité. La communauté condamne les propos véhéments ou qui divergent des idées défendues. Par conséquent, un usager articulant des propos extrêmes, haineux ou illogiques, risquera de s’exposer à un « backslash. » C’est-à-dire, un tollé, une véritable objection de la part du groupe qui invalidera le commentaire en question.

La communauté agit en tant que garde-fou des valeurs qu’elle défend. Sur Twitter, le rejet d’une opinion impopulaire peut se traduire par la présence d’un tweet-réponse qui affichera un nombre supérieur de « j’aime » ou de « retweet » que la publication d’origine<sup>70</sup>. L’objectif est de provoquer ou de

<sup>69</sup> Dugoin, Christine. « Impact des réseaux sociaux sur la perception avant le jour du scrutin : étude de cas des élections européennes de 2019 », *Question(s) de management*, vol 37, n°7, 2021, pp. 24-34.

<sup>70</sup> NA, Adran. « Ratio : qu’est-ce que cela veut dire ? (Twitter & réseaux sociaux) » *Culture générale [Section vocabulaire.]* Publié le 3 février 2022. <https://www.laculturegenerale.com/ratio-twitter-signification-definition-explication/>

moquer l'interlocuteur en obtenant plus de réactions que le message ayant engendré la réponse. Cette « bataille d'influence<sup>71</sup> » est rendue possible par la validation explicite d'un tiers. Ce dernier va trancher le débat en choisissant un parti à défendre. Le tweet-réponse peut lancer à un appel à rejeter l'opinion exprimée en publiant le terme « ratio », il attendra alors un retour démocratique des autres utilisateurs pour mettre fin à la discussion. Subir un « ratio » marque une désolidarisation de la communauté ; synonyme d'humiliation, les internautes tentent de l'éviter à tout prix. Pour cette raison, les commentaires tendent à s'auto-censurer pour échapper à d'éventuels retours négatifs.

## Ratio sur Twitter

---

Sur Twitter, « ratio » signifie : avoir plus de réponses ou plus de « citations de tweet » que de réactions « j'aime ». **« Ratio » signifie aussi, et le plus souvent, sur ce réseau social, qu'une réponse à un tweet a eu plus de retweets ou de « j'aime » que le tweet d'origine.**

Le « ratio » témoigne en général de **la polémique que fait naître un tweet controversé**, ou de **l'impopularité d'un tweet**. Le « ratio » entre les réactions négatives et les réactions positives, c'est-à-dire le rapport entre ces deux grandeurs, est défavorable à la personne qui a tweeté en premier.

*Figure 6: Définition tirée du site internet français « Culture générale.com [section vocabulaire.] »*

Sur d'autres plateformes telles que YouTube ou Reddit, le nombre de pouces en l'air ou 'd'upvotes' permet de connaître l'accueil qu'a reçu un commentaire. Toutefois, les conséquences sont permanentes sur Reddit puisque chaque vote négatif affecte le « karma » d'un utilisateur. Plus un redditeur possédera de karma, plus ses réponses auront été considérées comme utiles ou pertinentes. Si un usager reçoit régulièrement des retours négatifs de la communauté, il est possible que son « karma » (son indicateur d'upvote/de pouce en l'air) tombe dans une valeur négative. Ce point est important car il renforce la légitimité du redditeur et reflète les retours qu'il a eus avec les autres membres de la plateforme

## II. La nature réticulaire des RSN – des lieux favorables aux échanges et à la prise d'action en communauté.

### A. Mise en page des réseaux sociaux – des affordances et une présentation favorisant l'expression de l'utilisateur.

A 1.1 – Des plateformes pensées pour une diffusion continue de l'information.

---

<sup>71</sup> Ibid.

*“As the speed of political message flows grows ever faster in the age of social media and its attending cultural norms of viral trendiness and memetic replication, there may be less time for citizens to fully contemplate what exactly is being shared and who ultimately stands to benefit.”* – Penney, Joel. *The Citizen Marketer: Promoting Political Opinion in the Social Media Age*. NY : Oxford University Press, 2017. P182, l.1 30-33.

Tomber sur du contenu politique est chose aisée sur les RSN. Un des grands atouts de ces plateformes reste la libre circulation de l’information, celle-ci a l’avantage d’être facile d’accès tout en mettant de côté des contraintes telles que la distance géographique ou les délais d’attente lors d’un échange entre deux interlocuteurs. En effet, la diffusion immédiate des publications a rendu ces plateformes attractantes à l’échelle internationale. Plus encore, elle a rendu possible le flux continu du trafic d’internet.

Sur les RSN ce flot permanent d’informations se traduit par un rafraîchissement constant des pages d’accueil qui s’adaptent aux sujets rattachés à l’actualité ou par une réactualisation de la page des publications populaires. Twitter actualise tous les jours les discussions au centre de l’attention à travers la barre des tendances ; la liste qu’elle contient renvoie continuellement aux mots-clés les plus utilisés. La page d’accueil Reddit reflète cette même réalité, elle aussi affiche les nombreux billets issus des différentes communautés composant le site (les *sub-reddits*) ayant reçu le plus de votes positifs. Généralement, si l’utilisateur est un visiteur régulier de ces plateformes, les messages présentés seront liés à ses intérêts. A l’inverse, un internaute effectuant sa première visite sur le site, sera accueilli par une page bien plus représentative de la diversité du média et de ses communautés. Toutefois, un usager régulier aura tendance à privilégier du contenu familier ou jugé similaire à ses habitudes de consommation.

La mise en page de la plateforme incite l’utilisateur à adopter une position passive en amoindrissant les efforts de recherche et en servant directement du contenu multimédia, pensé spécialement, pour satisfaire ses attentes. YouTube encourage le visionnage ininterrompu grâce à la fonctionnalité « lecture automatique. » Similairement, les reels Facebook et les vidéos TikTok emploient cette même stratégie pour augmenter le temps passé sur leurs pages. Cette pratique rappelle la technique du « pied-dans-la-porte<sup>72</sup> », popularisée dans les années 1960 par Freedman et Fraser<sup>73</sup>, celle-ci renvoie à une astuce psychologique exploitée pour diriger le comportement d’un individu et l’amener à réaliser une tâche souhaitée. Brièvement, le principe repose sur la nécessité d’engager une personne en l’abordant au moyen

---

<sup>72</sup> Wikipedia. Page « Pied-dans-la-porte ». 2023. Consulté en avril 2023.

<sup>73</sup> Dufourcq-Brana, Maya, Alexandre Pascual, et Nicolas Gueguen. « Déclaration de liberté et pied-dans-la-porte », *Revue internationale de psychologie sociale*, vol. 19, no. 3-4, 2006, pp. 173-187.

d'une requête peu coûteuse puis de l'impliquer graduellement en réitérant des demandes bien plus considérables<sup>74</sup>. L'individu s'étant engagé pour la première requête (par exemple : répondre à une question, écouter un vendeur exposer sa marchandise...) se sentira alors obligé de poursuivre sur sa lancée et sera plus susceptible d'accepter la requête finale.

Dans le contexte des RSN, la première étape du pied-dans-la-porte s'opère grâce au visionnage d'une première vidéo ou de la lecture d'un court article. L'action est raisonnablement peu coûteuse en temps, elle peut osciller entre quelques secondes ou quelques minutes, et n'engage en aucun cas l'utilisateur. Toutefois, la lecture automatisée ou les suggestions de publications similaires – mis en avant par la plateforme – vont entraîner une perte de temps plus grande, motivée par le désir de consommer un média accessible et divertissant. La présence permanente d'hyperliens favorise ce mouvement d'un lien à l'autre. Christine Dugoin<sup>75</sup> compare ce phénomène à une véritable plongée dans des « Rabbit holes », métaphoriquement, des espaces numériques où il est facile de se perdre à cause de l'attrait de leurs sujets et de leurs liens renvoyant inlassablement à d'autres sources additionnelles<sup>76</sup>. Il peut arriver aussi que le contenu exposé soit limité et requière la création d'un compte pour que l'internaute puisse bénéficier de l'intégralité du réseau. Ce point représenterait une deuxième étape clé pour engager l'utilisateur sur le long terme. A titre d'exemple, Instagram demande obligatoirement l'usage d'un compte pour avoir accès aux profils des utilisateurs.

Si l'on revient sur le cas de TikTok, la plateforme promeut de courtes vidéos pour captiver son public. Leurs longueurs varient, si la plupart ne font que quelques secondes, d'autres avoisinent des durées allant de trois à dix minutes<sup>77</sup>. Cette dernière valeur se rapproche du temps de concentration maximal qu'une personne peut porter à une tâche (douze minutes environ<sup>78</sup>). L'attention de l'utilisateur est donc accaparée par les plateformes afin de rentabiliser au maximum sa présence sur leurs pages. L'ouïe et la vue ne connaissent également que peu de répit ; les sens sont eux aussi pris d'assaut par la mise en page du site pensée pour mettre en évidence les affordances possibles. Cette surcharge sensorielle est provoquée par la présence de bandeaux publicitaires, de vidéos, de certaines polices de caractère – parfois rédigée en gras pour attirer le regard<sup>79</sup> – par l'ajout d'images et de grands titres exploitant l'espace

---

<sup>74</sup> Ibid.

<sup>75</sup> Dugoin, Christine. « Impact des réseaux sociaux sur la perception avant le jour du scrutin : étude de cas des élections européennes de 2019 », *Question(s) de management*, vol 37, n°7, 2021, pp. 24-34.

<sup>76</sup> Définition adaptée et traduite à partir de celle proposée par un dictionnaire en ligne. Voir source ci-dessous. Author NA. Online definition – page 'Rabbit hole' Dictionary.com. Page last visited on April 23rd 2023. <https://www.dictionary.com/e/slang/rabbit-hole/>

<sup>77</sup> Beurnez, Victoria. « Les vidéos TikTok peuvent désormais durer jusqu'à 10 minutes. » *BFM Techno* [online.] Publié le 1er mars 2022. [https://www.bfmtv.com/tech/les-vidéos-tik-tok-peuvent-desormais-durer-jusqu-a-10-minutes\\_AD-202203010185.html](https://www.bfmtv.com/tech/les-vidéos-tik-tok-peuvent-desormais-durer-jusqu-a-10-minutes_AD-202203010185.html)

<sup>78</sup> Robin, Jean-Pierre. « Pas plus de 12 minutes de concentration à la suite. » *Le Figaro* [section économie ; online.] Publié 19 octobre 2010. <https://www.lefigaro.fr/entreprise/2010/09/19/05011-20100919ARTFIG00235-pas-plus-de-12-minutes-de-concentration-la-suite.php>

<sup>79</sup> Nielsen, Jakob. "How users read on the net." Nielsen Norman Group – Study. On September 30<sup>th</sup>, 1997. <https://www.nngroup.com/articles/how-users-read-on-the-web/>

numérique visuel. D'après une étude menée, les articles numériques demanderaient 20 à 30% de temps de lecture supplémentaire que leurs équivalents papier<sup>80</sup>. L'information répartie aux différents coins de l'écran, présente une délinéarisation dans sa forme, ne permet pas la lecture attentive offerte par les colonnes d'un journal.

L'utilisateur doit opérer une sélection dans la myriade de publications exposées. Le regard balaye la page et s'arrête sur des titres, sous-titres, technomots surlignés ou mis en évidence par les caractéristiques éditoriales de l'article. Les listes dressées sous-forme de tirets ('bullet point list') sont un format privilégié pour résumer une opinion : efficaces, percutantes et concises, elles demandent peu d'efforts de la part du lecteur.

D'après une étude réalisée par Google, 40 % des internautes quitteraient une page dont le temps de chargement serait supérieur à 3 secondes<sup>81</sup>. Pourtant, 70% des sites disposent d'un temps de chargement moyen de 7 secondes<sup>82</sup>.

Cette habitude, bien ancrée dans le caractère des usagers habitués à être exposés à du contenu numérique, a contribué à faire du bouton « reculer d'une page » le troisième technogeste le plus utilisé sur le net<sup>83</sup>. Sur les RSN, l'immédiateté et la vitesse du trafic sont les premiers critères recherchés pour la bonne expérience d'un usager. Ainsi, les articles politiques présents sur ces plateformes ne se diffusent pas par leur qualité mais leur capacité à séduire en un temps record. Il est estimé que sur cent personnes cliquant sur un article, 5% d'entre eux ne passeront pas le stade du titre avant de faire demi-tour<sup>84</sup>. Ils seront moins de la moitié à lire la publication dans son intégralité<sup>85</sup>. L'attention moyenne d'un être humain – à ne pas confondre avec le temps de concentration maximale – est de 8 secondes<sup>86</sup>. En ligne, il est de 15 secondes pour 55% des internautes<sup>87</sup>. Selon une étude commandée par Chartbeat, une publication ayant intéressé un utilisateur pendant plus de trois minutes sera deux fois plus susceptible de déboucher sur une visite future de la page qu'un post ayant capté une minute de son attention<sup>88</sup>. Pour pallier la fuite des lecteurs face à de longs articles chronophages certains médias ont fait le

---

<sup>80</sup> Zaphiris, Panayiotis. "Reading Online or on Paper: Which is Faster?" Cyprus University of Technology. August 2001.

<sup>81</sup> Bayard, Floriane. « Smartphone : 50% des français quittent un site web s'il prend plus de 3 secondes à s'afficher ! » *Phonandroid*. Publié le 27 octobre 2017.

<sup>82</sup> Auteur N.A « Temps de chargement de page : les bonnes pratiques en 2022. » *Bew-Web.com*. Publié le 9 juin 2022.

<sup>83</sup> Nielsen, Jakob. "How little do users read?" Nielsen Norman Group – Study. On May 5<sup>th</sup>, 2008.

<sup>84</sup> Manjoo, Farhad. "You won't finish this article. Why people online don't read to the end." *Slate*. On June 3<sup>rd</sup>, 2013.

<https://slate.com/technology/2013/06/how-people-read-online-why-you-wont-finish-this-article.html>

<sup>85</sup> Ibid.

<sup>86</sup> Dortier, Jean-François. « La concentration : du poisson rouge à Thomas Edison. » *Sciences Humaines*. Décembre 2017.

[https://www.scienceshumaines.com/la-concentration-du-poisson-rouge-a-thomas-edison\\_fr\\_38907.html](https://www.scienceshumaines.com/la-concentration-du-poisson-rouge-a-thomas-edison_fr_38907.html)

<sup>87</sup> Haile, Tony. "What You Think You Know About the Web Is Wrong." *Time*. On March 9<sup>th</sup>, 2014.

<https://time.com/12933/what-you-think-you-know-about-the-web-is-wrong/>

<sup>88</sup> Nielsen, Jakob. "How little do users read?" Nielsen Norman Group – Study. On May 5<sup>th</sup>, 2008.

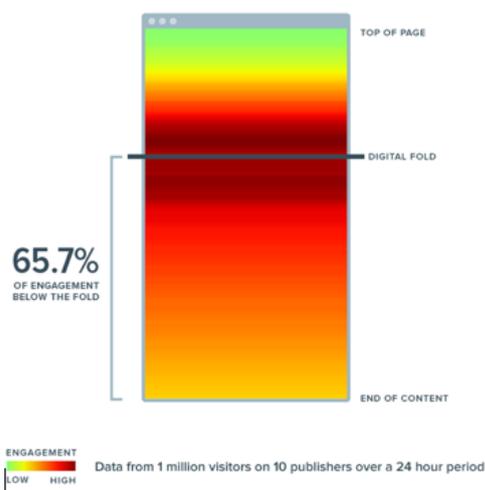
<https://www.nngroup.com/articles/how-little-do-users-read/>

choix d'afficher le nombre de minutes nécessaires à leur découverte. A défaut, ils présentent un chapeau résumant les propos tenus.

Quand certains utilisateurs jugent leurs messages trop développés et craignent de ne pas être lus, ils annotent à la fin de leur post l'abréviation TL ; DR<sup>89</sup> (Too long ; did not read) accompagnée d'une ou deux phrases condensant les points principaux de leur argumentation. Ce résumé, adressée à la communauté, sert de sommaire improvisé et aide à conserver de la visibilité dans un espace où le concis prime sur le volume. D'après un article du magazine *Time*, 100 visiteurs sur une publication Facebook ne mèneront qu'à 8 « j'aime » réactions. Dans le cadre de Twitter, sur 100 usagers ayant été exposés à un article, un seul produira un tweet en lien avec celui-ci<sup>90</sup>.

TL ; DR : Les RSN sont des plateformes caractérisées par un flux dynamique et continu d'informations. Les internautes sont submergés par des centaines d'informations, aussi bien dans leur flux d'actualité qu'au sein de la page d'accueil de leurs sites préférés, et doivent opérer une sélection dans leurs choix de lecture. Leurs décisions ne sont pas influencées par le sens ou la qualité du contenu mais par sa forme et l'attrait qu'il inspire. Par conséquent, des messages concis, suscitant des sentiments positifs et attisant la curiosité seront favorisés par la majorité. Dans un contexte politique, les articles les moins développés ou inspirant un sentiment de familiarité seront privilégiés sur la multitude de contenu disponible. Même si une page est choisie plutôt qu'une autre, on estime que seul 20%<sup>91</sup> du texte qu'elle contient sera parcouru.

## WHERE WE SPEND TIME READING



*Figure 7: Tony Hail's graphic borrowed from his article "What You Think You Know About the Web Is Wrong" - See reference in footnotes.*

<sup>89</sup> Definition – "TLDR." Cambridge dictionary [online.] Consulted in May 2023. <https://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais/tldr>

<sup>90</sup> Haile, Tony. "What You Think You Know About the Web Is Wrong." *Time*. On March 9<sup>th</sup>, 2014.

<sup>91</sup> Nielsen, Jakob. "How little do users read?" Nielsen Norman Group – Study. On May 5<sup>th</sup>, 2008.

A. 1.2 – Une mise en page **addictive** fondée sur un désir de **reconnaissance**.

Au-delà de la diffusion rapide de l'information, les réseaux sociaux connaissent une grande popularité grâce à leur mise en page addictive. Pour comprendre ce dont il est question, il est nécessaire d'approcher le fait par un bref récapitulatif de leurs attraits. Selon une étude dirigée par le Pew Research Center (2011), la première motivation derrière la création d'un compte est de conserver un contact régulier avec sa famille ou ses proches<sup>92</sup>.

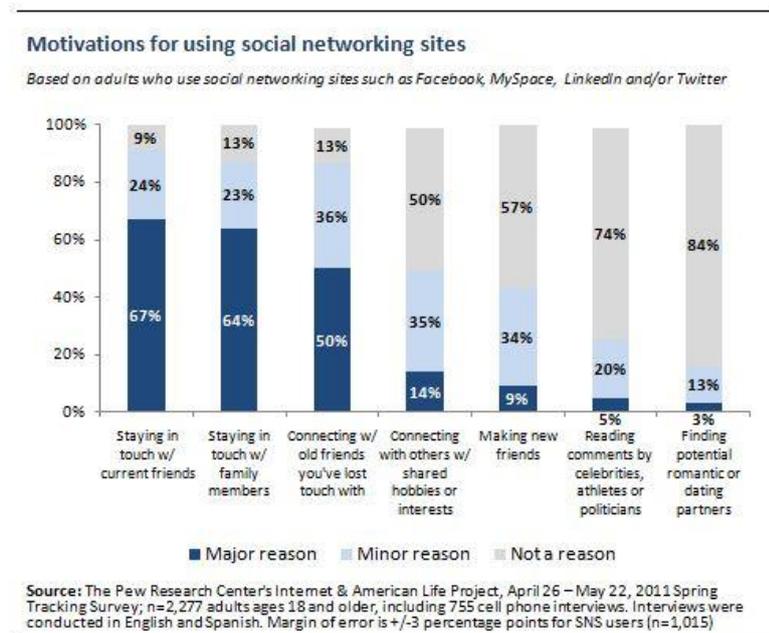


Figure 8 SOURCE: Smith, Aaron. "Why Americans use social media." Pew Research Center. November 15<sup>th</sup>, 2011. <https://www.pewresearch.org/internet/2011/11/15/why-americans-use-social-media/>

Ce motif reste la motivation principale pour les usagers dont l'âge ne dépasse pas les cinquante ans.

(a) Les amis, (b) la famille, (c.) les anciens collègues, camarades d'étude ou (d) les relations tissées sur des centres d'intérêts communs forment les principaux contacts du cercle social numérique. Aaron Smith distingue néanmoins Twitter de Facebook, car il représente un cadre dans lequel il est plus fréquent de suivre des personnalités publiques, dénuées de tous liens relationnels préexistants. Toutefois, peu importe le média dont il est question, le facteur social domine.

Une autre étude effectuée en 2023<sup>93</sup> démontre la pertinence de ce point : le premier objectif d'un profil sur les réseaux est de converser avec ses proches (48.2 %.)

Néanmoins, il apparaît que la liste des raisons justifiant une présence en ligne s'est développée et affinée au fil des années. 36.8 % des personnes interrogées disent faire appel aux RSN pour se divertir, 34.5% scrollent les pages en quête d'histoires pouvant assouvir leur curiosité et 29.2% chercheraient

<sup>92</sup> Smith, Aaron. "Why Americans use social media." *Pew Research Center*. November 15<sup>th</sup>, 2011. <https://www.pewresearch.org/internet/2011/11/15/why-americans-use-social-media/>

<sup>93</sup> Kemp, Simon. "Digital 2023 April Global Statshot Report." *DataReportal*. April 27<sup>th</sup>, 2023. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-april-global-statshot>

du contenu susceptible de les intéresser<sup>94</sup>.

Cette nouvelle étude met en lumière un autre aspect crucial de ces plateformes : ils ne représentent plus de simples moyens de communication, ils sont devenus des espaces où se développe une culture du divertissement.

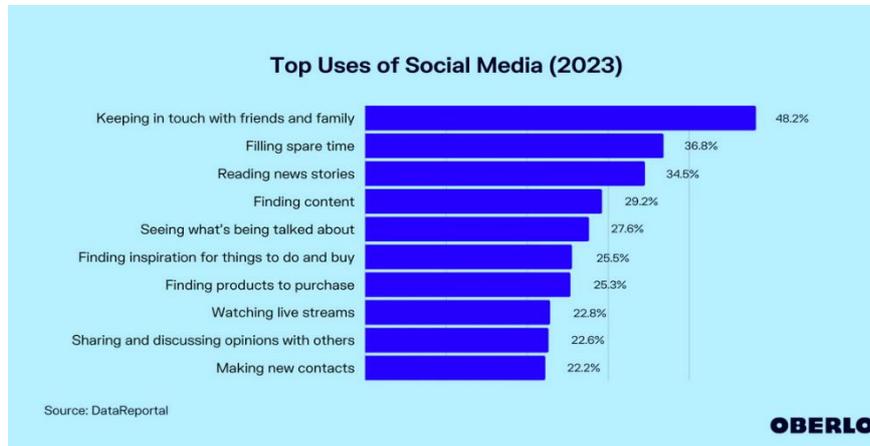


Figure 9 ; SOURCE : <https://www.oberlo.com/statistics/tiktok-age-demographics>

Désormais, le facteur hédonique est pris en compte lors de la recherche. Il se traduit d'ailleurs par des raisons diverses passant du désir de consommer un format audiovisuel (22.8 %) au besoin d'échanger avec autrui (22.6 %.) Tous ces facteurs tendent pourtant vers un point de convergence : la volonté de se sociabiliser ou d'être exposé à d'autres éthè.

La construction d'un ethos individuel passe obligatoirement par une reconnaissance de l'autre.

Comme l'illustre la célèbre citation de Jean-Paul Satre – « l'Enfer, c'est les autres » – l'image que renvoie une personne est toujours affectée par le jugement de ses semblables. L'existence d'un ethos pré-discursif témoigne de la facilité à catégoriser les individus dans des cases stéréotypées et admises socialement.

Pour un activiste engagé, la légitimité de son ethos numérique devra passer par une reconnaissance de ses pairs. Les signes de cette validation collective pourront se transmettre verbalement ou par des réactions connotées positivement. Déjà cité à plusieurs reprises, le bouton « j'aime », et ses équivalents réactionnels, participent à la création d'un discours tacite. La présence de ce composant non-langagier est interprétée comme un signe d'approbation et remplace le commentaire. Plus encore, le « j'aime » peut se soustraire et être remplacé par des technosignes similaires. La plateforme TikTok vend – contre de l'argent bien réel – des symboles destinés à être échangés entre utilisateurs en tant que cadeaux vir-

---

<sup>94</sup> Ibid.

tuels. Le marché américain représente à lui seul pour le média chinois 310 millions de dollars de recettes pour leur acquisition<sup>95</sup>. Dans un article du *Figaro*<sup>96</sup> les valeurs suivantes sont évoquées : « une rose virtuelle vaut une pièce, un donut 30 pièces, une casquette 99 pièces, un canard 299 pièces, un chat 3999 pièces et un bélier 9999 pièces. Un pack de 36 pièces vaut 0,50 euro, un pack de 700 pièces s'échange contre 11,39 euros, et il faut dépenser 116,15 euros pour obtenir 7000 pièces. »

Pour un créateur de contenu, recevoir un tel « cadeau virtuel » représente deux avantages : (a) la confirmation que le contenu est apprécié par les spectateurs et (b) la possibilité de transformer ces symboles en une autre forme de monnaie – le diamant – convertible en euros et représentant un revenu financier potentiel si le succès est au rendez-vous. Pour chaque conversion monétaire la plateforme touche une commission de 50%. L'exemple de TikTok n'est pas un cas unique, Reddit use du même principe de dons de « cadeaux virtuels » pour communiquer les sentiments d'un usager sur un post par le biais d'un système de « récompenses. » A l'inverse de TikTok, les récompenses expriment un senti clairement défini et peuvent renvoyer à des émotions négatives. Recevoir une récompense n'est pas toujours synonyme d'approbation et peut desservir la réputation d'un redditeur. Placées en évidence à côté du titre de la publication, elles sont visibles par l'ensemble des lecteurs et peuvent influencer la réception du message : un message possédant des récompenses traduisant un sentiment partagé ou des commentaires bienveillants sera plus perceptible d'influencer positivement les autres usagers. Au contraire, un post affichant des « récompenses » marquant le désaccord créera une certaine appréhension chez le lecteur ; les opinions exprimées dans la section commentaire seront moins modérées car elles exprimeront le sentiment général du groupe.

