

@MdameMichu : sur les traces d'une nouvelle forme d'activisme politique ?

Françoise Papa, Jean-Marc Francony

▶ **To cite this version:**

Françoise Papa, Jean-Marc Francony. @MdameMichu : sur les traces d'une nouvelle forme d'activisme politique ?. general conference ECPR, ECPR, Sep 2013, Bordeaux, France. halshs-01566190

HAL Id: halshs-01566190
https://shs.hal.science/halshs-01566190

Submitted on 20 Jul 2017

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.

@MdameMichu : sur les traces d'une nouvelle forme d'activisme politique ?

Françoise Papa,
UMR PACTE
Université Stendhal – Grenoble 3
Francoise.papa@u-grenoble3.fr

Jean-Marc Francony,
UMR PACTE
Université Pierre Mendès France – Grenoble 2
jeanmarc.francony@umrpacte.fr

La campagne présidentielle 2012 a été marquée, par l'émergence d'une activité militante sur Twitter encadrée par les appareils militants et les partis politiques. L'analyse des publications que nous avons conduite sur ce média tout au long de la campagne, révèle l'existence d'espaces d'expression des sensibilités politiques qui ne sont pas *a priori* l'émanation des dispositifs officiels de campagne.

Dans notre exploration des à-côtés de la campagne, la communauté virtuelle qui se construit autour de l'archétype *Madame Michu* apparait comme un espace singulier d'expression des opinions au fil de la présidentielle. L'écho qu'il rencontre dans la Twittersphère a suscité de nouvelles questions : qu'est-ce qu'incarne Mdame Michu et qui se cache derrière ce personnage? Comment la communauté Michu se situe-t-elle par rapport aux sensibilités politiques en présence ? Comment intervient-elle dans le débat public ? Sommes-nous en présence de nouvelles modalités d'activisme politique en réseau signe d'une diversification des modes d'intervention des partis politiques ? D'un espace autorisant une forme de « parler » politique qui serait plus libre et dégagée des contraintes d'expression institutionnelles ?

Pour qualifier le phénomène Mdame Michu, et le cas échéant, identifier ce qui pourrait le distinguer des autres espaces de discussion politique sur Twitter, la synthèse des recherches portant sur les modes de participation en ligne et de média-activisme a été un préalable nécessaire : cela nous a permis de situer Mdame Michu dans la perspective plus large de l'évolution des modalités du débat public, notamment au regard du développement de la communication sur les réseaux sociaux.
Dans un second temps, nous avons analysé l'activité éditoriale de la communauté Mdame Michu sur Twitter afin de caractériser les modalités de communication et les contenus de ce qui s'y échange.
Enfin, nous avons conduit l'analyse du réseau de relations qui se crée en lien avec l'activité : en inscrivant la communauté Mdame Michu dans l'espace de Twitter, nous avons pour objectifs de décrire sa structuration, d'identifier les acteurs clés du réseau et, le cas échéant, les stratégies de communication qui s'y déploient.
La période de référence de l'étude s'étend de mi-février au 6 mai 2012.

1. Participation en ligne et médiactivisme : du web 1.0 au web 2.0

Depuis maintenant une quinzaine d'années, les mobilisations politiques et les mouvements sociaux supranationaux ont mis à profit les ressources nouvelles qui ont accompagné le processus de globalisation des économies, et notamment les possibilités de communication ouvertes par les réseaux.
L'étude de ces mobilisations et des nouvelles formes d'activisme en réseau a mis en évidence l'importance des expérimentations de formes originales de démocratie, que les « forums sociaux » ont initiées[1]. Ces travaux ont mis l'accent sur les nouvelles formes de participation politique et sur

[1] Voir notamment les travaux de Tilly C., Diani M., della Porta D., Rivenburgh N., Poletta F., et en France de Aguiton C. , Granjon F., Cardon D.

l'importance accordée au réseau comme un outil à la fois capable de guider l'organisation pratique du mouvement et permettant l'exercice de la délibération et de la démocratie directe.

Ces évolutions interrogent les modalités de la participation politique dans les démocraties représentatives : aux yeux des hommes politiques et des partis, Internet est apparu comme un espace permettant d'étendre leur espace d'expression, sinon de renouveler leur registre d'action. Ainsi, en France, lors de la campagne présidentielle de 2007, des blogs et autres sites d'expression des candidats et des hommes politiques se sont multipliés sans pour autant que changent significativement les modes d'organisation et de communication de ces derniers[2].
L'apparition d'espaces délibératifs sur le web conduit le chercheur à s'interroger sur leur organisation, sur les interactions qui peuvent s'y développer, sur les contenus qui s'y échangent ainsi que sur leur articulation aux institutions que sont notamment les partis et les organisations politiques, qu'ils soient présents, ou non, sur le web.

