

La web campagne présidentielle de 2012: enjeux de recherche et questions de méthodes

Séminaire CEDITEC, 12 octobre 2012 (14h30-17h30)

Séance organisée par Stéphanie Wojcik (CEDITEC, Université Paris Est Créteil)

Salle Keynes

UFR de sciences économiques, Mail des Mèches, UPEC

Métro : ligne 8, Créteil Université

Ce séminaire a pour objet de confronter différentes approches théoriques et méthodologiques en vue d'appréhender les modalités et les stratégies selon lesquelles les candidats à la dernière élection présidentielle française ont investi une multiplicité d'espaces et de dispositifs de communication numérique. Il s'agira de saisir les diverses formes d'interaction avec les citoyens et différentes catégories d'acteurs - par exemple, les journalistes - que les candidats ont tenté de mettre en oeuvre à travers notamment les réseaux sociaux, mais aussi à l'aide de dispositifs spécialement conçus à cette fin.

Les intervenants tenteront de mettre en lumière les enjeux théoriques que soulève l'analyse des campagnes électorales en ligne tels que par exemple, peut-on analyser la communication électorale en ligne avec des concepts et des instruments théoriques développés dans le cadre de l'observation de la communication en face-à-face ou audiovisuelle ?

Il sera aussi question des difficultés et des limites des approches méthodologiques existantes pour observer des productions, des discours et des interactions à la fois volatiles et constitutives d'importantes masses de données.

PROGRAMME

14h30-14h45 : Stéphanie WOJCIK (CEDITEC, Université Paris Est Créteil), Présentation générale de la séance.

14h45-15h15 : Fabienne GREFFET (IRENEE, Université de Lorraine et Pacte-CNRS Grenoble), "En politique.com : une approche pluriméthodologique des webcampagnes française et québécoise 2012"

15h15-15h45 : Brigitte SEBBAH (CECCOPOP, Université Paris Est Créteil) et Nathalie PIGNARD-CHEYNEL (CREM, Université Grenoble 3), "L'influence du politique en région : les enjeux du scrutin du second tour au prisme de la presse quotidienne régionale et des candidats sur Twitter"

15h45-16h: Pause

16h-16h30 : Françoise PAPA (UMR Pacte, Université de Grenoble) et Jean-Marc FRANCONY (UMR Pacte, Université de Grenoble), "Analyser les processus de communication dans Twitter au cours de la présidentielle 2012 : premiers résultats et limites d'une approche expérimentale"

16h30-17h30 : discussion

La web campagne présidentielle de 2012: enjeux de recherche et questions de méthodes

RESUMES

Fabienne GREFFET (IRENEE, Université de Lorraine et Pacte-CNRS Grenoble), "En politique.com : une approche pluriméthodologique des webcampagnes française et québécoise 2012"

Le projet « en politique.com », financé par l'ANR et le Fonds Québec pour la Recherche-Société et Culture pour la période 2012-2014 sous la responsabilité scientifique de Thierry Giasson (Université Laval, Québec) et Fabienne Greffet (Université de Lorraine, France) sera présenté à l'occasion de ce séminaire du Ceditec à partir des trois éléments qui le caractérisent. Il a tout d'abord pour objectif d'analyser de façon simultanée « l'offre » et la « demande » politiques en contexte de campagne électorale. Ces catégories sont mises en tension du fait du développement d'Internet et du web 2.0. Les citoyens peuvent désormais contribuer – au moins en apparence - aux discours et campagnes des organisations, et ces dernières peuvent en retour apparaître comme largement contraintes par des impératifs de communication, d'où des transformations potentielles des règles du jeu politique. Le projet appréhende donc à la fois les stratégies de campagne menées en ligne par les partis et candidats, ainsi que les appropriations et pratiques des citoyens de ces éléments de campagne. Ensuite, plusieurs méthodes sont sollicitées simultanément pour répondre à cet objectif. L'observation des espaces de « cyber-présence » des partis politiques et candidats et des (possibles) mobilisations s'effectue par l'analyse de contenu et le repérage cartographique. Des entretiens semi-directifs sont également en cours de réalisation pour affiner la connaissance des stratégies des candidats et partis, ainsi que pour mieux connaître les pratiques citoyennes durant la campagne. Celles-ci sont par ailleurs analysées par le biais d'un questionnaire en ligne et quelques entretiens de groupes. Enfin, ce projet a une forte dimension comparative : il s'agit de mener des études parallèles dans deux pays, la France et le Québec, dont les webcampagnes 2012 se sont déroulées dans des temporalités proches (avril-mai et août-septembre 2012), mais dans des conditions institutionnelles et politiques et des contextes d'usages de l'internet bien différents, ce qui ajoute à la complexité et à la richesse du plan d'enquête.

Références :

- Greffet, Fabienne, dir. (2011). *Continuerlalutte.com, les partis politiques sur le web*, Paris, Presses de Sciences Po, 2011.
- Howard, Philip N. (2005). *New Media Campaigns and the Managed Citizens*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Ward, Stephen J., Diana Owen, Richard Davis et David Taras, eds (2008). *Making a Difference. A Comparative View of the Role of the Internet in Election Politics*, Lanham (MD), Lexington Books.