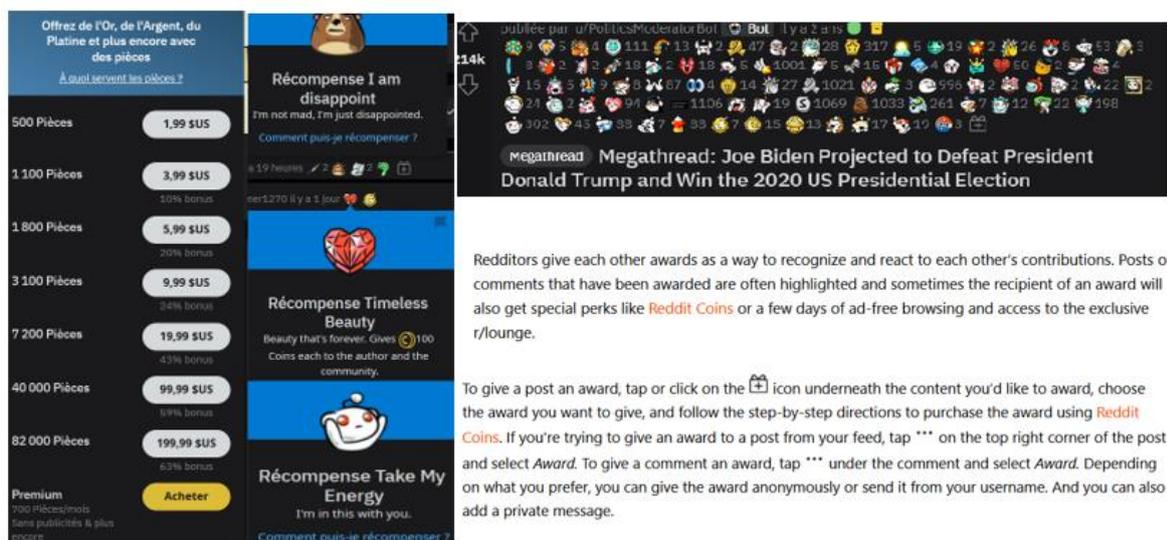


Figure 10 Montage photo à partir de captures d'écran de la plateforme REDDIT

<sup>95</sup> Woitier, Chloé. « TikTok est devenu l'application où les internautes dépensent le plus d'argent. » *Le Figaro* [Section Tech & Web ; en ligne.] Publié le 8 avril, 2022. <https://www.lefigaro.fr/secteur/high-tech/tiktok-est-devenu-l-application-ou-les-internautes-depensent-le-plus-d-argent-20220408>

<sup>96</sup> Ibid.

Dans un contexte communautaire, ces réactions, récompenses ou cadeaux sont avidement recherchés par les utilisateurs pour la validation sociale qu'ils représentent. Sur le plan cérébral, elles entraînent un stimulus positif et vont actionner le système hédonique<sup>97</sup> (système de récompense.) Celui-ci va alors relâcher de la dopamine face aux retours positifs des autres usagers<sup>98</sup>. Un tel phénomène renforce le comportement social des utilisateurs, récompensés par un sentiment de grande satisfaction et réconfortés dans leurs croyances, ils auront tendance à attribuer plus de temps aux RSN. Si une telle réaction est jugée normale et inoffensive de temps à autre, elle peut déboucher dans certains cas extrêmes sur des formes d'addiction aux réseaux sociaux<sup>99</sup>.

TikTok est d'ailleurs régulièrement pointé du doigt dans l'actualité pour avoir exploité les facteurs renforçant le processus d'addiction à un réseau social<sup>100</sup>. Pour recontextualiser dans un contexte états-unien, le réseau compte plus de 150 millions de comptes américains<sup>101</sup>. De cette valeur, il est estimé que la majorité des comptes appartiennent à des adolescents ou jeunes adultes. 38.9% des TikTokers appartiendraient à la tranche d'âge des 18-24 ans, 32.4% seraient âgés entre 25 et 34 ans<sup>102</sup>. 71.3 % des comptes seraient donc gérés par des jeunes adultes en âge de voter et conscients des enjeux politiques.

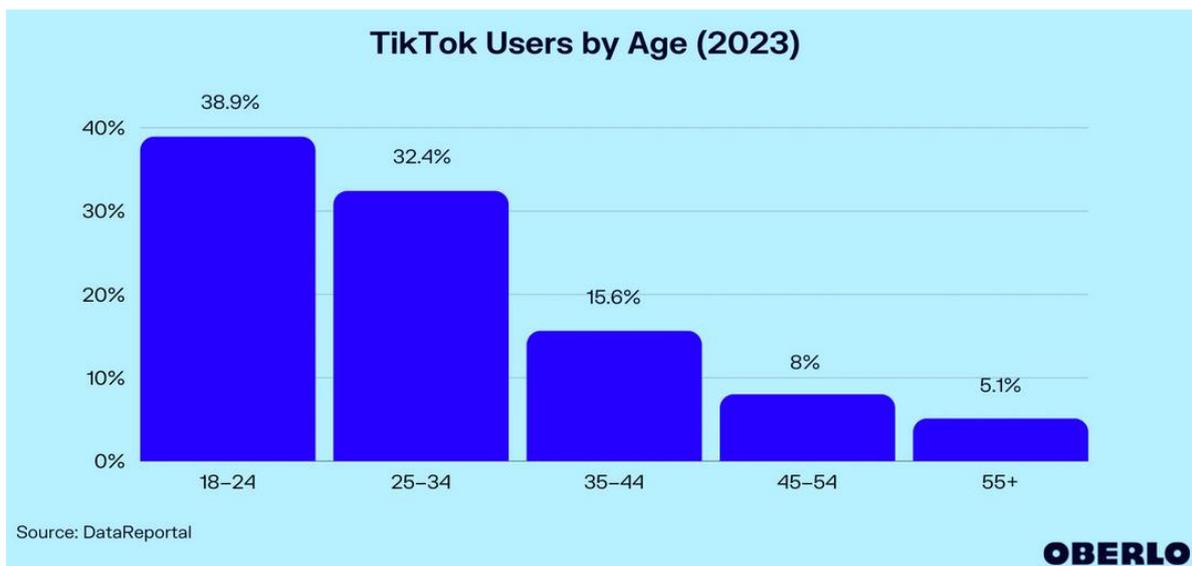


Figure 11 SOURCE <https://www.oberlo.com/statistics/tiktok-age-demographics>

<sup>97</sup> Wikipedia. Page – « Système de récompense. » 2023. Consulté en mai 2023.

<sup>98</sup> Anonymous. " Why is Tiktok So Addictive? Experts Weigh in Amid New Safety Feature " Health Tech Digital. April 13th, 2023.

<https://www.healthtechdigital.com/why-is-tiktok-so-addictive-experts-weigh-in-amid-new-safety-feature/>

<sup>99</sup> Charpentier, Hugo. Tik Tok : « "Sans s'en rendre compte, ça devient addictif", avouent de jeunes utilisateurs. » France Info. Publié le 2 mars 2023.

[https://www.francetvinfo.fr/internet/reseaux-sociaux/temoignages-sans-s-en-rendre-compte-ca-devient-addictif-avouent-des-jeunes-utilisateurs-de-tiktok\\_5688206.html](https://www.francetvinfo.fr/internet/reseaux-sociaux/temoignages-sans-s-en-rendre-compte-ca-devient-addictif-avouent-des-jeunes-utilisateurs-de-tiktok_5688206.html)

<sup>100</sup> Anonymous. "How TikTok Is Addictive - Psychological Impacts of TikTok's Content Recommendation System." DataSeries. September 6th, 2020.

<sup>101</sup> Anonymous. "Celebrating our thriving community of 150 million Americans" TikTok [Section News] March 21st, 2023. <https://newsroom.tiktok.com/en-us/150-m-us-users>

<sup>102</sup> Anonymous. "TikTok Age Demographics." Oberlo. 2023.

Cette réalité s'inscrit d'ailleurs dans l'existence de profils activistes ou dédiés au décryptage de l'actualité. L'addiction aux réseaux sociaux se produit à cause de différents facteurs, voici la liste des plus notables :

- **Un format court et chronophage** : Sujet abordé au début du deuxième axe, les RSN similaires à TikTok attirent leurs utilisateurs au moyen d'un format court et attrayant faisant appel à de l'humour, du contenu sexuellement connoté, du propos polémique ou un contenu attisant la curiosité. Les vidéos présentées dépassent rarement une minute, la majorité vont d'une quinzaine à une soixantaine de secondes et suffisent à capturer la pleine attention d'un consommateur sans qu'il n'éprouve de l'ennui. La satisfaction des usagers résulte d'une stimulation cérébrale ; celle-ci contribuera à la sécrétion de dopamine.
  
- **Un algorithme pensé comme atout marketing** : Les RSN, en tant que plateformes destinées à engendrer du revenu pour maintenir leurs serveurs, doivent maintenir une base constante d'utilisateurs connectés. L'algorithme du site va analyser le type de vidéo consultées par un profil afin de suggérer des publications similaires. Cette stratégie marketing – rendue possible par l'acceptation des cookies et l'analyse des habitudes de l'utilisateur – va alors consister à solliciter continuellement l'attention de l'internaute en lui proposant une infinité de contenus. Sur TikTok, la création d'une page pensée pour satisfaire des attentes idiosyncratiques ('For You' page) reflète la volonté de présenter une expérience unique à chacun<sup>103</sup>. Plus encore, elle ancre l'individu dans un espace personnel et familier dans lequel il s'identifie. L'exploration de « Rabbit holes » numériques dérive des suggestions sempiternelles de l'algorithme en tant qu'outil pensé pour une finalité lucrative.
  
- **Une addiction à la reconnaissance sociale** : La reconnaissance sociale est communiquée à travers le technolangage (mots-dièse reflétant une opinion méliorative, la rédaction d'un commentaire subjectif...) ou l'ajout de technosignes (une réaction « j'aime », une récompense, un cadeau virtuel...) Ces derniers activent le circuit de récompense cérébrale en confortant l'égo de l'utilisateur ayant reçu des réactions positives. La recherche constante de validation des pairs sera considérée comme disproportionnée.

---

<sup>103</sup> Anonymous. " Why is Tiktok So Addictive? Experts Weigh in Amid New Safety Feature " Health Tech Digital. April 13th 2023.

- **L'exploitation des sentiments** : Le technodiscours maintenu sur les RSN favorise un appel aux affects – le pathos – plutôt qu'à la raison (le logos ; le discours argumenté et réfléchi.)

La viralité s'opère traditionnellement par la manipulation des sentiments, et la majorité des publications « tendances » sur les pages d'accueil n'ont fait pas l'exception. De ce fait, les utilisateurs attirés par les messages attrape-clics ou sensibles émotionnellement auront tendance à partager et visionner ce type de contenu. Dans le cadre politique, ce sont les messages polémiques ou calomnieux qui généreront le plus de trafic.

- **Un besoin comblé d'interactions sociales** : TikTok répond également à des besoins sociaux humains. L'espace commentaire et le tchat lors des lives apparaissent comme des exemples évidents de lieux où les échanges se créent ; à ces exemples s'ajoute parfois un enchevêtrement dans les dialogues à travers l'incorporation de la parole d'un tiers dans une nouvelle production. Ainsi une vidéo peut mettre en scène du contenu reprenant une citation audiovisuelle ; l'objectif étant souvent d'utiliser des références connues du grand public ou de s'associer ludiquement au travail d'un pair. Ces échanges interposés animent la vie de la plateforme. Le dialogue s'effectue aussi en temps réel, particulièrement lors de la diffusion de live. Ce format permet une prise de parole plus poussée et sert à mettre en relation des communautés grâce à l'association de différentes personnalités. Le 'featuring' (terme indiquant la participation d'un artiste) est une tactique adoptée par certains créateurs pour bénéficier d'une plus grande visibilité. Elle permet d'exposer deux publics appartenant à des communautés distinctes à une création associative.

Comme l'explique Grégoire Lacaze<sup>104</sup> : « [...] le diffuseur d'un live peut choisir d'inviter jusqu'à trois autres TikTokeurs dans son live. Un live TikTok peut ainsi diffuser jusqu'à quatre flux vidéo simultanément, le dispositif technologique de la plateforme offr[e] une mise en scène interactionnelle entre ces TikTokeurs. »

L'ensemble de ces facteurs ne se limite pas à cette plateforme, leurs fonctionnements reposent sur les mêmes principes sur Twitter, Facebook, Instagram ou d'autres médias similaires.

#### A.1.3 - L'utilisateur au sein d'une communauté – le **CAPITAL SOCIAL** au sein d'un groupe.

Le « capital social », notion employée dans les sciences humaines, et popularisée par les travaux de Pierre Bourdieu s'adapte à l'étude des réseaux sociaux.

---

<sup>104</sup> Lacaze, Grégoire. « L'exploitation de la plurisémiotité et des affordances numériques dans les interactions verbales des lives TikTok. » *8e Congrès Mondial de Linguistique Française*. Juin 2022, Orléans, France.

En 1980, Bourdieu la définit de la façon suivante : « Le capital social est l'ensemble des ressources actuelles ou potentielles qui sont liées à la possession d'un réseau durable de relations plus ou moins institutionnalisées d'interconnaissance et d'inter-reconnaissance ; ou, en d'autres termes, à l'appartenance à un groupe [...] Le volume du capital social que possède un agent dépend donc de l'étendue du réseau des liaisons qu'il peut effectivement mobiliser et du volume du capital (économique, culturel ou symbolique) possédé [...] Le capital social n'en est jamais complètement indépendant du fait que les échanges instituant l'inter-reconnaissance supposent la reconnaissance d'un minimum d'homogénéité « objective » et qu'il exerce un effet multiplicateur sur le capital possédé en propre<sup>105</sup>. »

Dans un cadre numérique elle est représentée par des métriques : le nombre de comptes abonnés à un profil, les statistiques renvoyant aux visites des utilisateurs sur une page, ainsi que le nombre de retours de la part de la communauté témoignent du capital social d'un internaute. James Coleman considère la valeur utilitaire de ce capital, d'un point de vue pragmatique, la mobilisation d'une audience aide à la réussite d'un projet<sup>106</sup>. Elle tend également vers une finalité si le public-cible est exposé à un message ou des valeurs politiques. Sur les RSN, des citoyens engagés se doivent de maintenir une base d'utilisateurs fidèles pour faire circuler leurs idées. Si l'on reprend les points exposés par Bourdieu, une personne bénéficiant d'un capital social préétabli dû à leur héritage générationnel, leur capital économique, culturel ou symbolique bénéficiera d'une meilleure exposition qu'un citoyen dans l'obligation de se forger une réputation. Ainsi, les personnalités dites publiques (célébrités, politiciens, figures médiatiques de renom...) s'engageront sur les réseaux avec une base d'abonnés plus considérable. Les citoyens cherchant à élargir leur visibilité pourront s'adonner à la stratégie de l'auto-promotion par association. En reprenant par citation le discours tenu par une figure, l'utilisateur établit un lien entre son ethos numérique et la personne dont il rapporte les propos. Le discours rapporté peut aboutir à une tentative de discréditer le message au profit de sa propre opinion (exposition par opposition des valeurs exprimées) ou par la reconnaissance d'un pair (identification d'un confrère politique.) Le discours rapporté<sup>107</sup> est :

- **Résumant** : dans l'optique où les propos repris sont reformulés grâce à un résumé ou à un lien url explicitant le contenu du message original (souvent par une description automatique.)
- **Intégral** : dans la mesure où il est possible de remonter à la source originale, le contexte premier sera alors préservé. Un simple « partage/retweet » du message (notamment dans

---

<sup>105</sup> Bourdieu, Pierre. « Le capital social. » *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*. 1980. n°31, pp 2-3.

[https://www.persee.fr/doc/arss\\_0335-5322\\_1980\\_num\\_31\\_1\\_2069](https://www.persee.fr/doc/arss_0335-5322_1980_num_31_1_2069)

<sup>106</sup> Ponthieux, Sophie. « III. Bourdieu : le « capital social » », Sophie Ponthieux éd., *Le capital social*. La Découverte, 2006, pp. 33-42.

<sup>107</sup> Paveau, Marie-Anne. « Technodiscours rapporté ». *Dictionnaire d'analyse du discours numérique (DADN), Technologies discursives, L'analyse du discours numérique*. 2014. <http://technodiscours.hypotheses.org/606>.

le cas de Twitter) – avec ou sans ajout de commentaire – suffit à le caractériser comme discours citant. L’usage de la ponctuation appropriée (guillemets) peut être utilisée afin de marquer une distinction entre les deux voix, si l’utilisateur ajoute un commentaire personnel, bien que la forme soit plus libre dans un contexte numérique.

- **Répétant** : dans le cas où le discours cité serait repris comme tel, sans indication explicite de la source originale ou emploi de la ponctuation, et aurait été posté dans un contexte numérique particulier (blog/forum/plateforme encourageant la circulation du discours...) L’utilisateur a conscience qu’il existe une source antérieure et établit un rapprochement avec la publication originale. Le modèle du discours rapporté répétant est très répandu au sein des blogs ou médias reposant sur le partage perpétuel du contenu. De ce fait, le reblogging n’est pas considéré comme une forme de plagiat mais de citation.

L’auto-promotion au moyen du discours rapporté est une pratique répandue, néanmoins il reste nécessaire de souligner qu’elle ne fait que tirer profit du capital social d’une figure déjà intégrée dans un écosystème réticulaire. Force est de constater que les utilisateurs tendent à accorder leur confiance à des profils possédant une grande base d’abonnés. Cette réaction des plus communes repose sur une logique fallacieuse : plus un individu sera suivi, plus son contenu sera supposé comme légitime ou qualitatif. Il s’agit en réalité d’un sophisme qui s’explique par la nature grégaire des individus, celle-ci les pousse à se conformer au comportement de leurs semblables<sup>108</sup>. Si une communauté juge un individu digne de confiance, l’usager sera moins enclin à questionner la véracité du discours. Psychologiquement, l’usager tendra à suivre le nombre plutôt que le logos.

Plus encore, le capital social est basé sur le principe d’un cercle vertueux. Un compte générant de nombreuses publications populaires attirera un trafic constant d’usagers sur la page. Après avoir détecté la fréquence de ces flux de trafic, l’algorithme sera plus susceptible de suggérer le profil à d’autres individus, mettant en mouvement une vague potentielle d’abonnements. Ce phénomène rétroactif renforce sur le long terme le capital social, chaque contenu populaire et partagé favorise une éventuelle exposition à de nouvelles communautés. Lorsqu’un profil gagne en notoriété, il existe la possibilité que la plateforme le reconnaisse en tant que figure de renom. Sur Facebook, Twitter et Instagram, cette reconnaissance passe par l’ajout d’une coche « compte vérifié. » Attribuée à des politiciens, influenceurs, célébrités ou individus reconnus, elle participe à établir une relation de confiance

---

<sup>108</sup> Wikipedia. Page – « Comportement grégaire. » 2023. Consulté en mai 2023.

entre le profil et un groupe.

Une coche bleue peut vouloir dire deux choses différentes :

- le compte possède un abonnement actif au nouveau service Twitter Blue et il est conforme aux critères à respecter ou
- le compte avait été certifié sur la base des précédents critères de certification ([compte actif, notoire et authentique](#)).

- Un compte complet : votre compte doit disposer d'un nom d'affichage et d'une photo de profil.
- Un compte actif : votre compte doit avoir été actif dans les 30 derniers jours pour pouvoir s'abonner à Twitter Blue.
- Un compte sûr : votre compte doit avoir été créé il y a plus de 90 jours au moment de l'abonnement et disposer d'un numéro de téléphone confirmé.
- Un compte qui n'est pas trompeur :
  - La photo de profil, le nom d'affichage ou le nom d'utilisateur de votre compte (@nomutilisateur) ne doivent pas avoir été récemment modifiés.
  - Votre compte ne doit pas présenter de signes laissant supposer qu'il est [fallacieux ou trompeur](#).
  - Votre compte ne doit pas présenter de signes d'implication dans [une manipulation de la plateforme ou du spam](#).



Figure 12 Montage photo composé 1) d'une capture d'écran des conditions d'utilisations de Twitter Blue 2) La capture d'écran du profil de l'utilisateur Il Donaldo Trumpo <https://help.twitter.com/fr/using-twitter/twitter-blue> + <https://twitter.com/PapiTrumpo/>

Néanmoins, depuis la récente acquisition du site Twitter par le milliardaire Elon Musk, un abonnement nommé 'Twitter Blue'<sup>109</sup> disponible pour la somme de 8\$ par mois a été implanté sur le réseau. Les personnes en ayant fait l'acquisition bénéficient d'une meilleure visibilité grâce à une mise en avant de leur contenu par l'algorithme. Leur expérience de consommateur est également améliorée ; les fonctionnalités dont ils disposent ont été repensées pour pallier les contraintes du média. L'édition de tweets, la promotion de leurs publications, une limite de caractères repensée font partie de la liste non-exhaustive d'exemples que présente l'offre payante. Toutefois, l'existence de cet abonnement vient poser la question de savoir quel crédit apporter aux profils sponsorisés par Twitter. Le capital social, une fois de plus, n'est pas synonyme de véracité mais d'influence.

#### A. 1.4 – Memes politiques et expression citoyenne.

Pour Gainous et Wagner les réseaux sociaux ont un potentiel démocratique du fait de leur nature participative ; semblables à des agoras numériques ils donnent la parole au plus grand nombre et génèrent

<sup>109</sup> Anonyme. « Comment obtenir la coche bleue sur Twitter ». *Twitter* [Section centre d'assistance]. Consulté en mai 2023. <https://help.twitter.com/fr/managing-your-account/about-twitter-verified-accounts>

des débats dans la sphère publique<sup>110</sup>. S'il est vrai que ces cadres numériques restent dominés par certaines figures, porteuses d'un grand capital social, cela n'empêche pas le reste des usagers d'animer les sections commentaires et de s'appropriier des références populaires. L'usage du « meme » illustre cet exemple d'appropriation par une communauté<sup>111</sup> ; en tant qu'image ou contexte dont le sens a été transmué, il révèle une autre forme d'expression multimodale. L'étymologie du nom « meme » provient du terme grec « mimema » (imitation) : étudié en tant que concept culturel, il incarne une idée, une opinion, un comportement représenté symboliquement<sup>112</sup>.

Il se décline de différentes façons en ligne. Une image, une citation, un iconotexte (montage alliant texte et image), une vidéo, un gif ou même un technosigne (émoji) servent de médium à la transmission de son message. Jonas Cohen juge les memes attrayant pour leur nature malléable, simpliste et facilité d'utilisation<sup>113</sup>.

Leurs diffusions sur les RSN est similaire à celle d'un virus (d'où la notion de « viralité » pour les désigner), par conséquent leurs propagations rapides sur ces médias mènent à leur perpétuelle évolution<sup>114</sup>. Chaque meme crée un processus semblable à une sélection naturelle : si la majorité d'entre eux tombent dans l'indifférence collective et connaissent une mort symbolique, les plus populaires poursuivent leur diffusion sous diverses déclinaisons. Les modifications apportées par l'utilisateur s'effectuent par l'ajout d'un texte (légende, recontextualisation), d'un montage visuel, d'une re-création personnelle revendiquée comme une reproduction ou par la transmodalité (ex : le passage d'un format jpeg à un giph.) En dépit de certaines questions de droits d'auteur, il est difficile d'affirmer qu'un « mème » n'appartient véritablement à personne, généralement sa naissance découle d'un contexte détourné et fait l'objet d'une reprise spontanée par une communauté ayant perçu le potentiel comique de la source primaire. Il est possible d'influencer la popularité potentielle d'un mème grâce à des choix judicieux dans la saisie des mots-dièse l'accompagnant<sup>115</sup>, néanmoins le facteur chance reste considérable dans l'explication de leur popularité. Le potentiel comique, la période de publication, les mots-dièse utilisés, la renommée de la personne à son origine, sa visibilité et l'universalité du message qu'il contient sont autant de facteurs à prendre en compte pour comprendre le succès entourant un mème. Toutefois, cette liste non-exhaustive ne forme pas une recette miracle puisqu'une grande majorité des mèmes nés sur le net ont échappé à leurs créateurs. Pour ne citer que quelques exemples, le

---

<sup>110</sup> Gainous, Jason and Wagner, Kevin. M. *Tweeting to Power. The Social Media Revolution in American Politics*. Oxford University Press; 2014. Page 159.