Cardon et Granjon (2003)[3], analysant les mobilisations informationnelles au sein du mouvement altermondialiste, établissent que les ressources de l'Internet ont été mobilisées à la fois comme un support de coordination, un moyen d'information simple et peu onéreux et un mode d'action. Ces usages sont partagés que les acteurs s'inscrivent dans une logique alternative de contestation de l'hégémonie des médias de masse dominants ou qu'ils choisissent de mettre *leurs* médias au service de la mobilisation.
Il s'agit ici tantôt d'organiser et rendre visible des alternatives au cours d'évènements survenant dans l'espace public, tantôt de créer un espace de discussion publique critique, d'échange et d'élaboration collective, ou plus simplement de l'organisation pratique des activités militantes quotidiennes.

À côté des configurations événementielles très particulières que sont les Forum mondiaux, l'activisme médiatique sur les réseaux peut aussi avoir pour ambition de faire émerger une opinion publique mondialisée sur des questions sensibles : le mouvement « Occupy » qui a fait irruption dans l'espace public à la faveur de la crise économique, est à mettre en regard des mobilisations virtuelles transnationales coordonnées par exemple par le mouvement Avaaz. De cet activisme « au long cours » on retiendra la capacité d'agréger sur des mobilisations ponctuelles et dans des périodes de temps elles-aussi très brèves, des fractions hétérogènes des opinions publiques distribuées principalement dans les pays démocratiques de l'hémisphère nord.

Mario Diani[4], partant du constat des spécificités de la communication en ligne qui brouille la distinction entre public et privé et entre communication directe ou médiée, s'interroge sur les effets que l'on peut escompter sur l'activité concrète du mouvement social.
Définissant un mouvement social comme un ensemble de réseaux de relations informelles entre une multiplicité d'individus et d'organisations qui partagent une identité collective et mobilisent des ressources sur des questions conflictuelles, il montre que la capacité de transformer un simple agrégat d'individus réunis sur un réseau en un groupe mobilisable est liée à des stratégies de mobilisation des ressources. La démarche peut s'appuyer sur les compétences de professionnels appointés sur les contributions financières des membres du réseau, ou sur la participation volontaire des membres du groupe non professionnels.
Diani montre que le rapport à l'espace dans lequel s'inscrit la mobilisation est un facteur déterminant de la capacité d'action d'une communauté en ligne dans l'espace physique.
Partager régulièrement le même espace géographique (par exemple un quartier), le partager par intermittence (lorsqu'on est étudiant) ou ne pas le partager du tout (ce qui est le cas des communautés

[2] Papa, 2007.
[3] Cardon D., Granjon F. (2003). Les mobilisations informationnelles dans le mouvement altermondialiste. Actes du Colloque GERMM : *Les mobilisations altermondialistes*. Paris. 3-5 Dec 2003.
[4] Diani, M. (2000). Social movement networks virtual and real. *Information, Communication, & Society, 3* (3), 386-401. Sur la distinction public/privé voir aussi Boyd D. (2007). Social Network Sites: Public, Private, or What?

d'intérêt à caractère transnational par exemple), génère des interactions de types différents entre les membres du réseau. Reprenant la distinction établie par Virnoche and Marx (1997)[5], il les catégorise respectivement de réseaux communautaires (community networks), d'extensions virtuelles de communautés réelles intermittentes (virtual extensions of real intermittent communities), et de communautés virtuelles (virtual communities) caractérisées par des modes d'interaction potentiellement anonymes et purement médiés (potentially anonymous and purely mediated patterns of interaction).
D'où le questionnement de Diani sur l'effectivité de la communication en ligne sur les pratiques démocratiques qu'il s'agisse de la contribution des réseaux à la création de nouveaux types de communautés ou au développement de pratiques démocratiques nouvelles basées sur les principes de discursivité et de consultation. Sans nier le rôle facilitateur des réseaux sociaux dans la coordination des activités des groupes d'intérêt, Diani relève que l'apport distinctif des réseaux sociaux reste à ses yeux essentiellement instrumental (opérativité pratique).