Brigitte SEBBAH (CECCOPOP, Université Paris Est Créteil) et Nathalie PIGNARD-CHEYNEL (CREM, Université Grenoble 3), "L'influence du politique en région : les enjeux du scrutin du second tour au prisme de la presse quotidienne régionale et des candidats sur Twitter"

Cette étude entend analyser le poids du traitement de la campagne présidentielle par les

La web campagne présidentielle de 2012: enjeux de recherche et questions de méthodes

journaux de PQR sur le site de micro-blogging Twitter pendant l'entre-deux tours. L'analyse consiste à étudier en parallèle les comptes Twitter d'une vingtaine de titres de PQR ayant le plus grand nombre d'abonnés et les comptes des deux challengers de l'élection. L'objectif est de saisir à la fois les enjeux du traitement local d'un tel événement mais également la nature de la couverture électorale sur le réseau social. L'enjeu est de saisir la reprise des thèmes de l'entre-deux tours, l'influence du politique pour la PQR sur les réseaux sociaux, l'alignement partisan de certains titres ou non, l'analyse et l'interaction avec les électeurs et lecteurs des résultats de leur région. Et l'importance pour les candidats de miser sur certaines régions plutôt que d'autres (en fonction ou non des résultats et des enjeux). Les réseaux sociaux constituent-ils un espace stratégique de diffusion, d'interaction ou d'interpellation pour le candidat ou le titre de PQR? Peut-on parler d'une stratégie spécifique de la part des candidats dans l'expression de leur lien avec les régions sur Twitter? Peut-on parler d'une influence des questions électorales en région, sur les titres de PQR présents sur les réseaux sociaux?

Références :

DANG NGUYEN (G.), DEJEAN (S.) & SOUSQUET (A.), 2011, *La presse quotidienne régionale face aux enjeux du numérique*. Texte disponible (en ligne) www.marsouin.org

HERMIDA (A.), 2010, « Twittering The News: The Emergence of Ambient Journalism », *Journalism Practice*, 4.3, p. 1-12.

MERCIER (A.), 2010, « Défis du nouvel écosystème d'information et changement de paradigme journalistique », 42 p. Texte disponible [en ligne] : URL : <http://www.obsweb.net>.

PIGNARD CHEYNEL (N.) SEBBAH (B.), 2012, La presse quotidienne régionale sur les réseaux sociaux. Etude de la présence des titres français sur Facebook et Twitter, *Sciences de la Société*, (à paraître).

Françoise PAPA (UMR Pacte, Université de Grenoble) et Jean-Marc FRANCONY (UMR Pacte, Université de Grenoble), "Analyser les processus de communication dans Twitter au cours de la présidentielle 2012 : premiers résultats et limites d'une approche expérimentale"

Nous présenterons au cours de ce séminaire la première étape d'une recherche, conduite sur la base de méthodologies expérimentales, qui porte sur les interactions communicationnelles instrumentalisées dans Twitter.

Nous étudions Twitter sous l'angle des *processus de circulation* des contenus produits ou diffusés par ses utilisateurs. Nous n'avons pas choisi comme point d'entrée dans l'analyse la mesure des activités de l'ensemble des citoyens internautes sur Twitter en lien avec la campagne, mais les réseaux de relations qui s'établissent entre les candidats et les citoyens à partir de leur adresse sur Twitter.

Notre questionnaire porte sur les configurations de ces réseaux d'acteurs dans des contextes d'usage ciblés tels que meetings ou émissions télévisées : la dynamique des interactions observées sur Twitter lors d'un événement médiatique s'appuie-t-elle sur des configurations stables de relations organisées en réseau ? Comment ces réseaux sont-ils structurés ? Peut-on identifier, dans les différents sous espaces étudiés, des agents qui occupent une position nodale au sein de réseaux de relations ? Quelles sont leurs caractéristiques ?

La web campagne présidentielle de 2012: enjeux de recherche et questions de méthodes

Nous nous intéressons ici en particulier à la retransmission télévisée des débats politiques au cours deux événements médiatiques majeurs : la primaire socialiste et la campagne présidentielle 2012.

À partir d'un corpus d'enregistrements systématiques de Twitter réalisés simultanément à ces débats, nous proposons des modèles de représentation et d'analyse des interactions. Sur la base de ces modèles, nous tentons de mettre à jour les réseaux de relations qui sous-tendent les processus de circulation de l'information. Notre méthode repose sur l'analyse des relations explicites véhiculées dans les messages publiés et sur la reconstitution de flots que nous identifions comme des unités de discours polyphoniques.

Les résultats, partiels, que nous présentons ici, confirment que Twitter s'inscrit dans le cycle de l'information, même si dans la configuration étudiée il apparaît comme un espace subordonné, mais interdépendant des autres espaces médiatiques, dans lequel les stratégies de communication des acteurs politiques s'expriment pleinement.

Références :

Golder S., Wilkinson D. and Huberman B., « Rhythms of social interaction: messaging within a massive online network », 3rd International Conference on Communities and Technologies (CT2007). East Lansing, MI. June 28-30, 2007.

Harrington S., Highfield T., Bruns A., « More than a backchannel : twitter and television », in Audience Interactivity and Participation - Transforming audiences, transforming societies. José Manuel Noguera ed. 2011. <http://www.cost-transforming-audiences.eu/node/6>.

Bouillot F., Ienco D., Matwin S., Poncelet P., Roche M., « Presidential Election 2012: How French politicians tweet? », Rapport de recherche LIRMM : n°RR-12011, avril 2012.

Voir aussi :

Projet TRIELEC 2012 (<http://www.trielec2012.fr>)

Incidences du web analytic sur la médiatisation de la campagne électorale 2012. <http://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00707256>