<sup>111</sup> Rogers, Kara. "Meme – cultural concept." *Britannica*. March 31st, 2023.

<sup>112</sup> Wikipedia. Page – « Internet Meme. » 2023. Consulté en mai 2023.

<sup>113</sup> Cohen, Jonas. "What drive memes to virality? A Quantitative Study of Meme Shareability Over social media." University of Toronto. 2019.

<sup>114</sup> Wang, Lin and C. Wood, Brendan. An epidemiological approach to model the viral propagation of memes, *Applied Mathematical Modelling*, Volume 35, Issue 11, 2011, Pages 5442-5447,

<sup>115</sup> Cohen, Jonas. "What drive memes to virality? A Quantitative Study of Meme Shareability Over social media." University of Toronto. 2019.

même 'This is fine' – montrant un chien entouré d'un incendie et reniant la gravité de la situation dans laquelle il se trouve – n'a gagné en popularité qu'un an après sa date de publication originale (janvier 2013<sup>116</sup>). Les deux cases du cartoon original ont été reprises par des internautes sur 4chan et Reddit pour illustrer des situations épouvantables ou dont l'issue ne pouvait qu'être négative. Ayant ensuite été adopté par le compte officiel du parti républicain sur Twitter, son usage s'est ensuite démocratisé<sup>117</sup>.



Figure 13 : Exemples empruntés à la page Know Your Meme : <https://knowyourmeme.com/memes/this-is-fine>

Voici quelques exemples de déclinaisons du mème basées sur l'original. Certains modifient le contexte d'origine par un renversement des attentes, d'autres témoignent d'une récréation personnelle de la scène et certains empruntent la forme en conservant le message original mais changent le contexte :



Un autre exemple de mème détourné par la communauté internet peut être trouvé dans la photographie

<sup>116</sup> Page - "This is fine." *Know Your Meme*. Last modified in february 2023.

Pour plus d'informations sur ce mème en particulier, voir la vidéo proposée par la chaîne Arte décryptant l'usage politique des memes :

Le Dessous des images [chaîne YT] « "This is fine" : histoire d'un mème politique - Le Dessous des images – ARTE. » *YouTube*. 28 avril 2023.

[https://www.youtube.com/watch?v=\\_FpApQdiE8U](https://www.youtube.com/watch?v=_FpApQdiE8U)

<sup>117</sup> Ibid.

surnommée ‘Triggered feminist’ (la féministe outrée<sup>118</sup>.) Le mème a connu un véritable succès en tant qu’image-réaction par les utilisateurs de la droite américaine. Son usage sert à discréditer les activistes féministes extrêmement dévouées à leur cause ou les citoyens démocrates jugés faciles à provoquer lors de débats. Si le message porté par le mème se veut être une représentation de la supposée sensibilité des libéraux américains et de leur tempérament sanguin, il a pour origine un contexte bien plus amical. Dans une vidéo postée sur YouTube<sup>119</sup>, la femme moquée apparaît aux côtés d’un partisan de Trump. En dépit de leurs différences politiques, leur échange reste affable et courtois et n’exprime nullement la colère supposée par le choix de la photographie.



1. LE MEME "TRIGGERED FEMINIST"



2. SA VÉRITABLE HUMEUR DANS LA VIDÉO

Les mèmes se distinguent donc grâce à leur déclinaison de messages infinis, il existe un mème adapté pour chaque situation. Ils sont d’ailleurs catalogués sur le site **Know Your Meme**, dont la fonction est similaire à une encyclopédie, afin d’aider les utilisateurs à en comprendre le sens. Les messages qu’ils portent permettent souvent une identification personnelle de l’usager ou un rapprochement avec une situation vécue, ainsi ils tendent à l’universalité puisque chaque internaute saura se reconnaître dans les faits exposés. Il existe également des sites, tels que **Meme generator**, permettant leur création. Les usagers peuvent réaliser un mème à partir d’un catalogue de différents modèles, chacun adapté à un contexte particulier, et le personnaliser grâce aux outils disponibles. En plus de représenter des situations universelles, la finalité d’un mème peut être multiple. Certains sont purement comique, d’autres s’ancrent dans un contexte commercial, financier, social ou renvoient à l’actualité.

Lieven Vandelanotte se focalise principalement dans ses travaux sur les mèmes politiques<sup>120</sup>. Pour le chercheur, les mèmes politiques donnent l’opportunité aux usagers de s’exprimer subjectivement sur des sujets appartenant à la sphère publique. Cette expression singulière transparaît à travers l’usage du texte, d’images symboliques ou d’une mise en scène des pensées de l’usager. Il peut arriver dans certains

<sup>118</sup> Page - "Triggered Feminist." *Know Your Meme*. Last modified in 2022.

<sup>119</sup> Alberta, Amelia. "Trump Supporters Shut Down Protesters" *YouTube*. Published on January 29th, 2017. <https://www.youtube.com/watch?v=byOIBCpNKEM&t=200s>

<sup>120</sup> Vandelanotte, Lieven. « (Non-)quoting and subjectivity in online discourse », *E-rea* [En ligne], 17.2 | 2020, mis en ligne le 15 juin 2020, consulté le 05 mai 2023. URL : <http://journals.openedition.org/erea/9782> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/erea.9782>

cas qu'une citation ne soit pas attribuée pour renforcer le processus d'identification<sup>121</sup> ; l'opinion de celui qui a alors posté l'image devient une quasi-vérité générale. Dans un contexte politique, les mêmes favorisent la diffusion de certains stéréotypes renvoyant à des communautés. Vandelanotte reprend l'exemple de memes rédigés dans un anglais vernaculaire, se distinguant du Standard English (SE ; l'anglais standard d'Oxford), cherchant souvent à imiter la variété d'African American English<sup>122</sup> (AAE.) Par exemple, un même reprenant l'expression « be like » – qui est un usage grammaticalement incorrect en SE – aura plus de possibilité d'être repris pour cibler la communauté afro-américaine. Sur les réseaux sociaux, les memes mettent régulièrement en scène des critiques explicites par la dénonciation de comportements hypocrites. L'ajout d'un même-réaction en réponse à un tweet peut être détourné dans sa forme. Ainsi, un utilisateur rajoutant la mention « airhorn sound » pour signaler la tonalité sarcastique de son message ou écrivant en toutes lettres « this-is-fine.gif » effectue une référence métatextuelle à un meme préexistant. Les autres utilisateurs sont assez familiers avec l'image originale pour reconnaître la référence indiquée. Métonymiquement, la forme se modifie mais le sens du concept persiste<sup>123</sup>.

Si certains memes sont assez populaires pour être reconnus sans aucune difficultés, d'autres renvoient à un contexte bien précis. L'écosystème numérique des publications donne des indices contextuels sur le message sous-entendu. Un exemple du corpus de tweets fait d'ailleurs mention à un meme de 2017, renvoyant à une coquille du président Trump<sup>124</sup>, pour moquer l'erreur de la républicaine Marjorie Taylor Greene. En se basant sur le contexte du tweet, on comprend que « covfefe » fait également référence à une faute de frappe, le point commun réside dans la similitude de ces deux situations.



Covfefe est une faute de frappe du mot anglais « coverage » faite dans un tweet devenu viral du président américain Donald Trump, qui est devenu par la suite un meme internet. Peu après minuit (HAE) le 31 mai 2017, Trump a tweeté « Malgré la [covfefe] négative constante de la presse », et s'est arrêté.

 [Wikipedia](https://fr.wikipedia.org/wiki/Covfefe)  
<https://fr.wikipedia.org/wiki/Covfefe> :  
[Covfefe - Wikipédia](#)

<sup>121</sup> Ibid.

<sup>122</sup> Ibid.

<sup>123</sup> Ibid.

<sup>124</sup> Wikipedia. Page – « Covfefe. » 2023. Consulté en mai 2023.

Les mèmes, en plus de diffuser des messages et des valeurs, contribuent à donner de la visibilité à un individu. Pour cette raison, certains utilisateurs tentent de rattacher un mème à leur personne pour promouvoir leur réputation en ligne et accroître leur capital social. Certains politiciens le font lors de périodes électorales et essaient de provoquer du buzz autour de leur ethos numérique<sup>125</sup>. Plus que de simples montages destinés à inciter au rire, les mèmes sont devenus des outils d'influence pour atteindre un grand public et exposer une opinion.

## **B. Des plateformes politiquement orientées – Comprendre comment une communauté politique se fonde sur un RSN.**

2.1 – Focalisation sur **les subreddits** ; des lieux d'échanges pensés pour rassembler des individus.

Reddit est un réseau social numérique fondé sur l'idée d'appartenance à un groupe. Le site est divisé en plus de 10 000 subreddits<sup>126</sup>, chacune d'entre elles représentent une communauté animée autour d'un centre d'intérêt commun. La richesse de la plateforme découle de la possibilité de discuter d'une multitude de sujets entre internautes. Ainsi, il est possible d'engager une conversation sur l'actualité politique, de demander des conseils relationnels, de profiter de contenu vidéo-ludique ou de se renseigner sur une œuvre de fiction en surfant d'une communauté à une autre. Une subreddit se distingue par son nom ; la lettre « r » fait office de préfixe, elle est suivie d'une barre oblique précédant le nom de la communauté. Un internaute rencontrant la mention « source : r/politics » comprendra alors que le contenu dérive originellement de la plateforme Reddit. Chaque groupe bénéficie de son propre microcosme géré par un groupe de modérateurs, d'adhérents et de commentateurs réguliers. L'espace de vie numérique est organisé par une liste de règles spécifiques présentées sur la page d'accueil de chaque *subreddit*, celles-ci peuvent varier d'une communauté à l'autre. Elles reflètent les attentes auquel l'ethos de l'utilisateur devra se conformer pour conserver sa place de membre. Dans le cas contraire il s'exposera aux risques de voir ses publications supprimées ou de subir un bannissement. Avec un flux mensuel de 430 millions d'utilisateurs actifs<sup>127</sup>, le réseau ne cesse, depuis quelques années, de gagner en popularité. Pour ne prendre qu'un exemple, entre 2018 et 2019, le site a connu une

---

<sup>125</sup> Vinogradoff, Luc. « De l'intérêt de devenir un mème aujourd'hui en politique. » *Le Monde*. 16 mai 2017. Modifié le 18 mai 2017.

<sup>126</sup> Robards, Brady. "Belonging and Neo-Tribalism on Social Media Site Reddit". Australia; Monash University. March 2018 DOI:10.1007/978-3-319-68207-5\_12

<sup>127</sup> Patard, Alexandra. Reddit : les chiffres clés et les sujets les plus populaires en 2019. Blog du Modérateur [BDM ; en ligne.] 5 décembre 2019.

croissance de 30% de sa base d'utilisateurs<sup>128</sup>.

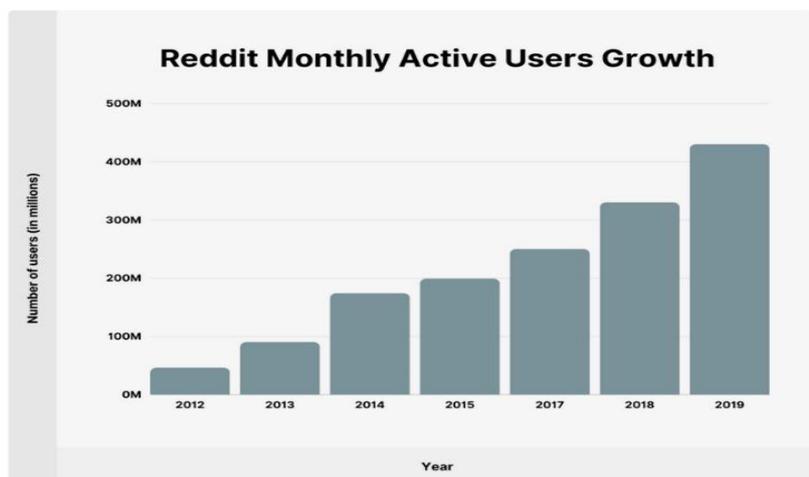


Figure 14: <https://backlinko.com/reddit-users>

Bien que le réseau soit devenu attrayant pour les internautes de toutes nationalités, il n'en reste pas moins que la plateforme reste dominée par une influence hégémonique américaine. Il est estimé que 25 % de la population américaine a déjà visité – ou utilise régulièrement – des subreddits. Plus encore, sur les 430 millions de redditeurs fidèles, 47.8 % d'entre eux seraient américains, ce qui représente approximativement la moitié de la base usagers<sup>129</sup>. Le réseau social est fortement ancré dans un cadre anglophone et occidental, cela se ressent particulièrement lorsque l'actualité est débattue au sein de communautés populaires.

| Country       | Distribution of Reddit users |
|---------------|------------------------------|
| United States | 47.82%                       |
| UK            | 7.6%                         |
| Canada        | 7.45%                        |
| Australia     | 3.89%                        |
| Germany       | 3.37%                        |

**Source:** SimilarWeb

En dépit de son nom qui pourrait supposer une focalisation sur l'actualité internationale, la subreddit *r/politics* se concentre principalement sur les politiques internes aux Etats-Unis. Régulièrement affi-

<sup>128</sup> Dean, Brian. Reddit User and Growth Stats (Updated March 2023.) *Backlinko*. Mar. 27, 2023

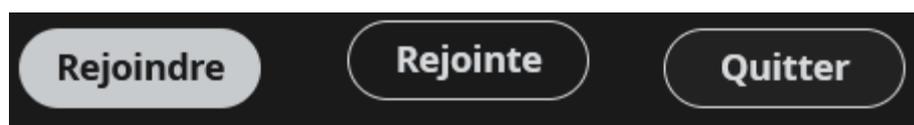
<sup>129</sup> Ibid.

chée en page des tendances grâce à ses publications populaires, elle offre un moyen rapide de s'informer rapidement sur ce qui fait l'objet de débats dans la sphère publique.



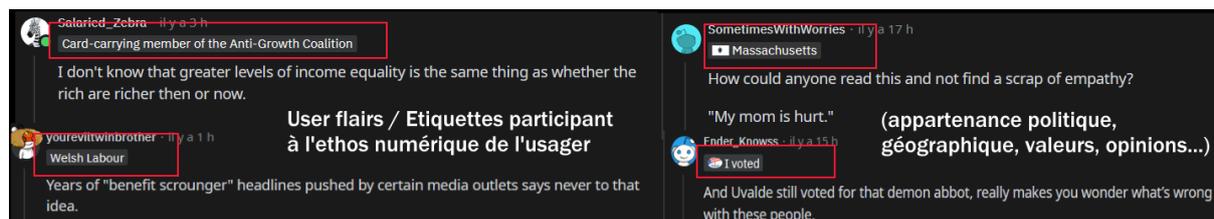
Pour les redditeurs étrangers, d'autres communautés existent pour dialoguer des sujets d'actualité ou de la politique propre à leurs pays natifs. Les Britanniques, représentant respectivement 7.6 % de l'ensemble des membres, débattent sur les subreddits r/unitedkingdom (1.5 millions de membres) ou r/uk-politics (467 000 usagers.) Etonnamment, même au sein d'un réseau social à forte influence états-unienne d'autres communautés nationales arrivent à s'établir, imitant par la même occasion la diversité multiculturelle de la société américaine. On retrouve des formes d'influence d'un groupe à un autre, ce qui contribue à rendre les frontières entre communautés poreuses. Par exemple, les communautés françaises reprennent certains subreddits anglophones en se les réappropriant par traduction et en les recontextualisant dans leur contexte culturel. Ainsi la subreddit r/AskFrance est la version francophone et pleinement assumée du groupe r/AskReddit, de même pour une multitude d'autres exemples : r/actualité (r/politics), r/Aujourd'huiJaiAppris (r/TIL), r/conseilsjuridiques (r/legaladvice), r/écologie (r/ecology) ...

Pour un citoyen américain intéressé par la perspective de s'associer à des pairs, le site propose l'option de rejoindre une communauté grâce au technobouton « rejoindre. » L'action ne demande que peu d'engagement et peut être annulée à tout moment. Néanmoins, ce simple geste permet une plus grande exposition au contenu publié – ou en lien avec les thèmes abordés - au sein du microcosme. Qui plus est, l'utilisateur aura tendance à recevoir des notifications ciblées depuis sa boîte mail à partir des informations qu'il aura renseignées sur son profil.



L'appartenance à la communauté se construit également à travers une mise en scène de son ethos numérique : un redditeur peut personnaliser son profil en ajoutant une étiquette en dessous de son pseudonyme. La mention qu'il aura ajoutée pourra servir de brève présentation de son profil, elle sera alors

le produit « d'un ethos montré. » Sinon, elle renseignera sur ses centres d'intérêt, son humeur, son appartenance géographique ou politique, dévoilant alors des marqueurs identitaires sur sa personne.



Chaque communauté incite à l'interaction entre ses membres, ces encouragements explicites s'effectuent par la publication de *mega-thread* (d'un gigantesque fil de discussion) donnant la parole aux membres sur l'actualité ou la création de sondages pour connaître le ressenti partagé du réseau. La publication de messages « **méta**[textuels] » - c'est-à-dire renvoyant à un contexte provenant d'un post issu de cette même communauté – contribue également au développement d'un sentiment de fraternité en favorisant l'apparition de références communes. Les redditeurs tissent des liens à travers des moments dont ils ont été collectivement témoins, ou acteurs, et ont le sentiment d'agir véritablement sur leur environnement numérique.

## 2.2 – Le cas 4chan : quand l'anonymat favorise des discours extrêmes.

Placé au centre des projecteurs médiatiques à la suite des nombreuses controverses découlant de la plateforme, 4chan est un réseau social connu pour ses discours haineux et radicaux. Dès sa création, remontant au 1<sup>er</sup> octobre 2003<sup>130</sup>, le site s'est distingué de ses concurrents par son apparente volonté de conserver l'anonymat de ses usagers. Pour reprendre les mots de son créateur, Christopher Poole, c'est dans la dissimulation de l'ethos social que les individus peuvent vraiment s'exprimer librement : « *Zuckerberg a tort quand il affirme que l'anonymat conduit à la lâcheté. L'anonymat, c'est l'authenticité. Il vous permet de partager d'une manière totalement brute et entière*<sup>131</sup>. »

4chan – ou le « trublion du net » désigné ainsi par le journal *Le Monde*<sup>132</sup> – est un *image-board* reposant essentiellement sur la liberté d'expression ; le forum ne demande aucune forme concrète d'identification

<sup>130</sup> Wikipedia. Page – « 4chan. » 2023. Consulté en mai 2023.

<https://fr.wikipedia.org/wiki/4chan>

<sup>131</sup> Anonyme. « Le fondateur de 4chan défend sa vision de l'anonymat sur Internet. » *Le Monde*. Publié le 14 mars 2011.

[https://www.lemonde.fr/technologies/article/2011/03/14/le-fondateur-de-4chan-defend-sa-vision-de-l-anonymat-sur-internet\\_1492720\\_651865.html](https://www.lemonde.fr/technologies/article/2011/03/14/le-fondateur-de-4chan-defend-sa-vision-de-l-anonymat-sur-internet_1492720_651865.html)

<sup>132</sup> Anonyme. « 4chan, trublion du Web, bloqué par un opérateur américain. » *Le Monde*. Publié le 6 février 2010.

[https://www.lemonde.fr/technologies/article/2010/02/08/4chan-trublion-du-web-bloque-par-un-operateur-americain\\_1302495\\_651865.html](https://www.lemonde.fr/technologies/article/2010/02/08/4chan-trublion-du-web-bloque-par-un-operateur-americain_1302495_651865.html)

pour la publication de messages, le contenu prime donc sur l'identité de l'utilisateur<sup>133</sup>. Cette position diffère des RSN semblables à Facebook, qui recherchent désormais à promouvoir un cadre numérique sûr, en incitant fortement les usagers à créer un profil affichant leurs véritables noms et prénoms. Le paysage numérique de 4chan permet la diffusion de propos extrêmes grâce à différents points<sup>134</sup> :

- **L'anonymat des posts** : Publier sur le réseau ne requiert pas de création de compte. Les utilisateurs se distinguent des autres grâce à une suite de chiffres, celle-ci remplace le pseudonyme des usagers. Aucun nom n'est rattaché à un ethos numérique concret. Les messages peuvent être multimodaux, alliant alors le technodiscours à des images ou un autre support visuel.
- **Absence d'archivage** : Contrairement à la majorité des RSN qui permettent une rétractabilité des anciennes publications, 4chan n'archive pas ses publications. Les rares posts ayant été préservés sont ceux qui ont su devenir viraux. De ce fait, ils s'opposent à Reddit dont la mise en page rend possible l'exploration de l'historique d'un utilisateur et l'amasement d'indices identitaires sur le profil de la personne.
- **Un règlement inexistant** : Même s'il est possible de retrouver une liste de règles présentes sur la page d'accueil, rares sont les cas où le règlement est appliqué. La souplesse des règles et la **modération lacunaire** des boards du forum ne mènent à aucune forme de sanctions. Les propos extrémistes, injurieux, racistes, haineux, antisémites, homophobes et sexuellement connotés sont monnaie courante dans les différentes sections thématiques. Le board **/b/**, surnommé le board « random », permet la publication de contenus divers et hasardeux.
- **Une culture collective et collaborative** : Le partage de memes, d'échanges politiquement orientés et la création perpétuelle de contenu appellent aux dérives comportementales – puisque seuls les posts populaires persistent dans le temps – il y a un désir partagé de surenchérissement graduel dans ce qui est proposé au groupe.

L'ensemble de ces points fait de 4chan une vitrine propice au *trolling*, à la création de théories du complot, de discours extrêmes et de débordements réguliers. L'anonymat, présenté comme la force du forum, est également la source des scandales entourant sa réputation.

---

<sup>133</sup> Anonyme. « C'est quoi... le site 4chan ? » *GQ Magazine*. Publié le 9 mars 2020. <https://www.gqmagazine.fr/lifestyle/article/cest-quoi-le-site-4chan>

<sup>134</sup> Ibid.



En dépit de l'attention portée à cet espace, 4chan reste néanmoins un réseau de niche. Avec 22 millions d'utilisateurs mensuels, il ne représente qu'une poussière dans la toile internet<sup>135</sup>. A titre de comparaison, les statistiques Facebook affichent une base usagers de 2.989 milliards d'actifs par mois<sup>136</sup> ; quant à Twitter, la plateforme bénéficie de 436 millions/mois de visites régulières<sup>137</sup>. Sur ces 22 millions d'anonymes, il est d'ailleurs estimé que 11 millions d'entre eux sont d'origine états-unienne<sup>138</sup>. Similairement à Reddit, la plateforme connaît une forte influence américaine puisqu'ils représentent 50% des habitués. A cela, vient s'ajouter une forte présence masculine, 70% des utilisateurs sont de jeunes hommes ; la majorité se situe dans la tranche d'âge des 18-34 ans<sup>139</sup>. En ce qui concerne la cohésion du média, il est délicat de parler d'une communauté unie dans un cadre où l'anonymat domine. Les internautes conservent leur statut incognito par rapport aux autres et jouissent de cette protection ; il n'y a pas de réel désir de se créer des relations ou de tisser des amitiés.

<sup>135</sup> Anonyme. "4chan statistics and user count 2023." *DMR* [Section Social Media Statistics: 4chan statistics and facts.] Last updated on January 8th, 2023.

<sup>136</sup> Asselin, Christophe. « Facebook les chiffres essentiels en 2023 en France et dans le Monde. » *Digimind*. Publié le 1er février 2021 ; mis à jour en mai 2023.

<sup>137</sup> Coëffé, Thomas. « Chiffres Twitter – 2022 » *BlogDuModerateur*. Publié le 20 mai 2018 ; Mis à jour le 1er mars 2022. <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-twitter/>

<sup>138</sup> Anonyme. "4chan statistics and user count 2023." *DMR* [Section Social Media Statistics: 4chan statistics and facts.] Last updated on January 8th, 2023.

<sup>139</sup> Ibid.

L'espace de discussion 4chan est plutôt pensé comme un exutoire où l'expression individuelle de l'ethos numérique peut s'affirmer sans que le jugement d'autrui ne vienne entacher la réputation de la personne. Néanmoins, le sentiment d'appartenance transparait par le partage de valeurs communes. La culture participative de la base usagers encourage les retours des autres internautes pour évaluer le contenu soumis.

D'après les métriques, les deux boards les plus populaires sont **/b/** (random) et **/pol/** (abréviation pour la désignation 'politically incorrect'.) La section **/pol/** est réputée pour être un lieu d'échanges transgressant la bienséance sociétale, elle est décrite comme une partie du forum où prévalent les discours d'extrême droite et d'incitation à la haine. En 2014, elle a d'ailleurs fait scandale après avoir lancé une campagne d'harcèlement collectif contre des féministes prônant l'inclusion des femmes dans le domaine du jeu vidéo, un cadre traditionnellement dominé par le sexe masculin<sup>140</sup>. Lançant une véritable guerre culturelle contre les 'SJW' (**Social Justice Warrior** ; terme péjoratif pour désigner les activistes défendant des causes progressistes), les membres de 4chan ont coopéré pour assaillir des journalistes et des développeuses de jeux vidéo sous une vague de messages sexistes. Cet évènement a ensuite pris de l'ampleur sur Twitter par l'utilisation du mot-dièse #Gamergate, mot-dièse désormais à l'origine de son nom. La campagne d'harcèlement prit de telles proportions que plusieurs activistes reçurent des menaces de mort de la part de trolls et d'extrémistes<sup>141</sup>.