Plusieurs études, principalement anglo-saxonnes, portant sur l'intérêt de la fréquentation des blogs politiques ont détaillé les motivations de leurs utilisateurs/lecteurs, notamment en contexte électoral : fréquenter un blog renforce et nourrit le sens de la communauté parmi les participants; les blogs thématiques qui filtrent et agrègent des contenus provenant de sources diverses offrent des perspectives différentes, ce qui est apprécié des lecteurs. Ces derniers y recherchent aussi des informations que les médias dominants ne diffusent pas. Enfin, Selon Boyd et Ellison (2007). l'exhaustivité et la profondeur de l'information sur certains blogs thématiques expliquent qu'ils soient appréciés des utilisateurs à la recherche de contenus "pointus".
À ces motivations relatives à la complétude de l'information en ligne et à la qualité de l'accès aux ressources informationnelles, Kaye[6] ajoute : le contrôle des contenus diffusés par les médias, l'épanouissement personnel, la surveillance politique (l'actualité politique), la surveillance sociale (au sens de connaissance des opinions du corps social) et l'expression personnelle.
Pour autant, si les internautes intéressés par la politique pensent que les blogs sont crédibles pour ce qui concerne la pertinence de l'information qu'ils proposent, ils sont loin de trouver qu'ils présentent une information impartiale. Les internautes étant généralement plutôt disposés à consulter les sites qui sont proches de leurs opinions, cette pratique a potentiellement un effet de polarisation du champ du débat.

Ces études conduisent dès lors à reconsidérer l'idéal Habermassien de l'espace public[7], dont Sunstein[8] avait établi les limites sous l'effet du développement de l'internet puis du web 2.0.
Bien que les TICs apportent de réelles opportunités d'accès à des informations plus diversifiées, Susntein notait que la prolifération de ressources informationnelles, combinée à la pratique de filtrage individuel

[5] Virnoche, M. and Marx, G. (1997) '"Only Connect" – E.M. Forster in an age of electronic communication: computer-mediated association and community networks', *Sociological Inquiry,* 67: 85–100.

[6] Johnson, T. J., Kaye, B. K., Bichard, S. L., & Wong, w. J. (2007). Every blog has its day: Politically-interested Internet users' perceptions of blog credibility. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 6. http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/johnson.html

Voir aussi : Kaye, B.K. and T.J Johnson (2004) 'A Web for All Reasons: Uses and Gratifications of Internet Resources for Political Information', Telematics and Informatics 21(3): 197–223.

Kaye, B. K. (2007). Web site story: An exploratory study of blog use motivations. In M. Tremayne (Ed.), *Blogging, Citizenship, and the Future of Media* (pp. 127-148). New York: Routledge.

[7] L'espace public, au sens d'Habermas, est un idéal type : c'est un milieu où la critique et l'usage libre de la raison, se déploient grâce à la publicité faite aux débats par l'intermédiaire des médias. L'espace public Habermassien est un espace caractérisé dans ses développements récents par l'existence d'une multitude d'arènes ***ouvertes à tous*** où se formulent les controverses publiques ; ces arènes qui sont articulées à l'arène centrale de l'espace public politique remplissent une fonction de médiation entre le système politique et la sphère privée qui renvoie au monde vécu des individus.

[8] Sunstein Cass R. (2001). Republic.com. Princeton University Press.

Sunstein Cass R. (2008). Republic.com 2.0. Princeton University Press.

des contenus, conduisait à une fragmentation de l'espace du débat public et réduisait du même coup, la probabilité de partager des expériences et d'être exposé à des informations auxquelles les citoyens n'auraient pas choisi par avance d'accéder.
Or, selon Sunstein, les rencontres non planifiées et inattendues sont essentielles à la démocratie: le débat démocratique qui se nourrit de la diversité des points de vue est la condition d'une intercompréhension, l'entre soi comportant des risques de radicalisation des opinions.
S'accordant avec Kant et Habermas sur le fait que l'usage de la raison et l'argumentation contribuent à la qualité de l'opinion publique, à ses yeux, l'idéal de la démocratie délibérative ne peut qu'être compromis par le déclin de l'expérience commune du monde et la logique de filtrage individuel des contenus et de l'information que permet le web 2.0.

Dans un contexte de déclin des intermédiations d'intérêt général (assurées par la presse puis les médias de masse), le web 2.0 produit en effet des effets contradictoires et combinés de pluralisation et fragmentation de l'opinion. Néanmoins, dans une société hétérogène, l'existence d'espaces de discussion (ou enclaves délibératives) permettant l'expression d'opinions et de positions politiques qui ne trouvent pas leur place dans les médias dominants[9], et qui resteraient invisibles sans le web, présente un intérêt certain pour le débat démocratique.
L'opinion en ligne tend également à se polariser en raison de la discrimination qui s'établit vis-à-vis de ceux qui, dans un espace de discussion en ligne, ne participent pas aux échanges parce qu'ils sont hors groupe, sachant par ailleurs qu'une forte identité de groupe contribue aussi à renforcer les stéréotypes[10].
Adamic and Glance (2005)[11], enfin, ont montré que les groupes de bloggers idéologiquement proches discutaient de différents sujets politiques avec une intensité plus forte.
Dès lors, la participation en ligne peut-elle être le prélude à un engagement civique ou politique ?
Les recherches de Byrne[12] sur l'usage par la communauté noire américaine des réseaux sociaux, établissent que participation en ligne et engagement civique durable ne vont pas systématiquement de pair : la persistance des échanges et des discussions en ligne ne débouche pas en effet mécaniquement sur l'action collective.