En 2017, 4chan fut à nouveau au centre de l'actualité pour avoir réussi à saboter à plusieurs reprises la performance de l'acteur, politiquement engagé, Shia LaBeouf. Pour témoigner de son opposition contre le 45<sup>e</sup> président des Etats-Unis, Donald Trump, LaBeouf avait décidé d'installer un drapeau portant la mention 'He will not divide us'<sup>142</sup>. La performance, supposée durer aussi longtemps que le mandat présidentiel, a été traquée par des utilisateurs de 4chan, amusés à l'idée de capturer le drapeau pour le transformer en trophée symbolique. D'abord situé à l'entrée d'un musée New-Yorkais (Museum of the Moving Image<sup>143</sup>), puis déplacé à Albuquerque, LaBeouf fut maintes fois dans l'obligation de déménager le drapeau pour éviter qu'il ne tombe dans les mains de partisans républicains et de trolls internet attirés par la perspective de le décrocher. Le 8 mars 2017, il cacha au public la localisation du drapeau, ne partageant que son image par le biais d'un livestream. La « communauté » 4chan fit un appel collaboratif pour retrouver l'emplacement du projet dans l'optique de le remplacer par une casquette pro-

---

<sup>140</sup> Wikipedia. Page – « Gamergate. » 2023. Consulté en mai 2023. [https://en.wikipedia.org/wiki/Gamergate\\_\(harassment\\_campaign\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Gamergate_(harassment_campaign))

<sup>141</sup> Dewey, Caitlin. The only guide to Gamergate you will ever need to read. *The Washington Post*. October 14th, 2014. <https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2014/10/14/the-only-guide-to-gamergate-you-will-ever-need-to-read/>

<sup>142</sup> Wikipedia. Page – "He will not divide us." 2023.

<sup>143</sup> Matalon, Vincent. « Vidéos Le projet "He Will Not Divide Us" de Shia LaBeouf s'arrête après trois semaines marquées par des incidents. » *France Info*. Publié le 10 février 2017. [https://www.francetvinfo.fr/monde/usa/presidentielle/donald-trump/videos-le-projet-he-will-not-divide-us-de-shia-labeouf-s-arrete-apres-trois-semaines-marquees-par-des-incidentes\\_2056485.html](https://www.francetvinfo.fr/monde/usa/presidentielle/donald-trump/videos-le-projet-he-will-not-divide-us-de-shia-labeouf-s-arrete-apres-trois-semaines-marquees-par-des-incidentes_2056485.html)

Trump<sup>144</sup>. A partir d'éléments tels que le son de la vidéo, l'heure de lever du soleil, la position des astres dans le ciel étoilé, l'étude des déplacements personnelles de LeBeaouf et l'usage de Google Map, les internautes parvinrent à le défaire une nouvelle fois. Ce geste politiquement motivé fut vécu comme une victoire symbolique pour les Républicains et partisans de la droite sur la plateforme. La performance artistique se poursuivit ensuite jusqu'en mai 2018, changeant encore quatre fois de localisation (Liverpool, Londres, Nantes puis Łódź) pour éviter un énième sabotage.



Figure 15 Photos empruntées à la fiche officielle du documentaire <https://www.imdb.com/title/tt9308896/>

2.3 – Question annexe : des RSN **polarisés politiquement** - comprendre les différences entre ces diverses plateformes.

La question qui se pose alors, après l'étude de ces deux médias, est de savoir comment leurs orientations politiques respectives se sont constituées. D'un côté nous avons une plateforme, Reddit, dont la voix dominante est majoritairement démocrate libérale ; de l'autre, se trouve 4chan, rassemblant des internautes républicains ou partisans d'une politique d'extrême droite, fait qui leur vaut d'apparaître dans la presse en tant que « suprémacistes blancs. »

Tous deux reposent sur un fort antagonisme, rejetant en bloc les valeurs du parti adverse, cela se constate d'ailleurs dans leur propos servant à qualifier leurs opposants. Les publications sont motivées par un désir de décrédibiliser l'autre – souvent en passant par la moquerie et l'humiliation (appel au pathos) – ou de pointer son hypocrisie par des arguments rationnels (dominance du logos.)

Sur 4chan, espace moins modéré que Reddit, l'usage de termes offensants et racistes sont bien plus tolérés, ils servent à effectuer des attaques *ad hominem*, visant l'ethos de la personne ciblée. Les injures : fagg\*t / r\*tard / n\*gger/ sl\*t/ wh\*re, etc. sont employées sans que des répercussions ou qu'un backlash ne s'ensuivent.

---

<sup>144</sup> Wikipedia. Page – “He will not divide us.” 2023.

Un technolangage propre au site s'est développé, alliant injure, *slang* anglophone et références populaires, pour marquer la distinction entre leurs identités numériques et celles des autres internautes. Le terme péjoratif « normie<sup>145</sup> » renverra par exemple à un citoyen lambda, sans aucune personnalité distinctive, qui se contentera de suivre les tendances du moment. La communauté « woke<sup>146</sup> », similaire aux SJW (Social Justice Warrior), fera référence aux activistes démocrates obsédés par l'idée d'appliquer leur agenda politique et progressiste. Dans un sens plus général, elle désignera également les partisans de politiques libérales en faveur des mesures LGBT, socialistes et de valeurs gauchistes. A l'inverse, dans une perspective laudative, un « chad<sup>147</sup> » évoquera un homme alpha revendiquant sa masculinité et considéré comme objectivement attractif. Ce terme, connoté, est associé aux forums présentant des tendances misogynes ; il peut donc être mal perçu selon le cadre dans lequel il est employé, ou être utilisé dans le but de railler les personnes s'identifiant à ce concept. L'opposition en politique passe donc par l'acquisition d'un discours péjoratif, dont la finalité première est de déshumaniser l'opposant ou de le rebaisser.

Si l'on se penche sur le cas de Reddit, il semblerait que cette situation puisse être expliquée par différents facteurs. Le premier point à l'origine de cette polarisation est la conséquence d'une série de bannissements menée par l'équipe de modération. Il faut garder à l'esprit que le principe de la plateforme est d'amener un flux régulier d'utilisateurs en leur proposant des espaces d'échanges pour leurs intérêts communs, en toute logique il devrait exister une communauté républicaine tout aussi développée que celle des Démocrates. Cet équilibre était encore présent il y a quelques années, en effet, la subreddit r/DonaldTrump était l'un des plus grands repères numériques pour les partisans républicains<sup>148</sup>. Avant son bannissement le 8 janvier 2021, la subreddit comportait plus de 52 000 membres et une moyenne de 800 000 visiteurs réguliers. Ces métriques faisaient du groupe l'un des lieux de rassemblement clef pour la droite américaine. Ce fut à la suite de la prise du Capitole (6 janv. 2021) et de fortes incitations à la violence répétées que le réseau prit la décision de fermer cet espace de discussion, ainsi que 2000 autres subreddits qui enfreignaient le règlement intérieur par la publication de discours haineux.

Une véritable purge symbolique s'est opérée à travers l'équipe de modération ; alors que les communautés républicaines les plus volubiles et problématiques ont été muselées, les groupes à forte tendance démocrate ont persisté. Il existe toujours des communautés républicaines sur Reddit mais ces dernières sont bien plus modérées et n'ont pas réussi à reproduire le succès des subreddits les ayant

---

<sup>145</sup> Definition - "Normie" *Cambridge Dictionary* [online.] visited on May 2023.

<https://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais/normie>

<sup>146</sup> Wikipedia. Page – « Woke. » 2023. Consulté en mai 2023.

<sup>147</sup> Definition – 'Chad.' *Wiktionary*. Visited on May 2023. <https://en.wiktionary.org/wiki/Chad>

<sup>148</sup> Reimann, Nicholas. "Reddit Bans 'r/donaldtrump' Subreddit." *Forbes*. On January 8th, 2021. <https://www.forbes.com/sites/nicholasreimann/2021/01/08/reddit-bans-rdonaldtrump-subreddit/>

précédés. Selon une étude réalisée par Statista en 2016<sup>149</sup>, on estime que 79% des redditeurs s'identifient comme démocrates libéraux ou adoptent une position centriste.

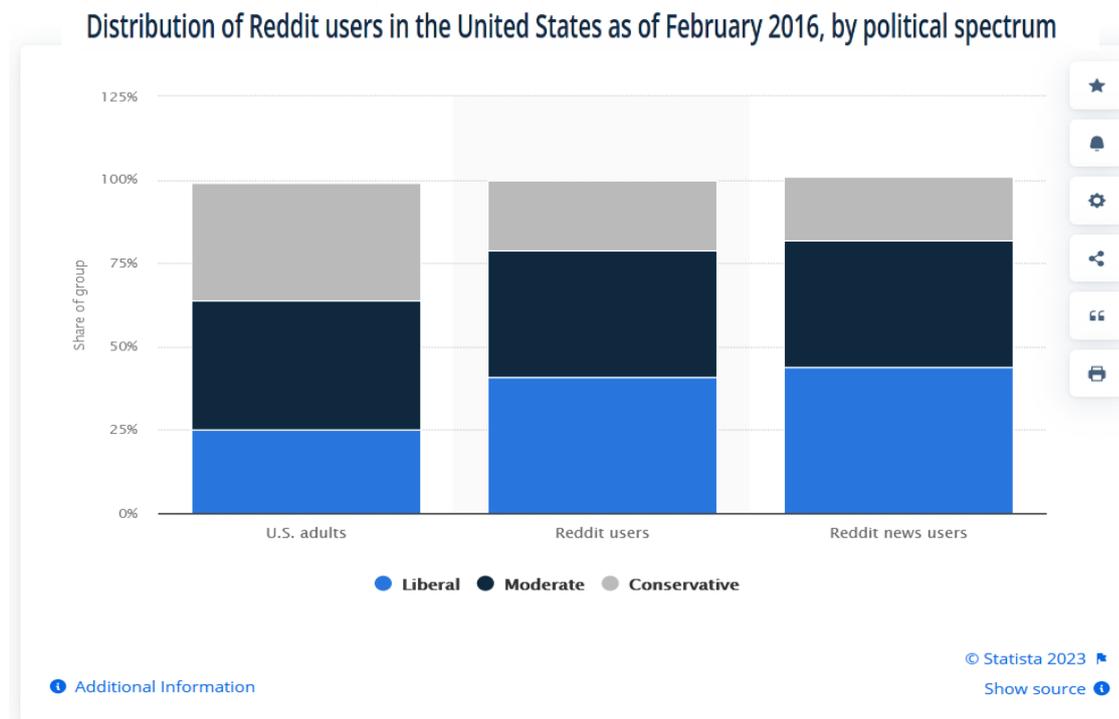


Figure 16 : <https://www.statista.com/statistics/517259/reddit-user-distribution-usa-political-spectrum/>

Cette polarisation politique s'explique de différentes façons. Premièrement, la majorité de la communauté est jeune, elle est donc plus susceptible d'adhérer à des valeurs démocrates : les 20-29 représentent 28% de la base usager tandis que les 30-39 correspondent à 26% des profils présents<sup>150</sup>. 54% des adultes ont moins de la quarantaine : l'âge moyen d'un citoyen républicain américain est estimé à 50 ans<sup>151</sup>. Alors que le parti démocrate apparaît comme plus attrayant pour de jeunes citoyens, le parti républicain aura tendance à attirer une population plus âgée ou ayant changé d'appartenance politique au fil des années. A cela s'ajoute un facteur géographique : la plupart des usagers vivent en zones urbaines, ce sont des espaces à forte concentration démocrate. Les milieux ruraux, raliés à la droite américaine, auront une moindre présence – et donc une visibilité lacunaire – sur la plateforme. Deuxièmement, le système de votes des utilisateurs (upvotes/downvotes), associé à l'écrasante majorité d'utilisateurs démocrates, tend à censurer les commentaires allant à contre-courant. La fonctionnalité « [commentaires] controversés » permet de les faire remonter mais reste néanmoins peu utilisée.

<sup>149</sup> "Distribution of Reddit users in the United States as of February 2016, by political spectrum." *Statista*. January 12 to February 8, 2016. <https://www.statista.com/statistics/517259/reddit-user-distribution-usa-political-spectrum/>

<sup>150</sup> Kuhn, Steve. "Why Is Reddit So Liberal?" *Itgeared*. On October 14th, 2022. <https://www.itgeared.com/why-is-reddit-so-liberal/>

<sup>151</sup> Fay, Bill. "Economic Demographics of Republicans." *Debt*. On May 18th, 2020. <https://www.debt.org/faqs/americans-in-debt/economic-demographics-republicans/>



1. Exemples de commentaires "enterrés" ; il faut cliquer dessus pour les lire

2. Premier commentaire controversé, son nombre de vote est négatif. Ces réactions de la communauté affecteront son "karma" (points donnés par les usagers en signe d'approbation)

Ainsi, la polarisation politique s'opère sur Reddit par 3 grands facteurs : les actions de l'équipe **modération**, le profil type de la **base usager** et le **système de vote** rendant toute opposition silencieuse.

Bien que 4chan ne possède pas la même équipe de modération que ses concurrents et qu'il n'ait pas mis en place un système de vote, la plateforme connaît la même situation. La prédominance des discours d'extrême droite a été indirectement encouragée par les différents bannissements s'étant opérés sur Twitter, Facebook et Reddit à la suite des controverses ayant entouré la passation présidentielle de janvier 2021. Les citoyens pro-Trump et les partisans républicains, chassés de leurs anciens groupes, ont migré vers d'autres espaces pour conserver leur présence en ligne. 4chan mais également d'autres sites alternatifs tels que Parler, Rumble et Wimkin ont connu un grand afflux de nouveaux comptes lors de cette période<sup>152</sup>. L'antagonisme dans le discours est, en plus d'être lié à de forts affects (colère, frustration, indignation), amplifié par l'effet de groupe qui va bâillonner et prendre pour cible les opinions minoritaires.

*Mini-conclusion* : On retrouve dans ces deux réseaux des exemples typiques d'espaces où les sources, du moment qu'elles confortent l'ethos dans ses croyances, ne sont pas remises en question. L'instinct grégaire, renforcé par une pression de l'autorité (les modérateurs ou les internautes les plus volubiles), enferme les usagers dans une vision politique. Non-contestée, elle devient imperméable au débat et mène généralement au rattachement d'un groupe identifiable, rejetant toute valeur opposée à celles du collectif. Ce sont là des **chambres d'écho**, un concept qui sera repris dans le troisième axe de cette analyse.

C. Exemples concrets de formes d'engagement politique.

### 3.1 – Quel sens donner à l'engagement politique – le débat entre le **slacktivism** et l'**activisme traditionnel**.

L'engagement social et politique en ligne n'échappe pas au feu des critiques, souvent considéré

<sup>152</sup> Kuhn, Steve. "Why Is Reddit So Liberal?" *Itgeared*. On October 14th, 2022. <https://www.itgeared.com/why-is-reddit-so-liberal/>

comme une sous-forme d'activisme qui n'apporterait aucuns changements sociétaux concrets, sa pratique et son étude ont souvent été négligés. Les termes « slacktivism » (*slacker* = paresseux + *activism*) et « clicktivism » sont des mots valises renvoyant à cette notion d'un activisme inefficace et peu coûteux en efforts, se résumant généralement à de simples clics visant à partager du contenu politique<sup>153</sup>. Un des arguments dénonçant ce comportement pointe l'hypocrisie des usagers, leur ethos numérique politiquement affiché serait en réalité motivé par la volonté de renvoyer une image améliorative de leur personne plutôt que d'amener à de véritables changements. Joel Penney, dans son livre *The Citizen Marketer*, mentionne cette manipulation de l'image comme un moyen pour nourrir sa satisfaction personnelle (self-satisfaction.)

Si Penney ne nie pas que certains individus profitent des affordances numériques pour se constituer une réputation avantageuse, il ne condamne pas non plus la politique en ligne comme une activité superficielle et sans intérêt. Il se focalise sur cette nouvelle querelle 2.0 opposant les anciens et les nouveaux activistes. Il existe un préjugé selon lequel, les formes d'activismes traditionnelles prévaudraient sur la défense de causes dans le cadre des RSN (manifestations, débats, mobilisation en présence...) Internet serait plus propice à la mise en place de gestes symboliques, néanmoins ces gestes sont contestés puisqu'ils attisent la crainte qu'ils ne finissent par remplacer une véritable action politique et nuisent, sur le long terme, aux mouvements qu'ils soutiennent<sup>154</sup>.

De nombreux exemples illustrant l'activisme en ligne ont été mentionnés au sein de ce travail de recherche ; Joel Penney en cite lui aussi plusieurs dans ses écrits. Les usagers engagés peuvent exhiber leur rattachement à une cause en exposant sur leur profil des symboles politiquement connotés : une photo de profil dévoilant une image d'un cartoon peut être associée à une dénonciation de la maltraitance des enfants, l'usage de filtre est aussi perçu comme un soutien symbolique (ex : le drapeau ukrainien pour dénoncer la guerre ; le drapeau français lors des attaques du Bataclan...) Facebook avait également mis à la disposition de ses utilisateurs un symbole rouge défendant l'égalité (red equality symbol) en 2013 lors des débats portant sur le mariage gay.



<sup>153</sup> Penney, Joel. *The Citizen Marketer: Promoting Political Opinion in the Social Media Age*. NY : Oxford University Press, 2017.

<sup>154</sup> Ibid.

En ce qui concerne les technogestes : le partage servil (sans ajout de commentaire), la création d'un groupe, l'adhésion à une communauté et la publication d'un contenu porteur de valeurs sont également considérés comme des actions dont la portée est limitée. Il en va de même pour les détournements de slogans, transformer 'Make America Great Again' en une version parodique 'America Was Never Great' est le reflet d'une position singulière et engagée.

La diffusion d'un mot-dièse sur Twitter fait également le sujet de débat sur la réelle efficacité d'un tel geste. Pourtant, ce point fait l'objet de débats ; s'il est vrai qu'une grande partie des actions dirigées sur la toile ne donne pas de résultats satisfaisants, cela vaut également dans le cadre d'un activisme traditionnel. Joel Penney défend l'efficacité de l'activisme en ligne en basant son argumentation sur l'importance de la visibilité. Les RSN ont permis de donner une voix à des mouvements autrefois réprimés par les discours dominants : en diffusant leurs messages dans des espaces fortement fréquentés, ils ont réussi à accroître leur nombre d'adhérents et à attirer l'attention des grandes plateformes médiatiques. Les citoyens, la presse, les pouvoirs publics sont autant de cibles possibles pouvant être touchées dans cette interpellation publique. L'exemple du mot-dièse #BringBackOurGirls popularisé en 2014 sur Twitter fait l'objet d'un cas d'étude. Ce dernier, porté par des usagers, a reçu le soutien de la première dame (FLOTUS) Michelle Obama qui l'a alors mentionné. Son post ayant ensuite été retweeté plus de 70 000 fois, recevant ainsi une attention médiatique nécessaire pour éveiller les consciences<sup>155</sup>. L'exposition médiatique – rendue possible par la viralité des posts – a un effet puisqu'il permet de faire circuler des idées et des valeurs. Le public touché, désormais familier avec le mouvement, sera plus enclin à agir à son échelle.

### 3.2 – La **circulation des idées** selon Pierre Bourdieu : Influence sur les RSN et appropriation de valeurs.

L'article du sociologue Pierre Bourdieu, « *les conditions sociales de la circulation internationale des idées*<sup>156</sup> », tente d'expliquer comment se transmet le sens d'une publication d'un pôle émetteur à un pôle receveur tout en prenant en compte des influences des différents capitaux (social, économique, culturel.)

Chaque texte est porteur de valeurs et a pour origine un contexte précis, il se transmet à un public-cible par le biais d'un **médiateur**. Le médiateur, à l'inverse de l'**intermédiaire**, va adapter le message ou légèrement altérer sa forme (changement de format, modification dans la syntaxe, traduction, reprise personnelle de l'idée énoncée, ajout de notes et de commentaires...) pour communiquer l'idée générale du message.

---

<sup>155</sup> Ibid. Exemple détaillé plus amplement p5.

<sup>156</sup> Bourdieu, Pierre. « Les conditions sociales de la circulation internationale des idées ». In : *Actes de la recherche en sciences sociales*. Vol. 145, décembre 2002. La circulation internationale des idées. pp. 3-8  
doi : <https://doi.org/10.3406/arss.2002.2793>

L'article bourdieusien renvoie à un contexte culturel, focalisé sur la transmission d'une œuvre d'un pays à l'autre, toutefois les points qu'il soulève peuvent être transposés aux RSN. Le *pôle émetteur* peut correspondre à un *ensemble de valeurs* ou un *message politique*, la *médiation* peut passer par la rédaction d'un post, le partage d'une publication ou un commentaire personnel (des *vecteurs numériques*) ; quant au pôle receveur, il peut être incarné par une communauté. Les agents sociaux au cœur de processus de médiation sur les plateformes sont multiples, ce sont généralement les utilisateurs qui interagissent avec le message d'origine et qui modifient l'environnement numérique l'entourant, ajoutant des clefs de lectures additionnelles. D'autres usagers, effectuant un travail de citation sur les propos du message d'origine, vont également contribuer à sa diffusion ainsi que celle des idées qu'ils exhibent. De ce fait, la circulation des idées sur les réseaux sociaux passe toujours par une appropriation et une adaptation du discours original. Les memes sont une représentation, parmi tant d'autres, d'un médium permettant la diffusion d'une idée. C'est le réseau social en lui-même qui va rendre possible cette transmission culturelle et politique pour atteindre un large public.

Toutefois, Pierre Bourdieu reconnaît aussi que le processus de médiation peut parfois mener à un malentendu ou une déformation du message originel, cela peut s'opérer en toute erreur humaine ou être motivée par la volonté de recontextualiser le contenu pour qu'il puisse correspondre aux valeurs partagées par l'ethos de l'utilisateur. Dans le premier cas, l'action est accidentelle ou dans le deuxième cas, elle fait l'objet d'une manipulation visant une finalité personnelle.

*« Le fait que les textes circulent sans leur contexte, qu'ils n'emportent pas avec eux le champ de production [...] dont ils sont le produit et que les récepteurs, étant eux-mêmes insérés dans un champ de production différent, les réinterprètent en fonction de la structure du champ de réception, est générateur de formidables malentendus<sup>157</sup>. »*

*« Ainsi, le sens et la fonction d'une œuvre [...] sont déterminés au moins autant par le champ d'accueil que par le champ d'origine. Premièrement, parce que le sens et la fonction dans le champ originaire sont souvent complètement ignorés. Et aussi parce que le transfert d'un champ national à un autre se fait à travers une série d'opérations sociales<sup>158</sup>. »*

S'il est vrai que l'activisme en ligne – par la publication répétée et l'appel à une certaine exposition – conduit à la circulation d'idées et produit un véritable effet d'influence sur les usagers, il faut également conserver à l'esprit les risques liés à une déformation potentielle du message premier. Cette piste d'analyse sera plus longuement étudiée lors de la sous-partie traitant de la **désinformation** sur les RSN. Dans le cas où l'expression de l'ethos politique s'est effectuée par médiation, grâce au technodiscours, et sans aucune altération du sens, l'idée véhiculée influencera un pôle récepteur – pôle qui

---

<sup>157</sup> Ibid. p5. 2<sup>e</sup> colonne, lignes 8-15.

<sup>158</sup> Ibid. p5, 2<sup>e</sup> colonne, lignes 33-39.

pourra alors l'adopter et entreprendre une démarche activiste. La simple exposition à du contenu politiquement orienté à, selon une étude du *Pew Research Center* menée en 2012, a incité à l'éveil d'une conscience politique<sup>159</sup>. Un quart des Américains affirmait avoir adopté une position plus engagée politiquement et socialement grâce aux RSN, et 16% disaient avoir modifié leur vision politique du monde<sup>160</sup>.

### 3.3 – Les **conséquences** de l'activisme en ligne dans la société.

L'objectif central du livre de Joel Penney est de repenser la façon dont l'engagement en ligne est perçu dans la société. Si pour beaucoup, la pratique est considérée comme une participation symbolique, cette croyance néglige le potentiel derrière la structure réticulaire de ces plateformes.

La mise en contact des usagers, en dépit des contraintes géographiques, a rendu possible la mise en place de grandes campagnes de mobilisation. Si l'attaque du Capitole le 6 janvier 2021 reste un exemple tragique d'une mobilisation pro-Trump qui a échappé au contrôle de celui l'ayant incitée, le cas ne doit pas pour autant annihiler la réputation des RSN en politique. Pour reprendre un exemple emprunté à Penney, des échanges au sein de forums anglophones sur les politiques d'austérité appliquées aux Royaume-Uni (2010-2013) ont conduit à de fortes mobilisations citoyennes. Affectée par les conséquences directes de la crise de 2008, les Britanniques se sont d'abord rassemblés via les RSN avant d'entreprendre des actions politiques.

Pour Todd Graham<sup>161</sup>, l'essor d'un discours politisé précède toute forme d'engagement puisqu'il représente la première étape vers un activisme plus développé. Aussi, en dépit de l'hybridité du technodiscours, les communications textuelles dominent sur les espaces numériques ; ces formes contribuent à la création de discussions portées vers une finalité (ici, l'action politique) sans que le langage corporel ou que d'autres éléments perturbateurs ne viennent surcharger le message. Quatre comportements furent observés à la suite de ce mouvement collectif, Graham les introduit sous la forme de catégories : l'action politique **formelle** (contacter des représentants statiques, adhérer à un parti), l'action politique **extra-parlementaire** (boycotter, signer des pétitions, protester pour la défense du consommateur), l'action politique **civique** (contacter la presse et les médias, entrer dans une association caritative) et enfin une action politique dite « **autre** » (influencer, débattre et mobiliser sur les forums.) Dans un contexte plus américano-centré, l'usage des réseaux sociaux a également contribué à l'organisation des

---

<sup>159</sup> Rainie, Lee and Smith, Aaron. "Politics on Social Networking Sites." *Pew Research Center*. On September 4th, 2012. <https://www.pewresearch.org/internet/2012/09/04/politics-on-social-networking-sites/>

<sup>160</sup> Ibid.

<sup>161</sup> Graham, Todd, Jackson, Daniel and Wright, Scott. "From Everyday Conversation to Political Action: Talking Austerity in Online 'Third Spaces,'" *European Journal of Communication* 30, no. 6 (2015): 648–665.

différentes manifestations portées par le mouvement des DREAMers, une cause visant à la régularisation des enfants de migrants sans-papiers et suivant une liste de critères précis<sup>162</sup>. La création du mouvement MeToo, originalement crée en 2007 par Tarana Burke à la suite de l’affaire Harvey Weinstein, n’a réellement gagné en visibilité qu’en 2017 grâce à la diffusion de son mot-dièse sur Twitter<sup>163</sup>. Les technomots #MeToo, #BeBrave ou #BalanceTonPorc (contexte francophone) sont désormais associés à la cause féministe, leur usage permet l’expression de voix engagées, ayant été réprimées par un sexisme ancré socialement. Le mouvement a opéré un renversement des rôles, transformant les anciennes victimes en actrices de leur cause, et a lancé l’alerte sur le harcèlement sexuel subi par les femmes dans leur quotidien. Black Live Matter (BLM) et The March For Our Lives (MFOL) représentent deux autres exemples notables de causes propulsées sur le devant de la scène nationale – et internationale – grâce à l’utilisation des plateformes internet. Il est estimé que la manifestation étudiante (MFOL), protestant contre la vente non-contrôlée d’armes à feu responsable de la majorité des tueries de masse, a réussi à mobiliser le 24 mars 2018 plus de 800 000 de participants. Les chiffres donnés varient parfois, indiquant parfois une présence supérieure à un million de manifestants<sup>164</sup>. Néanmoins, le fait est que le mouvement MFOL aura été un des plus grands rassemblements citoyens de l’histoire américaine, chose rendue possible par la grande visibilité de la cause sur les RSN. On estime que le mot-dièse #MarchForOurLives a été utilisé plus de 3.6 millions lors de sa campagne ; sur Facebook la page officielle du projet avait rassemblé plus de 300 000 abonnés sensibles à la régulation et au contrôle des armes à feu<sup>165</sup>. L’événement, promu également sur la plateforme, a reçu plus de 47 000 réponses confirmant la présence des usagers lors de la manifestation et 90 000 internautes s’étaient dit intéressés par la marche. Instagram et Snapchat servirent également à la diffusion du message, le dernier site créant même un sticker dédié à l’évènement en guise de soutien aux étudiants activistes.



<sup>162</sup> Wikipedia. Page – "Online social movement." 2023. Consulté en mai 2023.

<sup>163</sup> Wikipedia. Page – « Mouvement MeToo. » 2023. Consulté en mai 2023.

<sup>164</sup> Reilly, Katie. "Here's the Size of the March For Our Lives Crowd in Washington." *Time*. On March 24th, 2018.

<sup>165</sup> Wikipedia. Page – "March For Our Lives" 2023. Last visited in May 2023.

## Quel sens redonner à l'activisme en ligne ?



La conclusion de Penney sur le rôle des RSN en politique offre une nouvelle perspective sur la question. L'activisme dans un contexte numérique n'est pas destiné à remplacer un activisme traditionnel ; il doit être au contraire considéré comme une forme d'activisme **complémentaire** qui, grâce à la circulation des idées et de valeurs, insuffle un désir citoyen d'agir sur le monde. La politique sur les réseaux sociaux est la première étape vers un activisme sémillant : elle touche une vaste audience de laquelle découlera de nouveaux adhérents à certaines communautés. C'est en alliant l'influence médiatique et la mobilisation civique que l'on peut pleinement tirer profit du potentiel des citoyens engagés ; désormais l'activisme se veut hybride puisqu'il incorpore des outils numériques aux anciennes pratiques.

### III. Les potentiels dangers d'une modération défailante – les revers de ces plateformes.

*"Two aspects of the social media context suggest that social media may exacerbate confirmation bias. First, research suggests that individuals in a hedonistic mindset may be less likely to critically consider information than those in a utilitarian mindset, as their consumption is tied to what they desire reality to be, rather than what they know to be real." - Moravec, Patricia. L, Minas, Randall K. and Dennis, Alan R. "Fake news on social media: people believe what they want to believe when it makes no sense at all." MIS Q. 2019. P7, lines 8-11.*

#### A. Risque de l'essor de discours extrêmes en ligne – Les effets de groupe, le biais cognitif et l'enfermement idéologique au sein d'une même communauté.

1.1 – L'impossibilité d'un dialogue entre communauté – les chambres d'écho et les dangers des biais cognitifs.

En rhétorique, un débat sert à confronter des opinions divergentes sur un sujet donné. Chaque parti va tenter de convaincre son opposant, généralement en faisant appel à des arguments rationnels (usage du logos) ou par la force de la persuasion (par les affects, le pathos.) Mais que se passe-t-il exactement lorsque les deux groupes refusent de remettre en cause leurs valeurs ? Comment qualifier une situation

où des individus se raccrochent délibérément à leurs croyances personnelles ?

Ce mécanisme de défense est devenu un véritable problème au sein des RSN, accentué par l'essor des chambres d'écho. Le débat devient alors stérile lorsque les usagers favorisent des espaces s'accordant avec les valeurs de leur ethos.

Le concept de **chambre d'écho médiatique** renvoie à une plateforme, ou un espace numérique, dénué d'une diversité d'opinions et de croyances. L'espace est dominé par une vision unique du monde et le partage de valeurs communes par une communauté ; sa structure ne permet pas – ou rend impossible – la confrontation avec un point de vue adverse. Sur les RSN, le principe de la chambre d'écho est accentué par les suggestions de l'algorithme, ce dernier va enfermer l'utilisateur dans un microcosme reflétant ses centres d'intérêt. Il va également favoriser le contact de pairs par la suggestion de profils possédant des similitudes avec son ethos numérique. Comme l'indique explicitement le nom de ce concept, l'écosystème de l'utilisateur fait littéralement écho à ses propres valeurs.

Par une formulation plus concise, le Wikitionnaire le définit ainsi : « [Une chambre d'écho est une] communauté virtuelle rassemblant des personnes qui amplifient ensemble certaines opinions ou tendances qui leur sont communes<sup>166</sup>. »

Thomas Durand<sup>167</sup>, chercheur défenseur de la zététique, met en avant le fait que « **le biais de familiarité** » participe à ce phénomène. Un utilisateur confronté à une idéologie ou des valeurs affichées régulièrement dans son flux d'actualité aura tendance à baisser la garde, son esprit critique adoptera une position passive et considérera le discours comme véridique. L'absence de source ou l'identité de la personne à l'origine du message deviendront, sur le long terme, des facteurs secondaires, négligés au profit du message. Cet effet trompeur s'effectue grâce à une exposition répétée des mêmes propos : le discours exposé s'accompagne souvent d'une forte tonalité affective, le piège dans lequel l'utilisateur peut tomber est d'associer un contenu politique à une émotion. Inconsciemment, l'assimilation d'un discours idéologique découlera des sentiments que ce dernier a inspirés plutôt que d'une analyse critique motivée par la raison. Associé au « **biais de confirmation**<sup>168</sup> » – c'est-à-dire, le fait de prendre une information comme avérée si elle s'aligne avec nos valeurs – l'enfermement des chambres d'écho devient difficile, voire quasi impossible, à combattre.

Cette réaction, socialement motivée, qui consiste à rejoindre des communautés nous confortant dans nos valeurs est surnommé « l'homophilie » en sociologie. Morris DeGroot a observé ce phénomène et l'a détaillé en 1974 dans un article intitulé « Reaching a Consensus. » Il avait constaté que les personnes identifiées en tant que « pairs » (ou « semblables ») possédaient une influence considérable sur

---

<sup>166</sup> Wikitionnaire. Page – « chambre d'écho. » 2023. [https://fr.wiktionary.org/wiki/chambre\\_d%27%80%99%C3%A9cho](https://fr.wiktionary.org/wiki/chambre_d%27%80%99%C3%A9cho)

<sup>167</sup> Durand, C. Thomas. *La science des balivernes*. Humensciences [Collection : Quoi de neuf en sciences ?] Mai 2021.

<sup>168</sup> Moravec, Patricia L., Minas, Randall K. and Dennis, Alan R. "Fake news on social media: people believe what they want to believe when it makes no sense at all." *MIS Q*. 2019. doi: 10.25300/MISQ/2019/15505.

leur entourage. Un semblable est un individu partageant des caractéristiques communes à l'identité d'une personne : l'âge, la classe sociale, le capital culturel, l'appartenance géographique, politique, religieuse et l'adoption de certaines valeurs sont autant de marqueurs identitaires possibles permettant la reconnaissance de l'autre en tant que confrère. Une fois le processus d'identification et une certaine proximité émotionnelle établie, la personne s'étant rattachée à un groupe de confrères tendra à se conformer aveuglement à leurs opinions. Cette attirance à la similarité puise dans le désir humain d'appartenir à un groupe qui saura défendre nos intérêts et répondra à nos attentes sociétales. L'aspect social est un facteur essentiel à l'homophilie ; plus le réseau d'un individu intégré sera conséquent, plus ses besoins (sociaux, pécuniaires, sécuritaire, d'estime personnelle) seront comblés. Michel Grossetti<sup>169</sup> considère l'homophilie comme une forme de ségrégation douce volontairement recherchée par l'homme, ce dernier va procéder à un tri dans son cercle social sélectionnant particulièrement les profils avec lesquels il aura de plus grandes affinités. Le processus d'homophilie n'est pas le même selon le cadre géographique, par exemple les personnes résident en zones rurales posséderont un cercle de contact plus hétérogène que les urbains (plus grande différence d'âge, plus grande diversité dans le capital social et culturel, réseau social plus limité...) A l'inverse, la zone urbaine amène à une grande ségrégation sociale puisque la densité du réseau offre la possibilité de fréquenter certains individus, dans un contexte précis, sans que ces derniers ne soient rattachés par un lien professionnel ou familial<sup>170</sup>. En d'autres termes, la ville permet plus aisément la création d'un réseau personnel homogène – reflet de nos valeurs et des communautés que nous fréquentons.

Dans le cadre des RSN, cette recherche du confrère est rendue accessible par la structure réticulaire des plateformes. Stanley Milgram qualifiait les sociétés humaines de « petit monde<sup>171</sup> » dans la mesure où il ne suffisait que de quelques intermédiaires pour relier deux individus ne partageant, en apparence, aucun lien social évident. D'après les travaux du chercheur américain, les réseaux sociaux bénéficient d'une forte connectivité. Il suffit en moyenne d'une chaîne de cinq personnes pour relier deux individus<sup>172</sup> (en passant par leur famille, relations professionnelles, amis, communauté commune...) A l'échelle des plateformes numériques – comme Twitter ou Facebook – le travail de la sélection par affinité et la mise en contact des usagers par l'analyse des relations les liant sont déjà effectués par l'algorithme.

Ainsi, les chambres d'écho apparaissent comme des lieux sûrs : elles flattent leurs usagers dans leurs

---

<sup>169</sup> Grossetti, Michel. « Que font les réseaux sociaux aux réseaux sociaux ? Réseaux personnels et nouveaux moyens de communication », *Réseaux*, vol. 184-185, no. 2-3, 2014, pp. 187-209.

<sup>170</sup> Ibid.

<sup>171</sup> Terme emprunté aux travaux de Milgram – voir la référence ci-dessous.

Milgram, Stanley. « The small world problem », *Psychology Today*, 1967.

<sup>172</sup> Wikipedia. Page – « Etude du Petit Monde. » 2023. Consulté en mai 2023.

besoins de reconnaissance sociale et consolident leurs croyances, bases même de leur ethos numérique. La section II - C, centrée sur les rapports intracommunautaires, a su mettre en évidence des exemples de ces cloisonnements médiatiques. Si Reddit et 4chan ont servi de cas d'étude, ce ne sont pas les seules plateformes sujettes à ce phénomène : l'ensemble des RSN est concerné par l'existence problématique des chambres d'écho. Lors d'un échange opposant deux adversaires politiques, le débat peut aboutir à deux grands scénarios : (a) le premier est un rejet des valeurs et du point de vue opposé, (b) le second est une remise en cause personnelle et une évolution des croyances. Si le deuxième reste le plus souhaitable selon le contexte donné (par exemple : convaincre un membre de la Flat Earth Society que la Terre est ronde), il est coûteux en effort et va engendrer une **dissonance cognitive**.

Terme forgé par Leon Festinger en 1957 (ref : *A theory of cognitive dissonance*<sup>173</sup>), la dissonance cognitive qualifie une tension psychologique ressentie par une personne dont le comportement – ou la lecture d'une information – rentre en contradictions avec ses croyances personnelles<sup>174</sup>. La cognition de l'individu (son idéologie, son intelligence émotionnelle, sa raison, sa connaissance générale du monde) détecte une incohérence entre ses valeurs et le comportement perçu. Ce paradoxe va provoquer un stress qui devra être canalisé par différentes stratégies afin de rétablir une cohérence mentale<sup>175</sup>.

(a) Le déni, la compensation, le relativisme et les stratégies d'évitement seront des réactions humainement privilégiées. Elles ne permettent pas la remise en question des croyances mais présentent l'avantage de dédramatiser la source du stress. Le repli dans les chambres d'écho en fait partie.

(b) Le rejet des valeurs est une autre stratégie. Plus agressive, elle peut conduire à des attaques *ad hominem* ou à un désir de se dédouaner (la faute est rejetée sur autrui.)

(c) Processus menant à de l'inconfort et long dans sa réalisation : la remise en cause des valeurs personnelles surviendra après une longue introspection et l'étude de la source du stress. Si la remise en cause aboutit, il ne sera plus question de dissonance cognitive mais d'une modification des croyances personnelles.

---

<sup>173</sup> Festinger, Leon. *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press. 1957.

<sup>174</sup> Bègue, Laurent. « FESTINGER LEON (1919-1989) », Encyclopædia Universalis [en ligne], consulté le 12 mai 2023. URL : <https://www.universalis.fr/encyclopedie/leon-festinger/>.

<sup>175</sup> Ibid.

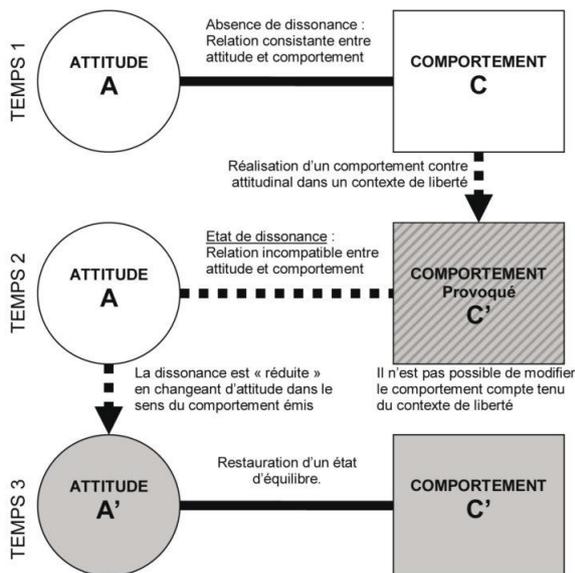


Figure 17 : <http://www.sietmanagement.fr/la-decision-cognitive-festinger-azjen/>

## 1.2 – Un refus des médias traditionnels pour une sélection personnelle des informations.

Surmonter une dissonance cognitive est un processus psychologique long, difficile et source d'inconfort pour les usagers. Sachant que plus de la moitié des Américains se servent des RSN pour se renseigner sur l'actualité, et sont donc potentiellement exposés aux chambres d'écho, il n'est pas rare que les utilisateurs fassent l'expérience de ce phénomène<sup>176</sup>. 84% des Américains habitués à l'usage des réseaux sociaux s'estiment capables de reconnaître de l'*infox* (*fake news*) grâce à leurs propres jugements<sup>177</sup>. Pourtant la réalité est toute autre, selon un article publié en 2019 les utilisateurs tendent à ignorer les signalements de contenus jugés comme fallacieux au profit de leurs croyances<sup>178</sup>.

Une étude sur Facebook a mis en évidence que les articles portant la mention « *Fake News*<sup>179</sup> » entraînaient une réaction de la part des internautes les rencontrant. En réponse au visuel du marquage, une activité cognitive était observée, indiquant que l'information avait été assimilée et considérée comme un détail à analyser avec attention. Toutefois, même lorsque les utilisateurs comprenaient le sens du

<sup>176</sup> Moravec, Patricia. L, Minas, Randall K. and Dennis, Alan R. "Fake news on social media: people believe what they want to believe when it makes no sense at all." *MIS Q.* 2019. doi: 10.25300/MISQ/2019/15505.

<sup>177</sup> Ibid.

<sup>178</sup> Ibid.

<sup>179</sup> Pour plus d'information sur les étiquettes Facebook pour la lutte contre la désinformation : Les Décodeurs. « Fausses nouvelles : comment fonctionne le partenariat entre « Le Monde » et Facebook. Le Monde. » Publié le 9 janvier 2018.

signalement et l'associaient à une infox, la majorité des personnes questionnées affirmaient que l'information présentée était véridique – car conforme à leurs valeurs personnelles. Le biais de confirmation entraîne une dissonance cognitive qui se traduit alors par le déni ou le rejet du signalement.

Pour simplifier la situation, les êtres humains faisant face à un comportement contradictoire peuvent adopter deux comportements différents<sup>180</sup>. Lorsque le système cognitif 1 rencontre une nouvelle information, il va puiser dans les connaissances de la mémoire à long terme afin de produire une réponse en quelques secondes. Ce processus inconscient donne une conclusion rapide, basée sur notre vécu et nos visions du monde, et engendre un sentiment rassurant. Le système cognitif 1 tendra à une vision manichéenne de l'utilisateur : soit l'information sera rejetée, soit cette dernière sera acceptée. Le système cognitif 2, force l'utilisateur à la réflexion et est la conséquence d'un débat intérieur délibéré. Ce débat intérieur, jugeant chaque argument exposé, est pénible et coûteux en effort, cela s'oppose à notre nature qui nous incite à adopter la solution la plus économe énergiquement. Qui plus est, si le système 1 est fréquemment chargé en émotions positives (réponse rapide, sentiment de certitude, cohérence mentale de l'ethos), le système 2 suscite de la surprise et des stimulus négatifs.

Une des raisons pour lesquelles le système 1 est favorisé par les utilisateurs, autre que l'influence directe du biais de confirmation, est dû à la façon dont le contenu numérique est présenté. Les articles sont soumis aux internautes en tant que produits de consommation. Médium favorisant le divertissement et une charge émotionnelle positive, les internautes adoptent une attitude passive lors de leur lecture. Le système 2, faisant appel à la raison, est délaissé au profit du système hédonique 1.

Un autre exemple, toujours ancré dans un contexte numérique, illustre ce point. Un usager parcourant les avis d'un site marchand sera plus enclin à reconnaître de faux commentaires car son comportement nécessitera l'usage de sa raison (système 2.) La finalité – c'est-à-dire : choisir la meilleure option pour notre intérêt personnel – contraint à une position active dans la recherche. Ainsi, un produit présentant des centaines d'avis parfaits sèmera le doute dans l'esprit de l'internaute. A l'inverse, les RSN sont utilisés dans un cadre épicurien et ne permettent pas une réflexion rationnelle<sup>181</sup>.

1.3 – Les dangers de la désinformation sur les RSN : de simples publications à des conséquences malheureuses.

La rapide circulation de l'information sur les RSN ne permet pas seulement la diffusion de messages

---

<sup>180</sup> Moravec, Patricia. L, Minas, Randall K. and Dennis, Alan R. "Fake news on social media: people believe what they want to believe when it makes no sense at all." *MIS Q.* 2019.

<sup>181</sup> Durand, Thomas C, et Tapas, Vled. « 12. Diffuser l'esprit critique de manière ludique *via* YouTube », Nicolas Gauvrit éd., *Des têtes bien faites. Défense de l'esprit critique.* Presses Universitaires de France, 2019, pp. 193-206.

entre amis ou la publication de photos familiales, elle aboutit aussi à une diffusion non régulée de nombreuses infos.

### **Le Brexit : débat politique et populiste.**

Nombreux sont ceux qui ont pointé du doigt le rôle qu'ont joué les médias dans le vote du Brexit : la presse traditionnelle et les plateformes numériques ont su exacerber un sentiment eurosceptique, déjà préexistant, dans la population britannique pour engendrer des bénéfices. La multiplication des articles aux titres racoleurs et du contenu attrape-clic (*click-bait*), résultat d'une course effrénée à l'audimat dans un milieu concurrentiel, a contribué aux rumeurs entourant la question du Brexit. Accéder à une plateforme numérique est chose courante pour un territoire tel que le Royaume-Uni. On estime qu'en 2017, 96% des Britanniques, dont la fourchette d'âge se situait entre 16 et 34 ans, possédaient un smartphone<sup>182</sup>. Pour les 34-54 ans ce chiffre était de 88%, 50% pour les citoyens ayant entre 55 et 64 ans ; enfin, 18% des seniors de plus de 65 ans en détenaient un. Sachant que 94% des Britanniques, dont l'âge est supérieur à 15 ans, s'informent régulièrement aux moyens d'articles de presse (papier et numérique), il est possible d'affirmer que les plateformes médiatiques ont bénéficié d'une audience non-négligeable. Si le choix d'une presse sourcée dominait les habitudes des lecteurs (70% des lecteurs ont lu des articles considérés comme qualitatifs), 69% des lecteurs avaient également consulté de la presse populaire ou provenant des tabloïds<sup>183</sup>. Sur le plan politique, le contexte du Brexit a mené à un essor des blogs hyperpartisans et de pages en ligne dédiées aux enjeux du référendum. L'apparition soudaine de ces nouveaux lieux de discussion, présentés aux mêmes titres que des sources fiables sur les RSN, a inondé les flux d'actualité des usagers, rendant difficile de faire la différence entre une source biaisée et un contenu légitime. Une myriade de rumeurs non fondées a alors circulé. Le 16 mai 2016, *le Daily Express* publiait un article proclamant que le coût de la scolarisation des enfants de migrants équivalait à 3 milliards de livres, renforçant l'opposition des citoyens pour une plus grande ouverture des politiques migratoires. Sur le site du *Daily Telegraph*, le 17 février 2016, un article publié en ligne affirmait que plus de 700 infractions étaient commises par des migrants européens toutes les semaines. En plus de jouer sur les peurs des populations, d'autres plateformes médiatiques ont souligné les risques liés aux frontières européennes qui auraient permis la libre circulation des membres de l'État islamique<sup>184</sup>. La plupart de ces articles, fortement partagés sur les RSN, ne possédaient pas de sources concrètes et contribuaient à la diffusion de fausses nouvelles. InFacts, un site en faveur d'une alliance européenne, a étudié les rumeurs ayant incité un scandale national et a mis en évidence la nature trompeuse de la majorité des articles mentionnés. La manipulation des chiffres donnés et des faits,

---

<sup>182</sup> Schnapper, Pauline, et Avril, Emmanuelle. « Chapitre 3. Les médias sont-ils responsables du Brexit ? », *Où va le Royaume-Uni ? Le Brexit et après*, sous la direction de Schnapper Pauline, Avril Emmanuelle. Odile Jacob, 2019, pp. 67-91.

<sup>183</sup> Ibid.

<sup>184</sup> Ibid.

effectuée par *The Daily Mail*, *The Sun*, le journal *Express* et le *Telegraph* visaient à créer du sensationnalisme autour de leurs articles. Il a d'ailleurs été estimé que sur une période de 28 jours, les publications promouvant la sortie du Royaume-Uni ont été trois fois plus nombreuses que celles défendant le fait de rester<sup>185</sup>.