Les réseaux sociaux constituent néanmoins une nouvelle étape de la diversification des formes de participation politique, dont l'analyse a été conduite avec le développement du Web depuis une décennie. Bien que l'activité sur les réseaux sociaux ne soit pas strictement assimilable au « média-activisme » analysé notamment par Cardon, Granjon et Diani, ceux-ci peuvent constituer des « arènes » ou des « enclaves délibératives » particulièrement animées dans un contexte électoral.
La présidentielle 2012 a confirmé l'attractivité croissante des réseaux sociaux et particulièrement de Twitter comme espace de discussion et de réaction instantanée aux événements de la campagne.
Si au cours d'une compétition électorale, Twitter est utilisé par les candidats et les appareils politiques comme un cadre d'expression et un outil de mobilisation collective dans une visée d'influence, s'y développent également des formes d'expression publique des opinions qui s'inscrivent dans la

[9] Choi, Watt & Lynch (2006) ont montré qu'aux yeux des opposants américains au conflit Irakien, les informations disponibles sur Internet étaient moins alignées sur les positions du gouvernement, ce qui lui conférait une crédibilité supérieure aux informations diffusées par les médias dominants (que ceux-ci soient neutres ou favorables à l'intervention).
[10] Selon la théorie de l'identité sociale développée par H.Tajfel et J. C. Turner. Pour une synthèse des travaux de Tajfel et Turner voir notamment : Licata L. (2007). La théorie de l'identité sociale et la théorie de l'autocatégorisation : le Soi, le groupe et le changement social. *Revue électronique de Psychologie Sociale* n°1, pp. 19-33.
[11] Adamic, L. A., and Glance, N. (2005). The political blogosphere and the 2004 U.S. election: divided they blog. In *Proceedings of the 3rd international workshop on Link discovery, LinkKDD '05*, 36–43. New York, NY, USA: ACM.
[12] Byrne, D. N. (2007). Public discourse, community concerns, and civic engagement: Exploring black social networking traditions on BlackPlanet.com. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *13*(1), article 16. http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/byrne.html

continuité des usages liées à des mobilisations initiées sur le web par les mouvements « alter » de la décennie 2000.
Pour autant, constate-t-on un processus de polarisation des opinions semblable à celui observé sur le web ? Ou Twitter favorise-t-il l'accès à une plus grande diversité des opinions ?

2. TWITTER EN CONTEXTE ÉLECTORAL : L'EXEMPLE DE LA PRÉSIDENTIELLE 2012

Nous inscrivons notre réflexion dans la continuité de la définition proposée par Boyd et Ellison (2007)[13] selon laquelle les réseaux sociaux sont un « ensemble de services web qui permettent aux individus de se construire un profil public (ou semi-public) à l'intérieur d'un espace (système) délimité, d'organiser des contacts et des relations avec d'autres acteurs de cet espace et de parcourir les publications des acteurs liés suivant une logique de visibilité inhérente au dispositif. »

En période de campagne électorale, la participation au débat public, qu'il convient de distinguer de l'accès au débat et de l'interaction[14], nécessite en premier lieu une mobilisation des dispositifs partisans associés aux candidats. Il s'agit là d'un activisme « institutionnel » qui vise à définir le cadre des interactions et les modalités de contribution au débat public auxquels sont invités à participer les militants, les sympathisants politiques et les citoyens. Ces dispositifs institutionnels associent généralement aux comptes Twitter du candidat ceux de son équipe de campagne et du parti. Ils peuvent être, à des degrés divers, reliés à des espaces animés par des communautés affinitaires significatifs d'une évolution des formes de militantisme et du débat politique sur les réseaux.
L'enjeu est d'abord d'alimenter des arènes publiques plus nombreuses et d'élargir l'espace du débat. Dans une économie de l'attention, il s'agit également de préempter un espace public de communication incontournable pour les médias « mainstream » par son activité et sa popularité. Dans une logique d'influence, l'organisation de cet espace s'avère essentielle : elle passe par l'engagement des militants sur le réseau pour démultiplier son impact auprès des citoyens et s'appuie sur les compétences d'agents spécialisés dans l'animation de communautés. Elle cible et enrôle des médiateurs (issus des médias ou du champ politique) comme autant de relais d'opinion.