### Isis has planted sleeper cells in the UK, Germany and Italy and 'taken advantage' of Europe's migrant crisis, head of American intelligence warns

- Director Of National Intelligence James Clapper spoke to reporters in Washington, DC Monday
- Confirmed ISIS was conducting underground activities in the UK, Germany and Italy
- Said there was continued evidence of ISIS plotting in these countries
- Barack Obama urged European countries to share information with each other to prevent other attacks
- For more of the latest Islamic State news visit [www.dailymail.co.uk/isis](http://www.dailymail.co.uk/isis)

By CLEMENCE MICHALLON FOR DAILYMAIL.COM  
PUBLISHED: 04:44 BST, 26 April 2016 | UPDATED: 12:26 BST, 10 June 2016



### Criminal notifications for EU migrants leap by 40% in five years: now there are 700 every week in the UK but less than 20,000 foreign criminals have been deported

- Europeans involved in 146,100 notifications including murder and rape since 2012
- Poles and Romanians the worst offenders, fuelling fears over EU impact
- But the statistics show that only 19,227 foreign crooks have been deported
- Evidence the bloc's freedom of movement rules are routinely being abused
- Notifications are made to other countries when their citizens are convicted, appeal their convictions or break their court orders

By IAN DRURY HOME AFFAIRS CORRESPONDENT FOR THE DAILY MAIL  
PUBLISHED: 00:58 BST, 17 February 2016 | UPDATED: 13:50 BST, 20 May 2016



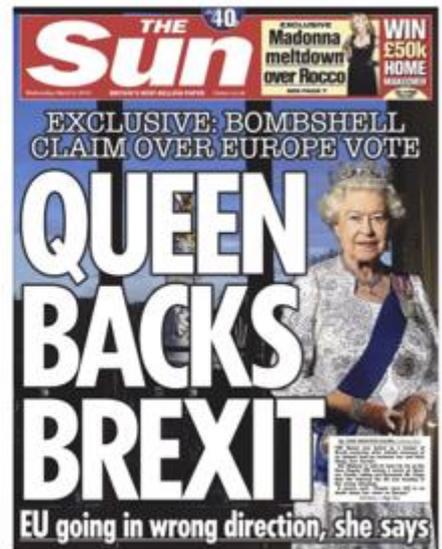
Une autre fausse nouvelle concernant la reine Elizabeth II a également fait polémique : le 9 mars 2016 un article du *Sun* repris sur diverses plateformes affirmait que la Reine soutenait le Brexit<sup>186</sup>. Cette info a d'ailleurs mené à une vive réaction de la part de la famille royale qui a aussitôt démenti la rumeur, réaffirmant que la fonction monarchique de la monarque l'obligeait à adopter une position neutre, et que les propos présentés ne reposaient sur aucune source légitime<sup>187</sup>. Elle s'est également tournée vers l'IPSO – *The Independent Press Standard Organisation* – pour engager des mesures contre la plateforme à l'origine de l'info. Nick Clegg, vice-premier ministre et représentant des Libéraux-démocrates, a usé de son statut de représentant pour affirmer le non-fondement de cette prétendue information depuis son compte Twitter<sup>188</sup>.

<sup>185</sup> Ponsford, Dominic. "Inaccurate newspaper stories misled the British public when they voted 'Leave' says founder of pro-EU fact-checking website." *Press Gazette*. On June 26th, 2016.

<sup>186</sup> Planchard, Claire. « Grande-Bretagne : « The Sun » annonce qu'Elizabeth II soutient le Brexit, Buckingham Palace attaque. » *20 minutes*. Publié le 9 mars 2016.

<sup>187</sup> Bernard, Philippe. « Elizabeth II et le « Brexit » dans le « Sun » : un scoop qui tombe à pic. » *Le Monde*. 9 mars 2016.

<sup>188</sup> Clegg, Nick. @nickclegg. "Re Sun story. As I told the journalist this is nonsense. I've no recollection of this happening & its not the sort of thing I would forget." Twitter. On March 8th, 2016. <https://twitter.com/nickclegg/status/707337515670249472>



A ces exemples s'ajoute l'infox popularisée par le premier ministre Boris Johnson selon laquelle le Royaume-Uni envoyait l'équivalent de 350 millions de livres par semaine à l'Europe. Illustrant ses propos par l'exhibition d'un bus rouge portant le message suivant : « *We send the EU £350 million a week - let's fund our NHS instead. Let's take back control.* » (Nous envoyons à l'Europe 350 millions de livres par semaine. Finançons plutôt notre service national de santé. Votez pour partir. Reprenons le contrôle.) La performance publique du politicien n'est pas passée inaperçue, les images du bus et les chiffres qu'il communiquait ont circulé sur les RSN comme une trainée de poudre. Les 18 milliards de livres dépensés annuellement représentaient en réalité une dépense de 13 milliards à la suite des négociations thatchériennes de 1984. Plus encore, avec le retour des aides financières de l'Union Européenne, le Royaume-Uni dépensait en réalité 136 millions de livres<sup>189</sup>. Pourtant, en dépit des mesures entreprises pour rectifier les chiffres donnés au public, 42% des Britanniques tenaient cette information comme véridique en 2018<sup>190</sup>.



<sup>189</sup> Orsini, Alexis. « Brexit : Retour sur trois intox qui ont marqué les débats. » *20 minutes*. Publié le 30 janvier 2020.

<sup>190</sup> Stone, Jon. "British public still believe Vote Leave '£350 million a week to EU' myth from Brexit referendum." *The Independent*. On October 28th, 2018.

## Election présidentielle 2020 / Passation de pouvoir (2021) : déni collectif et incitation à la violence

À la suite de la victoire du candidat démocrate Joseph R. Biden en novembre 2020, une vague de protestations s'est levée sur les plateformes possédant de grandes communautés républicaines. Des citoyens, farouchement convaincus de la victoire du candidat Trump, se sont repliés dans une forme de déni et ont dénoncé l'illégitimité du nouveau POTUS (President Of The United States.) La tension résultant d'un fort antagonisme dans une société bipartisane a été renforcée par plusieurs facteurs. Le retard dans le compte des votes, le fort sentiment d'appartenance à la communauté républicaine, l'effet direct des dissonances cognitives et l'incitation collective à la violence ont conduit à la croyance que les élections avaient été truquées. Donald J. Trump lui-même a encouragé cette infox depuis son compte Twitter le 6 janvier 2021<sup>191</sup>. Affirmant, en tant que figure d'autorité, que la position présidentielle lui avait été dérobée, il a alors entrepris la publication d'une série de messages haineux, encourageant l'insurrection citoyenne. Les propos du candidat républicain ont été interprétés comme une source fiable, découlant d'une figure reconnue, ils ont ensuite été cités sur de nombreuses plateformes telles que Reddit, Twitter, Snapchat, Instagram et 4chan comme cris de ralliement de la droite américaine. Ces affirmations qui ne reposaient sur aucunes sources véridiques ont mené à l'assaut du Capitole le 6 janvier 2021. Des citoyens pro-Trump et des partisans des mouvances de la droite sont rentrés par effraction dans le bâtiment pour interrompre le décompte des voix qui avait lieu à ce moment précis. Armés, les assaillants ont saccagé les lieux et ont proféré des menaces de mort à l'encontre de Mike Pence et Nancy Pelosi<sup>192</sup><sup>193</sup>. Une potence fut même installée devant le bâtiment afin d'intimider les membres du gouvernement.



<sup>191</sup> Trump, Donald. J. (@realDonaldTrump) "These are the things and events that happen when a sacred landslide election victory is so unceremoniously & viciously stripped away from great patriots who have been badly and unfairly treated for so long. Go home with love & peace. Remember this day forever!" *Twitter*. On January 6, 2021.

<sup>192</sup> Pengelly, Martin. "'Hang Mike Pence': Twitter stops phrase trending after Capitol riot." *The Guardian*. On January 10th, 2021.

<sup>193</sup> Getahun, Hannah. "A timeline of threats against Nancy Pelosi that preceded the attack on her husband." *Business Insider*. On October 31st, 2022.

La propagation rapide des informations trompeuses concernant l'issue des élections présidentielles a conduit à la mise en place d'étiquettes (*flags*) sur les publications des différents RSN dans la perspective de distinguer les faits de la désinformation.



La « vérité alternative », qualifiée ainsi par les usagers pro-Trump, ne renvoyait qu'à du contenu délibérément trompeur. Cette situation, jugée comme une attaque contre la démocratie, a forcé Twitter à signaler plus de 300 000 tweets mensongers<sup>194</sup>. Néanmoins, la mesure ne fut pas suffisante à canaliser la diffusion d'infox<sup>195</sup> : le contexte déboucha donc sur le bannissement de milliers de comptes.

### Crise sanitaire : une pandémie de Fake news

La crise sanitaire de Covid-19 en 2020 a été un autre exemple de cas pour l'étude de la désinformation. De nombreuses balivernes ont circulé sur les RSN ; en France l'institut Pasteur a fait l'objet de propos diffamatoires : accusé à tort d'être à l'origine du virus par un usager ayant mal interprété la lecture d'un brevet daté de 2003 traitant d'une souche du SARS, l'institut a vu son nom bafoué sur les réseaux sociaux<sup>196</sup>. L'utilisateur à l'origine de la rumeur a d'ailleurs été condamné pour diffamation le

---

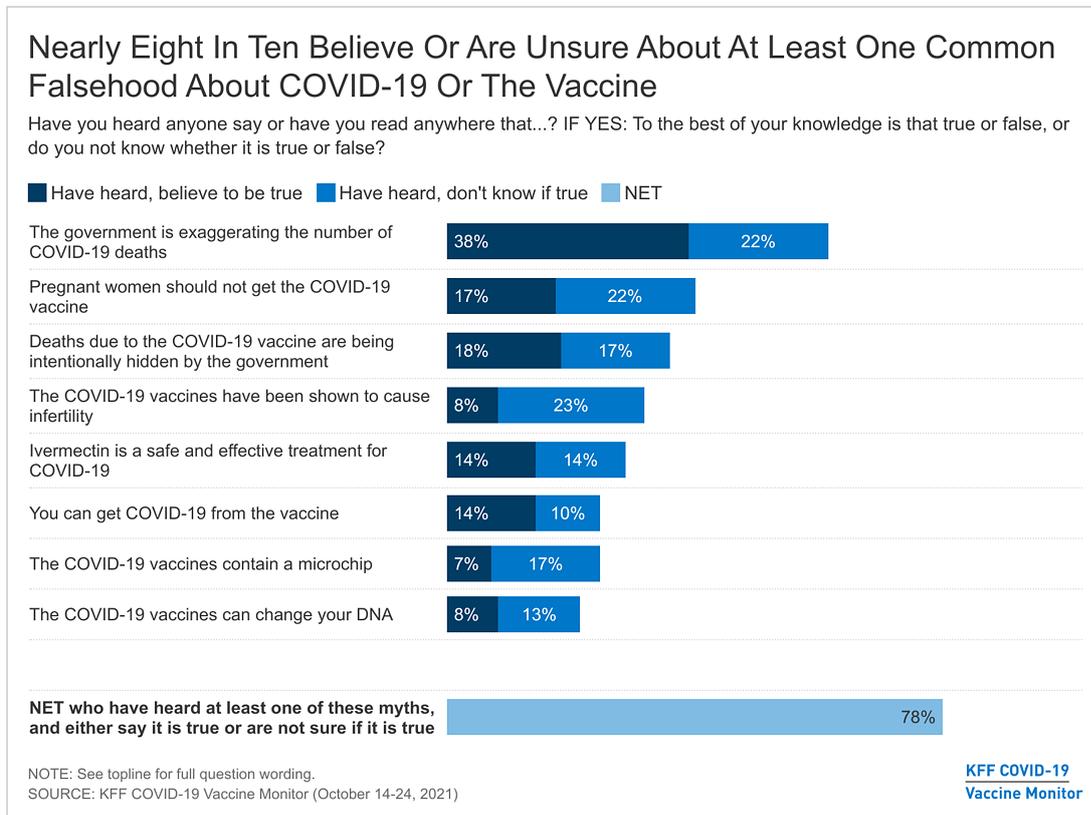
<sup>194</sup> "Twitter Flagged 300,000 Tweets to Combat Disinformation over 2020 US Election: CEO Jack Dorsey." *The Economic Times*. April 18, 2020.

<sup>195</sup> Sanderson, Zeve. A. Brown, Megan. Bonneau, Richard; Nagler, Jonathan and A. Tucker, Joshua. "Twitter Flagged Donald Trump's Tweets with Election Misinformation: They Continued to Spread Both on and off the Platform." *Harvard Kennedy School Misinformation Review*. August 24, 2021.

<https://misinfreview.hks.harvard.edu/article/twitter-flagged-donald-trumps-tweets-with-election-misinformation-they-continued-to-spread-both-on-and-off-the-platform/>

<sup>196</sup> Institut Pasteur. « Coronavirus : attention aux fausses informations sur la Covid-19 circulant sur les réseaux sociaux. » *Le Journal de la Recherche*. 22 octobre 2020.

2 novembre 2020. Dans un contexte anglophone, de nombreuses théories complotistes sont nées autour de l'origine du virus ou des moyens pour le traiter. Selon une étude dirigée en 2021<sup>197</sup>, 78% des adultes américains ont eu connaissance d'au moins une des huit informations fallacieuses circulant sur le covid-19 (exposées dans le document ci-joint.) Un tiers d'entre eux croient également au moins quatre des rumeurs présentées dans le graphe ci-dessous<sup>198</sup> :



La perte de confiance dans les mesures entreprises par le gouvernement a incité la fréquentation de sites alternatifs – espaces où la modération lacunaire facilite la diffusion de propos insidieux.

B. Les défis liés à la désinformation, le DeepFake et l'usage de bots – les RSN ; des agoras non représentatives de la société ?

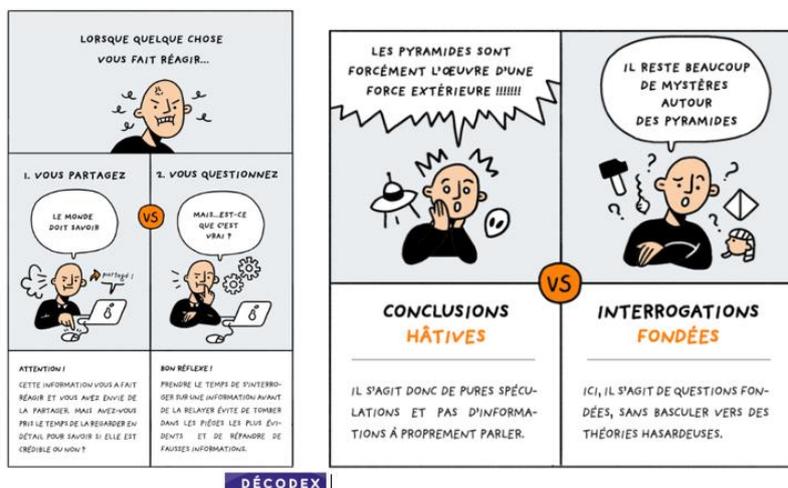
2.1 – Trouver la bonne position : éduquer les usagers au fact checking.

Face à la montée grandissante de la désinformation sur les RSN, une des solutions proposées par le zététicien Thomas C. Durand est d'éduquer graduellement les usagers à la nécessité de vérifier leurs

<sup>197</sup> Hamel, Liza; Lopes, Luna; Kirzinger, Ashley; Sparks, Grace; Stokes, Mellisha and Brodie, Mollyann. "KFF COVID-19 Vaccine Monitor: Media and Misinformation." KFF. On November 8th, 2021.

<sup>198</sup> Ibid.

sources<sup>199</sup>. Cependant, cette introduction au fact checking ne doit pas apparaître comme condescendante et ne doit en aucun cas remettre en cause les aptitudes des internautes – l’effet désiré serait alors contre-productif. De nombreux médias tendent à infantiliser les internautes en les accusant d’être irresponsables dans leur partage des informations. Marie-Noëlle Doutreix et Lionel Barbe<sup>200</sup> pointent l’hypocrisie de la presse qui aspire à être une figure d’autorité, apte à enseigner les bonnes habitudes pour vérifier la légitimité d’un contenu, alors qu’une grande majorité des journaux publient des articles dont les sources sont contestables. L’exemple détaillé dans leur article détaille la position de mentor adoptée par le journal *Le Monde*. Le média en question a mis à la disposition des internautes un outil destiné à vérifier la fiabilité de certains faits nommé « Le Décodex. » Si en théorie les intentions derrière la mise en place de cet outil restent bienveillantes et visent à l’utilité publique ; dans la pratique, la rhétorique qui accompagne la présentation de ce moteur de recherche, spécial « fact checking », reste assez maladroite. La bande dessinée supposée illustrer l’outil affiche des expressions telles que « bon travail » ou « attention » destinées à guider les gestes de l’usager. Pourtant, sachant que le discours est dirigé à un public adulte, on ne saura manquer le ton supérieur et infantilisant du média. Rejeter la faute sur les usagers permet aux plateformes médiatiques de se dédouaner de leurs responsabilités dans la diffusion des infox.



Thomas C. Durand encourage à la place le même usage de ces RSN, tant décriés, pour pratiquer la dif-

<sup>199</sup> Durand, Thomas C, et Vled Tapas. « 12. Diffuser l’esprit critique de manière ludique *via* YouTube », Nicolas Gauvrit éd., *Des têtes bien faites. Défense de l’esprit critique*. Presses Universitaires de France, 2019, pp. 193-206.

<sup>200</sup> Doutreix, Marie-Noëlle and Barbe, Lionel. Légitimer et disqualifier : les fake news saisies comme opportunité de normalisation du champ journalistique. *Études de communication - Langages, information, médiations*, 2019, Fake-News ! Pouvoirs et conflits autour de l’énonciation publique du « vrai », 53, pp.49-66. (10.4000/edc.9242). (hal-03083921)

fusion de l'esprit critique dans la perspective d'aborder les sujets sur un plan d'égalité. La forme importe autant que le contenu du message ; de ce fait le zététicien favorise la création d'un écosystème permettant le débat entre les utilisateurs : l'espace commentaire, l'usage du *stream* et les échanges par tweets sont des espaces privilégiés pour la discussion. Se justifiant dans la création de sa chaîne YouTube, « la Tronche en Biais », le chercheur reconnaît que les RSN restent un espace où domine le cloisonnement des croyances ; néanmoins l'objectif premier de son compte n'est pas tant de s'imposer comme un détenteur de la science infuse mais d'offrir des clefs de lecture pour analyser rationnellement les publications numériques. Connaître les mécanismes encourageant la « vision tunnel » (nom utilisé pour désigner un biais cognitif renvoyant à un tri de l'information) permet d'éviter d'y être sujet. Bien que le terme de **vulgarisation scientifique** soit connoté péjorativement, il permet toutefois d'introduire de grands concepts connus dans la pratique de l'esprit critique. A travers la diffusion de *stream* ou de vidéos, le chercheur présente des notions telles que le rasoir d'Ockham, le syndrome de Galilée ou le retournement de la charge de la preuve afin de contrer les arguments fallacieux.

- **Le rasoir d'Ockham**<sup>201</sup> : Principe philosophique indiquant que parfois, la solution la plus simple ou réalisable entre deux propositions est celle à privilégier. Souvent employée dans la critique des théories du complot, elle met de côtés les théories les plus excentriques au profit d'une explication scientifique. Ce qui est déjà connu – les faits, les théories scientifiques – est considéré comme la solution la plus plausible. (Par exemple : on jugera que ce sont les Égyptiens qui ont construit les pyramides plutôt qu'une vie extra-terrestre.)
- **Syndrome de Galilée**<sup>202</sup> : Sophisme également connu sous la désignation « l'appel à Galilée », il renvoie à l'état d'esprit d'une personne, souvent appartenant à une mouvance complotiste, qui croit que l'Histoire finira par lui donner raison en dépit des retours négatifs que ses propos engendrent. Convaincue que son point de vue est véridique, la personne estime que, pareillement à Galilée, sa théorie finira par être réhabilitée par la communauté scientifique. Argument grandement utilisé dans le domaine des pseudosciences et des théories du complot, il vise à décrédibiliser les opposants en les associant à des « censeurs » ou « des réactionnaires. »
- **Le retournement de la charge de la preuve**<sup>203</sup> : Une personne avançant une théorie demande qu'on lui apporte des preuves qui invalideraient ses propos. La logique fallacieuse repose sur le renversement des attentes dans le domaine scientifique. S'il n'est pas possible de prouver l'inexistence d'un phénomène ou d'une entité, il est du devoir de la personne défendant la

---

<sup>201</sup> Luminet, Jean-Pierre. « Le rasoir d'Ockham : le principe de simplicité. » *Futura Sciences* [Blog.] Publié le 3 septembre 2015.

<sup>202</sup> Wikipedia. Page – « Appel à Galilée ». 2023. Visitée en mai 2023.

<sup>203</sup> Wikipedia. Page – « Inversion de la charge de preuve. » 2023. Visitée en mai 2023.

théorie de la prouver. Popularisé par l'image de la théière de Bertrand Russell, le concept renvoie à l'idée qu'il en va de la responsabilité de la personne à l'origine de l'idée de la valider par des preuves concrètes. (Exemple : Hypothétiquement, une théière serait en orbite autour du Soleil, située quelque part entre la Terre et Mars. Puisqu'il est impossible de prouver sa présence, on demandera aux personnes d'y croire. Analogie comique utilisée dans le cadre scientifique, elle sert à décrire les croyances non justifiées, de la même façon que l'image de la Licorne rose invisible.

*Etc. (Liste non exhaustive des concepts abordés par la chaîne.)*

A cette initiative s'ajoute parfois la publication de vidéos « *debunkage* » afin d'avertir le public au sujet d'un contenu trompeur ou potentiellement dangereux. Chaque vidéo présente une très bonne qualité son et au niveau de l'image puisque de tels détails augmentent la crédibilité du discours ; néanmoins le zététicien tente également de favoriser la proximité avec les autres usagers en faisant preuve d'humour et en optant pour une discussion face-caméra. Un jonglage difficile s'opère alors : porter un discours convaincu sans pour autant paraître hautain. C'est la recherche de cet équilibre avec la communauté qui va assurer un contact réussi avec les internautes. Pour reprendre les mots du chercheur : « On peut faire des vidéos sur Internet et être malgré tout un interlocuteur crédible aux yeux des institutions liées à la culture scientifique. »

2.2 – Des RSN dont il faut parfois se méfier : entre intérêts financiers et manipulation de l'information.

*“In fact, we estimate that a majority (59%) of the URLs mentioned on Twitter are not clicked at all<sup>204</sup>.”*

Un autre aspect qu'il ne faut pas négliger est le rôle actif des RSN dans la mise en avant de contenus problématiques. Les grands réseaux sociaux n'échappent pas à la logique capitaliste des entreprises qui les amène nécessairement à privilégier les mesures leur assurant des revenus réguliers. L'un des exemples les plus récents est l'abonnement « Twitter blue » mis en place par Elon Musk afin d'augmenter les revenus financiers de la plateforme. Le système de l'abonnement en plus de donner à ses acquéreurs des fonctionnalités plus développées, facilite la visibilité de ses abonnés, réduisant une fois

---

<sup>204</sup> Gabelkov, Maksym ; Ramachandran, Arthi; Chaintreau, Augustin and Legout, Arnaud. Social Clicks: What and Who Gets Read on Twitter? *ACM SIGMETRICS / IFIP Performance* 2016, Jun 2016, Antibes Juan-les-Pins, France. (hal-01281190); page 4.

de plus l'exposition à un contenu qualitatif et transparent au profit d'un contenu sponsorisé. La confiance des utilisateurs attribuée au badge « certifié » est désormais un peu plus ébranlée puisqu'il est devenu associé à un service obtenu contre paiement.

Dans la même optique, le moteur de recherche Google et la plateforme Facebook profitent des financements de certains sponsors en échange d'une plus grande visibilité de certains articles<sup>205</sup>. Depuis plusieurs années, Google a été accusé de présenter des recherches de moins en moins qualitatives ; les résultats qui dominent désormais le moteur de recherche proviennent généralement des partenaires commerciaux de l'entreprise. Le manque de transparence des algorithmes – aussi bien pour les moteurs de recherche que pour les RSN – ont également fait l'objet de grands débats. Les utilisateurs ignorent sur quels critères les informations présentées ont été sélectionnées. Cette politique du secret, allée à une concurrence de plus en plus difficile pour la presse traditionnelle, conduit à une migration vers les plateformes numériques – espaces idéaux pour connaître un buzz médiatique.

En France, les tirages papier du journal *Libération* ont été divisé par deux en dix ans seulement ; à l'inverse, les plateformes s'étant adaptées à une transition numérique ont réussi à faire croître leurs chiffres. En 2017, le journal *le Monde* a connu une augmentation de 44% de ses abonnements en ligne<sup>206</sup>. Cette réalité n'est pas spécifique à un contexte français, elle est la même à l'échelle internationale. En ce qui concerne le marché américain, le secteur des plateformes d'information numériques ne cessent de gagner en popularité. Si en 2021 la valeur totale du marché était estimée à plus de 34 milliards de dollars, on estime qu'il va encore connaître une croissance annuelle continue de 4.2% jusqu'en 2028<sup>207</sup>.

Les articles, dont le partage transmédia est facilité par les profils officiels de chaque entreprise et l'activité des usagers, circulent librement contrairement aux journaux papiers, limités par la matérialité de leur forme.

---

<sup>205</sup> Doutreix, Marie-Noëlle and Barbe, Lionel. Légitimer et disqualifier : les fake news saisies comme opportunité de normalisation du champ journalistique. *Études de communication - Langages, information, médiations*, 2019, Fake-News ! Pouvoirs et conflits autour de l'énonciation publique du « vrai », 53, pp.49-66.

<sup>206</sup> Ibid.

<sup>207</sup> "Digital Newspapers & Magazines Market Size, Share & Trends Analysis Report by Type (e-Newspapers, e-Magazines, Digital Newspaper Advertising, Digital Magazine Advertising), By Region, And Segment Forecasts, 2022 - 2028" *Grand View Research*. 2017-2020.



L'usage de titres racoleurs, du contenu attrape-clic et le principe d'attraction contribuent à un autre vice de la désinformation : le partage d'un article à peine parcouru. D'après une étude assez inquiétante portant sur les habitudes des internautes, on suppose que 59% des articles partagés sur les réseaux sociaux n'ont pas été lus. La majorité des usagers s'arrêtent à la lecture du titre avant de s'en fonder une opinion. Ce comportement engendre la diffusion d'infox et de contenus sensationnels en dépit de l'absence de connaissance du contexte originel. Les chercheurs ont donc conclu que les individus tendaient à baser leurs croyances sur des résumés – ou même des résumés de résumés - que par une exploration assidue du contenu leur étant proposé.

*The Science Post* a mené une expérience amusante en publiant un article intitulé : « Etude : 70% des utilisateurs Facebook se contentent de lire uniquement les titres des articles scientifiques avant de les commenter<sup>208</sup> » (*Study : 70% of Facebook users only read the headline of science stories before commenting.*) La publication en question se voulait parodique et cherchait à exposer le fait dénoncé : lorsque l'utilisateur cliquait sur l'article en question il ne tombait que sur une description rédigée en latin. En dépit de cela, à l'époque de sa publication, l'article avait été partagé plus de 46 000 fois<sup>209</sup> – chiffre désormais bien plus conséquent.

<sup>208</sup> SP Team. "Study: 70% of Facebook users only read the headline of science stories before commenting." *The Science Post*. On March 5, 2018.

<http://thesciencepost.com/study-70-of-facebook-commenters-only-read-the-headline/>

<sup>209</sup> Kirkpatrick, David. " Study: 59% of readers will share this link on social media without actually reading it." *Marketing Dive*. On June 20th, 2016.

# Study: 70% of Facebook users only read the headline of science stories before commenting

By SP Team on March 5, 2018

MOST SHARED POSTS



NEW YORK, NY – A recent study showed that 70% of people actually never read more than the headline of a science article before commenting and sharing. Most simply see a headline they like and click share and make a comment. A recent study showed that 70% of people actually never read more than the headline of a science article before commenting and sharing. Most simply see a headline they like and click share and make a comment.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nullam consectetur ipsum sit amet sem vestibulum eleifend. Donec sed metus nisi. Quisque ultricies nulla a risus facilisis vestibulum. Ut luctus feugiat nisi, eget molestie magna faucibus vitae. Morbi luctus orci eget semper fringilla. Proin vestibulum neque a ultrices aliquet. Fusce imperdiet purus in euismod accumsan. Suspendisse potenti. Nullam efficitur feugiat nibh, at pellentesque mauris. Suspendisse potenti. Maecenas efficitur urna velit, ut gravida enim vestibulum eu. Nullam suscipit finibus tellus convallis lacinia. Aenean ex nunc, posuere sit amet mauris ac, venenatis efficitur nulla. Nam auctor eros eu libero rutrum, ac tristique nunc tincidunt. Mauris eu turpis rutrum mi scelerisque volutpat.

La présence de paywall est une autre entrave à la lutte contre la désinformation, puisqu'elle incite à la dépense, les internautes auront tendance à chercher, ou partager, l'information là où elle est disponible. Le contenu dit qualitatif sera, une fois de plus, négligé au profit de posts créant du clic.

2.3 – Nouveaux enjeux pour l'avenir : Usage de bots, IA et désinformation.

Avec l'essor de la désinformation et une intelligence artificielle de plus en plus développée il devient parfois un véritable casse-tête de démêler le vrai du faux sur la toile. D'après une étude réalisée par le Pew Research Center (Décembre 2016) fondée sur les réponses de 1002 Américains, 64% des usagers estiment que les infox affectent le jugement des individus en introduisant de la confusion dans des sujets d'actualité<sup>210</sup>. Plus encore, 23% des questionnés affirmaient avoir partagé une infox à leur entourage : de ce chiffre, 14% avaient connaissance de la nature trompeuse de l'information, quant au 16% restant, ils n'ont eu appris que plus tard l'inexactitude des faits énoncés<sup>211</sup>. Lorsqu'on a ensuite demandé aux utilisateurs s'ils pensaient avoir les compétences requises pour reconnaître une infox 49%

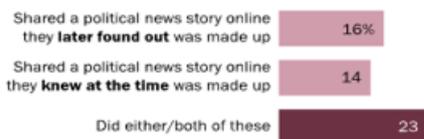
<sup>210</sup> Barthel, Michael; Mitchell, Amy and Holcomb, Jesse. "Many Americans Believe Fake News Is Sowing Confusion." *Pew Research Center*. On December 15th, 2016.

<sup>211</sup> Ibid.

des participant déclaraient être certains de pouvoir identifier le contenu mensonger, 39% pensaient en être capables tandis que seulement 15% des interrogés ont remis en cause leur fiabilité de jugement<sup>212</sup>.

### About one in four report sharing fabricated news – whether aware at the time or not

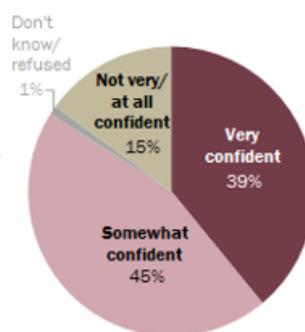
% of U.S. adults who say they ...



Source: Survey conducted Dec. 1-4, 2016.  
"Many Americans Believe Fake News Is Sowing Confusion"  
PEW RESEARCH CENTER

### Majority are confident in their ability to recognize fake news

% of U.S. adults who are \_\_\_ in their ability to recognize made-up news



Source: Survey conducted Dec. 1-4, 2016.  
"Many Americans Believe Fake News Is Sowing Confusion"

### Majority say fake news has left Americans confused about basic facts

% of U.S. adults who say completely made-up news has caused \_\_\_ about the basic facts of current events



Source: Survey conducted Dec. 1-4, 2016.  
"Many Americans Believe Fake News Is Sowing Confusion"  
PEW RESEARCH CENTER

PEW RESEARCH CENTER

En dépit de la confiance des internautes dans leurs aptitudes d'évaluation, la circulation rapide des infox illustre néanmoins un enjeu de société dans le contrôle des informations potentiellement dangereuses. Les opinions sont facilement manipulables si les affects invoqués et la forme du message réussissent à toucher les valeurs de l'éthos. Le sentiment grégaire, renforcé par la psychologie des foules, incite à suivre l'opinion majoritaire ou possédant une forte visibilité. La multiplication de bots sur certaines plateformes – plus particulièrement Twitter – participe à une véritable guerre d'influence culturelle et politisée. On se souviendra par exemple des élections américaines présidentielles de 2016 ayant entraîné de fortes polémiques autour de la légitimité supposée des comptes d'utilisateurs. Selon l'équipe Twitter, plus de 50 000 bots russes ont été bannis à la suite de publications abusives se comptant en milliers de messages pro-Trump<sup>213</sup>. Ce spam, politiquement orienté, avait pour but d'inciter les citoyens indécis à voter pour le candidat républicain Donald J. Trump. Sur le plan rationnel, les internautes tendent à accorder plus facilement leur confiance si un même avis est partagé par plusieurs profils ; c'est en exploitant cette confiance dans l'autre que les bots arrivent à diffuser leur message. L'utilisateur prend alors le relais et va à son tour exercer une forme d'influence au sein de sa communauté. Une étude réalisée entre mai 2016 et mars 2017 a analysé plus de 14 millions de messages et

<sup>212</sup> Ibid.

<sup>213</sup> Swaine, Jon. "Twitter admits far more Russian bots posted on election than it had disclosed." *The Guardian*. On January 20th, 2018.

plus de 400 000 articles : de cette base de données a découlé une nette identification de profil suspects<sup>214</sup>. Les 6% de profils Twitter identifiés en tant que bots ont produit à eux seuls 31% des informations fallacieuses relevées. Considérée comme une véritable invasion, la présence des bots sur les RSN aide malheureusement à la diffusion de discours favorisant la manipulation du grand public. Si en 2023 la question fait encore débat sur le rôle qu'a joué une telle exposition médiatique, au profit du parti républicain, dans l'issue de la campagne de 2016, il existe néanmoins des alternatives pour ne pas succomber à la désinformation de masse.

### **Initiatives individuelles et sites de fact checking**

L'éveil des consciences citoyennes doit s'opérer grâce à des échanges, le discours unilatéral – jugé trop autoritaire – aura tendance à brusquer les usagers. C'est pour cette raison que la mise en lumière de chaînes zététiques – ou favorisant le travail d'une pensée critique – doit prévaloir. Dans un cadre francophone, il est possible de citer plusieurs chaînes visant l'aiguisement de l'esprit critique : Les excellentes chaînes YTB *La Tronche en Biais* dirigée par Thomas C. Durand, *Hygiène Mentale* de Christophe Michel (membre de l'Observatoire Zététique), *E-penser*, *Vidéosciences* et *Defakator* sont des exemples-types d'initiatives individuelles pour combattre les écueils de la désinformation.

A cette liste de projets, et au croisement des sources, s'ajoute un ensemble de sites destinés au fact checking disponibles gratuitement pour les internautes avertis : *Thruthy*, *Hoaxy*, *Snopes.com*, *Politi-facts.com* ou encore *Factcheck.org* restent à ce jour les plus connus<sup>215</sup>. En plus de permettre la vérification rapide d'une information rencontrée sur internet, ces outils communiquent de riches informations sur les personnes à l'origine de ces rumeurs et leurs motivations personnelles. *Loose change*, surnommé parfois le « premier blockbuster » d'internet, est un documentaire conspirationniste de 2005 portant sur les attaques du 11 septembre<sup>216</sup>. L'argumentation du film ne repose pas sur l'incrimination du groupe al-Qaida mais prétend que le gouvernement américain aurait été impliqué dans la réalisation de l'attentat. Souvent citée en tant que source au sein des communautés complotistes ou adhérent à une « vérité alternative », sa présentation sur le site de fact checking permet de minimiser le crédit potentiel que l'on pourrait lui apporter. Similairement, d'autres documentaires amateurs et pseudo-scientifiques ont fait leur apparition en tant que sources vectrices d'un discours trompeur. En France, le documentaire *La Révélation des Pyramides* réalisé par Patrice Pooyard et Jacques Grimault en 2010 a gagné en popularité sur les forums à tendance complotiste : le postulat défendu par le film serait que la civilisation égyptienne n'aurait pas eu en sa possession les ressources nécessaires à la cons-

---

<sup>214</sup> Fryling, Kevin. "Study: Twitter bots played disproportionate role spreading misinformation during 2016 election." *Indiana University*. On November 20th, 2018.

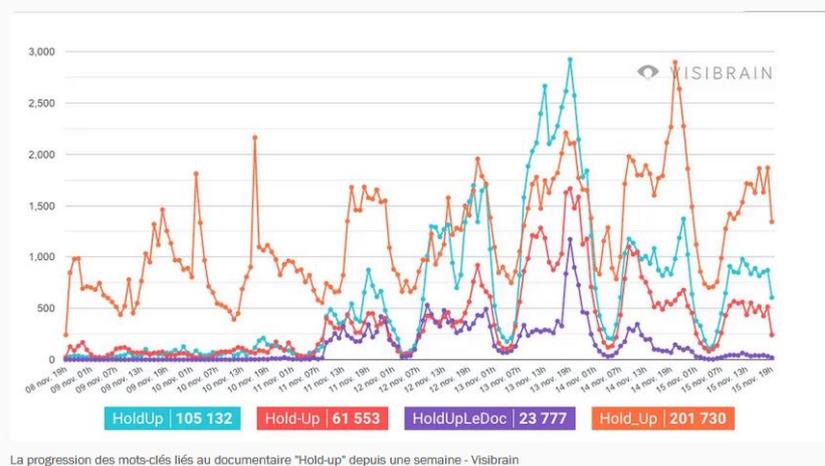
<sup>215</sup> Moravec, Patricia. L, Minas, Randall K. and Dennis, Alan R. "Fake news on social media: people believe what they want to believe when it makes no sense at all." *MIS Q.* 2019.

<sup>216</sup> Tomas, Frédéric et Durand, Thomas. « Les « documenteurs », nouvelle arme dans la guerre de l'information », *Revue internationale d'intelligence économique*, vol. 13, no. 1, 2021, pp. 119-142.

truction des pyramides et que ces dernières seraient le fruit d'une civilisation ancienne désormais disparue<sup>217</sup>. Toujours dans un cadre conspirationniste, le documentaire *Hold Up* (2020) publié le 11 novembre 2020 sur Vimeo puis réuploadé sur divers RSN (DailyMotion, YouTube...) prétend que le covid-19 serait le fruit d'une machination organisée par les puissants de ce monde pour assujettir l'humanité<sup>218</sup>. Visionné plus de 2 millions et demi de fois sur YouTube, il a également fait l'objet de plus de 400 000 retweets, propageant ainsi un engouement soudain pour cette théorie complotiste<sup>219</sup>. Régulièrement supprimé par les équipes modératrices des plateformes concernées, sa diffusion a été rendue possible par le piratage et le partage clandestin entre utilisateurs.

### Près de 400 000 tweets

Sur les réseaux sociaux, les publications autour du documentaire sont de plus en plus nombreuses : selon un décompte de l'outil de veille en ligne Visibrain pour France Inter, sur la semaine passée, on compte plus de 392 000 tweets comportant les mots-clés liés au documentaire (#HoldUp, #HoldUpLeDoc ou #Hold\_Up, le plus récurrent).



### La montée en puissance des IA : montages et productions numériques.

Enfin, un des nouveaux enjeux à surmonter sur les RSN réside dans la distinction entre un média sourcé et une production d'IA. Si Chat GPT possède actuellement plus de 100 millions d'utilisateurs et offre au fil du temps des réponses de plus en plus qualitatives qui s'apparenteraient à un discours humain, il existe cependant des outils destinés à reconnaître les traces de son utilisation dans les textes soumis à l'analyse. A titre d'exemple, le logiciel Compilatio Magister permet de détecter la parole de l'IA en tenant compte des formulations boursouflées et spécifiques du robot conversationnel<sup>220</sup>. Même si les résultats ne sont pas toujours concluants et peuvent aboutir à des faux-positifs, il est estimé que l'usage de ces outils reste néanmoins efficace. Il doit toutefois s'accompagner d'un jugement critique de la part de la personne ayant mené le test et ne doit pas être considéré comme infaillible dans son

<sup>217</sup> Ibid.

<sup>218</sup> Wikipédia. Page – « Hold Up (2020) » 2023.

<sup>219</sup> Baldacchino, Julien. « Le documentaire "Hold-Up" a été vu (au moins) plus de deux millions et demi de fois sur Internet. » *Radio France*. 16 novembre 2020.

<sup>220</sup> Dessaux, Marine. « ChatGPT : le logiciel antiplagiat des universités contre-attaque. » *Campus Matin*. Publié le 9 février 2023.

évaluation.

En ce qui concerne les photo-montages et les productions visuelles générées par les IA, on retrouve également certaines astuces afin de démêler le vrai du faux. En me basant sur les critères donnés par le vulgarisateur Defakator dans sa vidéo consacrée à la détection d'images produites par des logiciels semblables à Midjourney et à Dall-e, voici les éléments à prendre en compte lors de l'analyse d'une photo suspecte<sup>221</sup> :

- **L'apparence des mains et des extrémités du corps humain** : Il n'est pas rare que les productions d'IA ajoutent ou enlèvent un certain nombre de doigts aux personnes représentées (de même pour les **dents**). La position de membres tordus (bras, jambes) peut également donner des indices sur l'origine de la photo.
- **Les jeux de lumière** : Il existe une atmosphère plutôt claire-obscur spécifique à des logiciels tels que Midjourney. Le jeu de lumière donne un aspect très dramatique à la scène : l'éclairage n'apparaît pas comme une diffusion de la lumière naturelle mais ressemble dans sa présentation à un photo montage. Les ombres des personnes présentes, la diffusion des éclairages, des zones flous et de potentiels reflets peuvent également trahir la provenance du média.



---

<sup>221</sup> Officiel Defakator. « 🔍 Détecter les fausses images. » *YouTube*. Vidéo publiée le 1<sup>er</sup> mai 2023.

[https://www.youtube.com/watch?v=4bmX11Yq\\_i0](https://www.youtube.com/watch?v=4bmX11Yq_i0)

Pour plus d'informations complémentaires sur le sujet je recommande l'excellente vidéo traitant du DeepFake : Officiel Defakator. « 🏰 On nous fake profond – DEFAKATOR. » *YouTube*. Vidéo publiée le 23 avril 2019.

[https://www.youtube.com/watch?v=AT89\\_nM0nes](https://www.youtube.com/watch?v=AT89_nM0nes)

- **Le grain de la peau, les vêtements** : Particulièrement difficiles à rendre, l'aspect lisse de la matière ou son prolongement absurde (par exemple une veste fusionnant avec la peau d'un individu) aident dans l'évaluation de l'analyse.
- **Les détails situés à l'arrière-plan** : Parfois floue illogique dans la perspective, il peut arriver que la scène dépeinte ne corresponde pas au contexte que l'on souhaite représenter. Exemple : voir la photographie du Président Emmanuel Macron assis dans un Paris envahi par les poubelles à la suite des grèves sociales dans une atmosphère printanière alors que la scène se déroule en automne<sup>222</sup>.
- **Les incohérences de composition** : Point faisant appel à la raison de l'utilisateur. Une scène représentant le Pape François affublé de lunettes de soleil et assis dans une voiture de luxe sera moins crédible que d'autres productions plus modestes. Il en va de même avec la majorité des représentations de dirigeants placés dans des positions absurdes ou surréalistes.
- **Les textes** : Bien que les IA sachent reconnaître la présence de textes et d'écritures humaines, elles n'ont pas encore la capacité d'écrire des propos cohérents. Visuellement, les noms simples sont retranscrits sous la forme d'un charabia – identifié comme du texte – mais ne renvoyant à aucun sens concret. (Exemple : « Polle » pour imiter l'inscription « Police » sur l'uniforme d'un agent.)



En plus de porter attention à ces critères, il est également encouragé d'effectuer une recherche d'image à partir du navigateur internet afin de voir si : (a) la photographie est officielle et provient d'une plateforme sourcée, (b) si elle est l'objet d'un montage-photo et qu'un des éléments présents dans la scène a été rajouté par Photoshop au moyen d'un contenu déjà présent en ligne<sup>223</sup>.

<sup>222</sup> Mouriquand, David. « Comment l'IA met le président Macron au milieu des manifestations contre la réforme des retraites. » *EuroNews*. Mis à jour le 24 février 2023.

<sup>223</sup> Ibid.

Si la photographie résulte d'une manipulation par photomontage il est également possible de la soumettre à des outils détectant les altérations que le fichier a subies lors de sa falsification. L'extension du navigateur Chrome, *InVid & We Verify*, offre la possibilité d'observer les modifications apportées à l'image lors de sa compression<sup>224</sup>.

Si la majorité des techniques évoquées ici fonctionne également pour les vidéos issues du DeepFake, il ne va pas sans dire que les IA s'améliorent toujours un peu plus au fil du temps. Idéalement, il serait préférable d'insérer une clef d'identification à chaque production d'IA pour plus de transparence sur leur origine mais cette solution reste utopique. Il faudra donc compter sur le jugement des usagers et d'un apprentissage critique d'une bonne lecture des médias numériques (vidéo, message vocal, image) afin de contrer les dangers de la désinformation. De la même façon qu'opèrent les contributeurs de l'encyclopédie Wikipédia, il faut davantage encourager le fact checking contrôlé par un ensemble d'usagers conscients des risques liés aux infox<sup>225</sup>. A chaque modification portée à un article, les usagers sont avertis et donnent leur avis sur les changements apportés : plus que de simples garde-fous, les utilisateurs ont le potentiel de préserver un environnement sain et collaboratif. La réhabilitation de systèmes de correction, semblables au fonctionnement de l'encyclopédie libre, permettrait à plus grande échelle de contrer la diffusion de rumeurs. Je termine cette sous-partie en empruntant les mots de Marie-Noëlle Doutreix et Lionel Barbe : « Nous devons donc considérer qu'à la base même du succès d'internet et des réseaux sociaux, réside cette aspiration des internautes à vouloir échanger, produire, mais aussi évaluer par eux-mêmes les informations et les savoirs de façon collective. » Cette réalité est un potentiel incroyable qu'il reste encore à exploiter.

C. Une modération faillible pour des espaces numériques gigantesques – question de la censure, de la modération, des politiques favorisées par la plateforme.

3.1 – Facebook, Twitter et TikTok : Une modération faillible, des espaces d'échanges bien trop vastes pour être entièrement contrôlés.

En théorie, de plus grandes politiques de modération permettraient de diminuer la circulation de discours fallacieux ; en pratique, cet objectif est difficile à réaliser. Les RSN offrent des espaces numériques immenses, pris d'assaut par des millions d'usagers chaque jour ; la modération lacunaire de ces plateformes ne suffit pas à la vastitude de cet écosystème. On estime qu'il suffit de 5 à 10 minutes de scrolling sur TikTok pour que l'utilisateur tombe sur du contenu enfreignant le règlement intérieur de la

---

<sup>224</sup> Ibid.

<sup>225</sup> Doutreix, Marie-Noëlle and Barbe, Lionel. Légitimer et disqualifier : les fake news saisies comme opportunité de normalisation du champ journalistique. *Études de communication - Langages, information, médiations*, 2019, Fake-News ! Pouvoirs et conflits autour de l'énonciation publique du « vrai », 53, pp.49-66.

plateforme<sup>226</sup>. En plus de promouvoir des discours haineux et racistes, la population la plus jeune du média est régulièrement exposée à du contenu pornographique. Cela mène donc à considérer d'autres enjeux concernant les nouvelles générations tels que l'hypersexualisation des adolescents et l'introduction à des défis risqués<sup>227</sup>.

Qui plus est, les équipes de modération restent principalement composées d'agents humains souvent poussés à leurs limites du supportable<sup>228</sup>. Tous les jours les modérateurs des RSN doivent visionner les publications signalées comme problématiques : actes violents, propos injurieux, mutilation auto-infligée, racisme, contenu explicite et publication NSFW (Not Safe For Work) mettent à rude épreuve le mental de ces agents dont le rôle est de délivrer un verdict sur la potentielle suppression du post. Le processus d'évaluation est long, pénible et est parfois retardé par du matériel vieillissant : le chargement d'une image, ralenti par les limitations matérielles, conduit à une exposition prolongée à du contenu traumatisant. Bien que cette tâche, considérée par la majorité des modérateurs comme ingrate, soit une source de mal-être et soit mal rémunérée, elle reste néanmoins privilégiée par les plateformes. La raison principale repose sur la nuance de jugement qu'apportent les employés dans leur prise de décisions, une modération automatisée tendra à identifier et censurer certains visuels sans tenir compte du contexte. Ainsi faudrait-il condamner l'usage de tout symbole potentiellement discutabile sans tenir compte du contexte originel ? Comment une modération automatisée pourrait différencier une croix nazie d'une svastika hindoue ? Si l'on apprend à l'IA qu'il faudrait censurer les poitrines dénudées exposées dans les publications, qu'en est-il des représentations artistiques exhibant la matérialité du corps ?

A ces questionnements il faudrait également se mettre d'accord sur une liste de critères précis concernant les publications tolérées. Le réseau social Reddit fonde sa modération sur des politiques propres à un contexte américain, toutefois le contenu exposé sur la plateforme pourrait, dans un autre pays, être censuré. Une étude a demandé à des utilisateurs ce qu'ils souhaiteraient voir bannis sur les réseaux numériques : 80% des personnes interrogées aimeraient voir les discours haineux, discriminants et racistes sanctionnés, 73% ont mentionné la glorification de la violence et 66% voudraient restreindre l'exposition de contenu sexuellement explicite<sup>229</sup>. Une certaine divergence apparaît dans les écarts de pourcentage des chiffres obtenus, ce qui est désiré par un groupe ne l'est pas toujours pour un autre parti. Les RSN sont également pointés du doigt pour leur politiques contradictoires : si Facebook s'est

---

<sup>226</sup> Stackpole, Thomas. "Content Moderation Is Terrible by Design." *Havard Business Review*. November 9th, 2022.

<sup>227</sup> Murphy, Hannah and Yang, Yuan. "TikTok rushes to build moderation teams as concerns rise over content." *The Irish Times*. On December 20th, 2010.

<sup>228</sup> Stackpole, Thomas. "Content Moderation Is Terrible by Design." *Havard Business Review*. November 9th, 2022.

<sup>229</sup> Yildirim, Pinar and Zhang, Z. John. "How Social Media Firms Moderate Their Content." *Knowledge At Wharton [University of Pennsylvania]*. On January 24th, 2022.

engagé à dépenser 5% des revenus de l'entreprise (plus de 3.7 milliards de dollars) dans le développement d'une modération plus efficace<sup>230</sup>, le réseau a aussi arrêté de signaler les publications jugées trompeuses par l'affichage d'étiquettes et de bandeaux informatifs<sup>231</sup>. Twitter cherche à combattre l'anonymat en demandant à ses usagers d'utiliser leurs véritables informations personnelles lors de la création de leur compte<sup>232</sup> mais propose un abonnement mettant en avant des messages potentiellement mensongers.

Les politiques financières des plateformes viennent entraver les efforts mis en place : c'est dans ce contexte, quasi-schizophrène, que les RSN alternent entre un désir d'engendrer du revenu et la volonté d'établir un cadre numérique sain.

### 3.2 – Justifier la censure et la modération en ligne : où tracer une limite ?

Un point saillant ressort de cette étude : même dans un cadre numérique où le règlement est appliqué, la modération ne suffit pas toujours à contrer les problèmes liés à la diffusion des infox. A titre d'exemple, les multiples bannissements des sub/reddits jugées problématiques (r/DonaldTrump, r/The\_Donald, r/facism\_forever, r/againstdiversity, r/blackcrimestatistics...) auront conduit à une migration des utilisateurs vers des plateformes alternatives où règne l'anonymat.

Dissimuler son identité sur la toile est devenue une des principales armes pour l'essor de discours politiques extrêmes : la création de *ThrowAway accounts* sur Reddit (« comptes jetables ») permet d'ailleurs d'exprimer des opinions controversées sans que le compte principal de l'utilisateur n'en soit inquiété.

L'ethos numérique, présenté à la majorité est alors préservé, et est substitué par un profil libéré de toute censure. Si l'anonymat est une force d'internet, il mène également à ses plus grandes dérives. Si dans une certaine mesure le bannissement de comptes pour fautes graves aide à restaurer un climat de confiance, il entraîne également sur le long terme le renforcement des chambres d'écho installées au sein des différentes plateformes. Il ne faut plus attendre que des événements extérieurs (la pandémie de covid-19, les attaques du Capitole) surviennent pour que les cadres numériques changent leur politique intérieure.

Les enjeux pour les prochaines années seront de trouver un équilibre entre les intérêts économiques, les moyens humains, le flux d'information continu et l'automatisation d'une modération efficace pour contrer les défis à venir – en tant qu'utilisateur et acteur du réseau.

---

<sup>230</sup> Ibid.

<sup>231</sup> Hern, Alex. "Facebook considering ending restrictions on Covid misinformation." *The Guardian*. On July 26th, 2022.

<sup>232</sup> Twitter Team. "Misleading and deceptive identities policy" *Blog Twitter*. In April 2023.

## *Conclusion*

Cette étude des RSN et de leur rôle dans l'élaboration d'un profil politique arrive désormais à sa fin. Au sein de la première partie, plusieurs analyses linguistiques du technodiscours ont été menées afin de mettre en évidence le lien qui rattachait le concept d'**ethos** au **logos** et au **pathos**. Grâce à l'exploitation d'un corpus de tweets composé lors de la période des élections de mi-mandat (2022-2023), il a été possible de démontrer que l'exhibition d'affects au sein des messages révélait de précieux indices identitaires. Premièrement, l'appel au sentimentalisme favorisait l'adhésion des utilisateurs à un système de pensée et à ses valeurs. Deuxièmement, leur présence au sein du contenu dévoilait la position de l'ethos numérique vis-à-vis des propos tenus. Cette présentation de soi, revendiquée à travers la parole et les actions de l'internaute, était également renforcée par l'appropriation d'une multitude de composants langagiers – et non langagiers – qui faisaient l'objet d'une réappropriation personnelle. Ainsi, l'emploi de technosignes, de références populaires ou de technomots était pensé comme une extension du ressenti de l'utilisateur dans un contexte idiosyncratique.

Le deuxième axe a ensuite tenté d'associer, à cet environnement hybride et réticulaire, la notion d'appartenance à une communauté. Si l'ethos numérique d'un activiste en ligne exprime, à travers ses publications, ses valeurs et croyances les plus intimes, elle reste néanmoins toujours tournée vers une autorité explicite : la communauté. Juge artificiel, représentation de l'ensemble des usagers d'un groupe, cette dernière tient le rôle de garde-fou en validant ou rejetant le discours d'un individu. Attractives car elles répondent aux besoins sociaux d'appartenance à un groupe tout en confortant l'estime de la personne, les actions des communautés peuvent parfois déboucher sur un cloisonnement idéologique, renforcé par l'instinct grégaire et l'effet de foule.

Ce sont les aspects qui viennent notamment entacher le potentiel politique des RSN : les plateformes numériques libèrent démocratiquement la parole ; cette situation amène à des revers tels que la diffusion non sourcée d'articles polémiques, la manipulation émotionnelle des internautes et un antagonisme politique dominant. Les biais cognitifs, associés à une circulation non-réglée des infos, portent préjudices aux causes portées sur internet.

Néanmoins, ce travail de recherche aura permis de mettre en lumière les différentes affordances qu'offrent les réseaux sociaux à l'activisme politique. Si on ne peut nier que les enjeux entourant les RSN restent considérables – notamment dans la traçabilité et le décryptage des sources – ces plateformes auront introduit une génération plus jeune à des mouvements sociétaux. L'engagement par la démonstration est le premier pas vers un activisme plus poussé ; libérer la parole, tout en effaçant les frontières géographiques, contribue à cette circulation des idées propice à l'éveil d'une conscience citoyenne.

## Bibliographie

### Livres

- Amossy, Ruth. *La présentation de soi. Ethos et identité verbale*. Presses Universitaires de France, 235 pages. 2010
- Durand, C. Thomas. *La science des balivernes*. Humensciences [Collection : Quoi de neuf en sciences ?] Mai 2021.
- Festinger, Leon. *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press. 1957.
- Gainous, Jason and Wagner, Kevin. M. *Tweeting to Power. The Social Media Revolution in American Politics*. Oxford University Press; 2014.
- Goffman, Erving. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Bantam. 1959.
- Milgram, Stanley. « The small world problem », *Psychology Today*, 1967.
- Penney, Joel. *The Citizen Marketer: Promoting Political Opinion in the Social Media Age*. NY: Oxford University Press, 2017.

### Articles académiques

- Anonyme. "4chan statistics and user count 2023." *DMR* [Section Social Media Statistics: 4chan statistics and facts.] Last updated on January 8th, 2023.
- Anonymous Author. "Distribution of Reddit users in the United States as of February 2016, by political spectrum." *Statista*. January 12 to February 8, 2016.
- Barthel, Michael; Mitchell, Amy and Holcomb, Jesse. "Many Americans Believe Fake News Is Sowing Confusion." *Pew Research Center*. On December 15th, 2016.
- Bourdieu, Pierre. « Le capital social. » *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*. 1980. n°31, pp 2-3.
- Cagninelli, Claudia. « Le débat public sur Twitter : construction énonciative et discursive de tweets intégrant des liens URL », *Repères DoRiF*, n. 22 – Corpus, réseaux sociaux, analyse du discours, DoRiF Università, Roma octobre 2020.
- Cohen, Jonas. "What drives memes to virality? A Quantitative Study of Meme Shareability Over social media." *University of Toronto*. 2019.
- Dixon, S. "Daily time spent on social networking by internet users worldwide from 2012 to 2022." *Statista*. Published on August 22nd, 2022.
- Dortier, Jean-François. « La concentration : du poisson rouge à Thomas Edison. » *Sciences Humaines*. Décembre 2017.
- Doutreix, Marie-Noëlle and Barbe, Lionel. Légitimer et disqualifier : les fake news saisies comme opportunité de normalisation du champ journalistique. *Études de communication - Langages, information, médiations*, 2019, Fake-News ! Pouvoirs et conflits autour de l'énonciation publique du « vrai », 53, pp.49-66.
- Dufourcq-Brana, Maya, Alexandre Pascual, et Nicolas Gueguen. « Déclaration de liberté et pied-dans-la-porte », *Revue internationale de psychologie sociale*, vol. 19, no. 3-4, 2006, pp. 173-187.
- Dugoin, Christine. « Impact des réseaux sociaux sur la perception avant le jour du scrutin : étude de cas des élections européennes de 2019 », *Question(s) de management*, vol 37, n°7, 2021, pp. 24-34.
- Durand, Thomas C, et Tapas, Vled. « 12. Diffuser l'esprit critique de manière ludique via YouTube », Nicolas Gauvrit éd., *Des têtes bien faites. Défense de l'esprit critique*. Presses Universitaires de France, 2019, pp. 193-206.

- Equoy Hutin, Séverine. « Ruth Amossy, La présentation de soi. Ethos et identité verbale », *Semen*, 31 | 2011, 196-199.
- Fay, Bill. "Economic Demographics of Republicans." *Debt*. On May 18th, 2020.
- Gabelkov, Maksym; Ramachandran, Arthi; Chaintreau, Augustin and Legout, Arnaud. "Social Clicks: What and Who Gets Read on Twitter?" *ACM SIGMETRICS / IFIP Performance 2016*, Jun 2016, Antibes Juan-les-Pins, France. (hal-01281190); page 4.
- Hamel, Liza; Lopes, Luna; Kirzinger, Ashley; Sparks, Grace; Stokes, Mellisha and Brodie, Mollyann. "KFF COVID-19 Vaccine Monitor: Media and Misinformation." *KFF*. On November 8th, 2021.
- Institut Pasteur. « Coronavirus : attention aux fausses informations sur la Covid-19 circulant sur les réseaux sociaux. » *Le Journal de la Recherche*. 22 octobre 2020.
- Kariryaa Ankit, Rundé Simon, Heuer Hendrik, Jungherr Andreas, and Schöning Johannes. "The Role of Flag Emoji in Online Political Communication" *Social Science Computer Review* 2020 40:2, 367-387.
- Lacaze, Grégoire. « La (re)construction d'un ethos discursif dans les énoncés au discours direct : la subjectivité à l'œuvre ». *Études de Stylistique Anglaise* ; v11. 2017, p. 83-112
- Lacaze, Grégoire. « L'exploitation de la plurisémiotité et des affordances numériques dans les interactions verbales des lives TikTok. » *8e Congrès Mondial de Linguistique Française*. Juin 2022, Orléans, France.
- Longhi, Julien. « Essai de caractérisation du tweet politique. » *L'information grammaticale*, 2013, 136, pp.25-32. (halshs-00940202).
- Longhi, Julien. « Les usages stratégiques du commentaire sur Twitter comme contributions aux processus d'idéologisation. » *Repères- Dorif : autour du français : langues, cultures et plurilinguisme*, 2020, Corpus, réseaux sociaux, analyse du discours, 22.
- Maingueneau, Dominique. « Problèmes d'éthos », *Pratiques* 2002. 113, 55-68.
- Maingueneau, Dominique. « Retour critique sur l'éthos », *Langage et société*, vol. 149, no. 3, 2014, pp. 31-48.
- Moravec, Patricia. L, Minas, Randall K. and Dennis, Alan R. "Fake news on social media: people believe what they want to believe when it makes no sense at all." *MIS Q*. 2019.
- Nielsen, Jakob. "How users read on the net." Nielsen Norman Group – Study. On September 30<sup>th</sup>, 1997.
- Paveau, Marie-Anne. « Ce qui s'écrit dans les univers numériques », *Itinéraires [En ligne]*, 2014-1 | 2015, mis en ligne le 12 janvier 2015, consulté le 21 avril 2023.
- Paveau, Marie-Anne. « Technodiscursivités natives sur Twitter. Une écologie du discours numérique », *Epistémè : revue internationale de sciences humaines et sociales appliquées*. 2013, pp.139-176.
- Ponthieux, Sophie. « III. Bourdieu : le « capital social » », Sophie Ponthieux éd., *Le capital social*. La Découverte, 2006, pp. 33-42.
- Rainie, Lee and Smith, Aaron. "Politics on Social Networking Sites." *Pew Research Center*. On September 4th, 2012.
- Rosier, Laurence. « Reconfigurations des formes canoniques du discours rapporté en milieu numérique : quelques exemples remarquables de discours directs », *E-rea [Online]*. 15 juin 2020.
- Schnapper, Pauline, et Avril, Emmanuelle. « Chapitre 3. Les médias sont-ils responsables du Brexit ? », *Où va le Royaume-Uni ? Le Brexit et après*, sous la direction de Schnapper Pauline, Avril Emmanuelle. Odile Jacob, 2019, pp. 67-91.
- Smith, Aaron. "The Internet's role in Campaign 2008." *Pew Internet & American Life Project (Pew Research Centre)*. April 2009.
- Smith, Aaron. "Why Americans use social media." *Pew Research Center*. November 15<sup>th</sup>, 2011.
- Storsul, Tanja. "Deliberation or self-presentation? Young people, politics, and social media." *Nordicom Review*. 2014. p17-28.
- Tisseron, Serge. « Intimité et extimité », *Communications*, vol. 88, no. 1, 2011, pp. 83-91.

- Tomas, Frédéric et Durand, Thomas. « Les « documenteurs », nouvelle arme dans la guerre de l'information », *Revue internationale d'intelligence économique*, vol. 13, no. 1, 2021, pp. 119-142.
- Vandelanotte, Lieven. « (Non-)quoting and subjectivity in online discourse », *E-rea* [En ligne], 17.2 | 2020, mis en ligne le 15 juin 2020, consulté le 05 mai 2023.
- Vergopoulos, Hécaté. « La présentation de soi. Ethos et identité verbale. AMOSSY, Ruth, 2010, PUF, 235 p. », *Communication & langages*, vol. 167, no. 1, 2011, pp. 143-144.
- Vidak Marko et Jackiewicz Agata, « Les outils multimodaux de Twitter comme moyens d'expression des émotions et des prises de position », *Cahiers de praxématique* [En ligne], 66 | 2016, mis en ligne le 01 janvier 2016.
- Wang, Lin and C. Wood, Brendan. "An epidemiological approach to model the viral propagation of memes," *Applied Mathematical Modelling*, Volume 35, Issue 11, 2011, Pages 5442-5447.
- Yildirim, Pinar and Zhang, Z. John. "How Social Media Firms Moderate Their Content." *Knowledge At Wharton* [University of Pennsylvania]. On January 24th, 2022.
- Zaphiris, Panayiotis. "Reading Online or on Paper: Which is Faster?" *Cyprus University of Technology*. August 2001.

## Articles de presse

- Ahmad, Irfan. "The most popular emojis on Twitter (and why we love using them!)" *Digital Information World*. Published on May 25<sup>th</sup>, 2022.
- Alberta, Amelia. "Trump Supporters Shut Down Protesters" *YouTube*. Published on January 29th, 2017.
- Alcouffe, Etienne. « Chiffres Facebook : 50+ statistiques à connaître en 2023. » *Junto*. Publié le 15 février 2023.
- Anonyme. « C'est quoi... le site 4chan ? » *GQ Magazine*. Publié le 9 mars 2020.
- Anonyme. « Le fondateur de 4chan défend sa vision de l'anonymat sur Internet. » *Le Monde*. Publié le 14 mars 2011.
- Anonyme. « Temps de chargement de page : les bonnes pratiques en 2022. » *Bew-Web.com*. Publié le 9 juin 2022.
- Anonyme. « 4chan, trublion du Web, bloqué par un opérateur américain. » *Le Monde*. Publié le 6 février 2010.
- Anonymous Author. "Digital Newspapers & Magazines Market Size, Share & Trends Analysis Report by Type (e-Newspapers, e-Magazines, Digital Newspaper Advertising, Digital Magazine Advertising), By Region, And Segment Forecasts, 2022 - 2028" *Grand View Research*. 2017-2020.
- Anonymous Author. "How TikTok Is Addictive - Psychological Impacts of TikTok's Content Recommendation System." *DataSeries*. September 6th, 2020.
- Anonymous Author. "TikTok Age Demographics." *Oberlo*. 2023.
- Anonymous Author. "Twitter Flagged 300,000 Tweets to Combat Disinformation over 2020 US Election: CEO Jack Dorsey." *The Economic Times*. April 18, 2020.
- Anonymous Author. " Why is Tiktok So Addictive? Experts Weigh in Amid New Safety Feature " *Health Tech Digital*. April 13th 2023.

- Asselin, Christophe. « Facebook les chiffres essentiels en 2023 en France et dans le Monde. » *Digimind*. Publié le 1er février 2021 ; mis à jour en mai 2023.
- Baldacchino, Julien. « Le documentaire "Hold-Up" a été vu (au moins) plus de deux millions et demi de fois sur Internet. » *Radio France*. 16 novembre 2020.
- Bayard, Floriane. « Smartphone : 50% des français quittent un site web s'il prend plus de 3 secondes à s'afficher ! » *Phonandroid*. Publié le 27 octobre 2017.
- Bernard, Philippe. « Elizabeth II et le « Brexit » dans le « Sun » : un scoop qui tombe à pic. » *Le Monde*. 9 mars 2016.
- Beurnez, Victoria. « Les vidéos TikTok peuvent désormais durer jusqu'à 10 minutes. » *BFM Techno* [online.] Publié le 1er mars 2022.
- Charpentier, Hugo. TikTok : « "Sans s'en rendre compte, ça devient addictif", avouent de jeunes utilisateurs. » *France Info*. Publié le 2 mars 2023.
- Cini, Clara. "How emojis became a political language of symbols" *Le Monde*. Published on December the 3<sup>rd</sup>, 2022.
- Coëffé, Thomas. « Chiffres Twitter – 2022 » *BlogDuModerateur*. Publié le 20 mai 2018 ; Mis à jour le 1er mars 2022.
- Dean, Brian. Reddit User and Growth Stats (Updated March 2023.) *Backlinko*. Mar. 27, 2023.
- Dessaux, Marine. « ChatGPT : le logiciel antiplagiat des universités contre-attaque. » *Campus Matin*. Publié le 9 février 2023.
- Dewey, Caitlin. The only guide to Gamergate you will ever need to read. *The Washington Post*. October 14th, 2014.
- Fryling, Kevin. "Study: Twitter bots played disproportionate role spreading misinformation during 2016 election." *Indiana University*. On November 20th, 2018.
- Gautier, Vincent. « Facebook, 13 ans, deux milliards d'utilisateurs : l'histoire d'une croissance folle. » *Le Parisien*. Publié le 28 juin 2017.
- Getahun, Hannah. "A timeline of threats against Nancy Pelosi that preceded the attack on her husband." *Business Insider*. On October 31st, 2022.
- Graham, Todd, Jackson, Daniel, and Wright, Scott. "From Everyday Conversation to Political Action: Talking Austerity in Online 'Third Spaces,'" *European Journal of Communication* 30, no. 6 (2015): 648–665.
- Grossetti, Michel. « Que font les réseaux sociaux aux réseaux sociaux ? Réseaux personnels et nouveaux moyens de communication », *Réseaux*, vol. 184-185, no. 2-3, 2014, pp. 187-209.
- Haile, Tony. "What You Think You Know About the Web Is Wrong." *Time*. On March 9<sup>th</sup>, 2014.
- Hern, Alex. "Facebook considering ending restrictions on Covid misinformation." *The Guardian*. On July 26th, 2022.
- Kemp, Simon. "Digital 2023 April Global Statshot Report." *DataReportal*. April 27th, 2023.
- Kirkpatrick, David. " Study: 59% of readers will share this link on social media without actually reading it." *Marketing Dive*. On June 20th, 2016.
- Kuhn, Steve. "Why Is Reddit So Liberal?" *Itgeared*. On October 14th, 2022.

- Les Décodeurs. « Fausses nouvelles : comment fonctionne le partenariat entre « Le Monde » et Facebook. *Le Monde*. Publié le 9 janvier 2018.
- Luminet, Jean-Pierre. « Le rasoir d’Ockham : le principe de simplicité. » *Futura Sciences* [Blog.] Publié le 3 septembre 2015.
- Manjoo, Farhad. “You won’t finish this article. Why people online don’t read to the end.” *Slate*. On June 3<sup>rd</sup>, 2013.
- Matalon, Vincent. « Vidéos Le projet "He Will Not Divide Us" de Shia LaBeouf s'arrête après trois semaines marquées par des incidents. » *France Info*. Publié le 10 février 2017.
- Mouriquand, David. « Comment l'IA met le président Macron au milieu des manifestations contre la réforme des retraites. » *EuroNews*. Mis à jour le 24 février 2023.
- Murphy, Hannah and Yang, Yuan. “TikTok rushes to build moderation teams as concerns rise over content.” *The Irish Times*. On December 20th, 2010.
- Nom N.A, Adran. « Ratio : qu’est-ce que cela veut dire ? (Twitter & réseaux sociaux) » *Culture générale* [Section vocabulaire.] Publié le 3 février 2022.
- Orsini, Alexis. « Brexit : Retour sur trois intox qui ont marqué les débats. » *20 minutes*. Publié le 30 janvier 2020.
- Patard, Alexandra. Reddit : les chiffres clés et les sujets les plus populaires en 2019. *Blog du Modérateur* [BDM; en ligne.] 5 décembre 2019.
- Planchard, Claire. « Grande-Bretagne : « The Sun » annonce qu'Elizabeth II soutient le Brexit, Buckingham Palace attaque. » *20 minutes*. Publié le 9 mars 2016.
- Pengelly, Martin. "'Hang Mike Pence': Twitter stops phrase trending after Capitol riot." *The Guardian*. On January 10th, 2021.
- Ponsford, Dominic. "Inaccurate newspaper stories misled the British public when they voted 'Leave' says founder of pro-EU fact-checking website." *Press Gazette*. On June 26th, 2016.
- Reilley, Katie. "Here's the Size of the March For Our Lives Crowd in Washington." *Time*. On March 24th, 2018.
- Reimann, Nicholas. “Reddit Bans ‘r/donaldtrump’ Subreddit.” *Forbes*. On January 8th, 2021.
- Robin, Jean-Pierre. « Pas plus de 12 minutes de concentration à la suite. » *Le Figaro* [section économie ; online.] Publié 19 octobre 2010.
- Sanderson, Zeve. A. Brown, Megan. Bonneau, Richard; Nagler, Jonathan and A. Tucker, Joshua. “Twitter Flagged Donald Trump’s Tweets with Election Misinformation: They Continued to Spread Both on and off the Platform.” Harvard Kennedy School Misinformation Review. August 24, 2021.
- SP Team. “Study: 70% of Facebook users only read the headline of science stories before commenting.” *The Science Post*. On March 5, 2018.
- Stackpole, Thomas. “Content Moderation Is Terrible by Design.” *Harvard Business Review*. November 9th, 2022.
- Stone, Jon. "British public still believe Vote Leave ‘£350 million a week to EU’ myth from Brexit referendum." *The Independent*. On October 28th, 2018.
- Swaine, Jon. "Twitter admits far more Russian bots posted on election than it had disclosed." *The Guardian*. On January 20th, 2018.

- Vinogradoff, Luc. « De l'intérêt de devenir un mème aujourd'hui en politique. » *Le Monde*. 16 mai 2017. Modifié le 18 mai 2017.
- Walsh, Shelley. "The Top 10 social media sites and platforms 2022." *Search Engine Journal*. Published on May 30<sup>th</sup> 2022.
- Woitier, Chloé. « TikTok est devenu l'application où les internautes dépensent le plus d'argent. » *Le Figaro* [Section Tech & Web ; en ligne.] Publié le 8 avril, 2022.

## Vidéo

- Dr. Hogan, Bernie. "Must everyone know who everyone else is? Pseudonyms, proper names, and local accountability" *International Seminar on Social Media Discourse Analysis* [On "Laboratoire LERMA" YTB channel.] Video published on 28th February 2023.  
<https://www.youtube.com/watch?v=mtMRW74fHFM>
- Le Dessous des images [chaîne YT] « "This is fine" : histoire d'un mème politique - Le Dessous des images – ARTE. » *YouTube*. 28 avril 2023.  
<https://www.youtube.com/watch?v=FpApQdiE8U>
- Officiel Defakator. « 🔍 Détecter les fausses images. » *YouTube*. Vidéo publiée le 1<sup>er</sup> mai 2023.  
[https://www.youtube.com/watch?v=4bmX11Yq\\_i0](https://www.youtube.com/watch?v=4bmX11Yq_i0)
- Officiel Defakator. « 🗣️ On nous fake profond – DEFAKATOR. » *YouTube*. Vidéo publiée le 23 avril 2019.  
[https://www.youtube.com/watch?v=AT89\\_nM0nes](https://www.youtube.com/watch?v=AT89_nM0nes)

## Encyclopédie, Wiki

- Bègue, Laurent. « FESTINGER LEON (1919-1989) », *Encyclopædia Universalis* [en ligne], consulté le 12 mai 2023
- Grannan, Cydney. "What's the Difference Between Emoji and Emoticons?" *Encyclopedia Britannica*. Last visited on April 2023.
- Wikipédia.
- Wiktionnaire – L'Encyclopédie.

## Réseaux sociaux utilisés

- Facebook
- Instagram
- Reddit
- TikTok
- Twitter