L'analyse des tweets mentionnant un parti politique et des comptes associés au cours d'une séquence électorale, conduite par Feller[15] et son équipe, visait à mettre à jour la structure du réseau des participants aux échanges selon leur préférence partisane et leurs sujets de discussion. L 'étude confirme que les twittonautes intéressés par la politique ont tendance à suivre leurs pairs qui partagent les mêmes idées

---

[13] boyd, d. m., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), article 11. http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html

[14] "(…) this difference between participation on the one hand, and access and interaction on the other is located within the key role that is attributed to power, and to equal(ized) power relations in decision-making processes." p.29. Nico Carpentier. (2011). The concept of participation. If they have access and interact, do they really participate? In *Communication Management Quaterly 21* (2011) 7-12.
Voir aussi Dalhgren P. (2013). "Democratic participation must at some point and in some way actualize power relations, however weak or remote they may seem. Formalised representation and voting – assuming validity and transparency – embody participation, as do innumerable more micro-contexts of citizen input. Participation is ultimately about power sharing (…) participation is linked to civic practices and thus lies at the very heart of democracy, not just as a formalized system, but as a way of life." in *Participation and Alternative Democracy: Social Media and their Contingencies*. Participação Política e Web 2.0, 57-81.

[15] Feller A., Kuhnert M., Sprenger T.O., Welpe I.M. (2011). Divided They Tweet: The Network Structure of Political Microbloggers and Discussion Topics. Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media.
Voir aussi : De Zúñiga H.G., Puig-I-Abril E., Rojas H.(2009) Weblogs, traditional sources online and political participation: an assessment of how the internet is changing the political environment. New Media & Society. Vol 11(4): 553–574.

Selon cette étude, la connaissance de la structure du réseau de micro-blogueurs politiques et de leurs centres d'intérêt, outre qu'ils reflètent leur préférence pour un parti, permet d'inférer les préférences des utilisateurs qui sont connectés au réseau.[16] Ces twittonautes peuvent être structurés par les sujets et les hommes politiques dont ils discutent et quand ils sont idéologiquement proches, ils discutent de manière plus intensive.

Si pour la plupart, les études récentes confirment l'existence d'un phénomène de polarisation politique sur Twitter, le constat est cependant nuancé, des interactions significatives ayant été observées entre groupes idéologiquement opposés.

Conover et ses collègues (Conover et al., 2011)[17] ont étudié l'activité sur Twitter de deux réseaux politiques au cours des six semaines ayant précédé les élections de mi-mandat en 2010 aux Etats-Unis. Ils montrent que les deux principaux mécanismes mobilisés en vue d'une interaction politique sur Twitter, les mentions et les retweets, génèrent des topologies de réseaux différentes.
Le réseau de retweets politiques présente une structure partisane bipolaire très distincte et une connectivité très limitée entre les utilisateurs de tendances politiques opposées. En revanche on n'observe pas la même polarisation s'agissant du réseau d'utilisateur à utilisateur formé par les mentions des messages (hashtags). Ce cluster d'utilisateurs réunit des individus aux sensibilités politiques opposées qui interagissent fortement: le résultat est que les utilisateurs sont exposés à des informations auxquelles ils n'auraient probablement pas choisi d'accéder initialement et à des individus auxquels ils vont répondre, sans cependant retweeter leurs messages.
La différence entre la topologie de ces deux réseaux s'expliquerait notamment par une stratégie d'interpellation et de provocation d'interactions au delà du champ partisan d'appartenance.
Ayant analysé l'utilisation de hashtags dans la twittersphère politique, Bode[18] conclut à son tour qu'on ne peut pas réduire l'activité politique sur Twitter suivant l'articulation classique "gauche/droite", caractéristique qu'il oppose aux études de la blogosphere conduites par Adamic et Glance (Adamic & Glance 2005) qui en soulignent le caractère "clivant". Sur Twitter, les comportements éditoriaux apparaissent plus nuancés.
L'exposition indirecte et fortuite des utilisateurs de Twitter à des contenus ne reflétant pas leur inclination politique, ne contredit pas l'existence « d'enclaves » de délibération sur les réseaux sociaux : elle témoigne cependant, d'une part, du fait que l'intérêt pour la politique transcende les clivages partisans, et d'autre part de l'élargissement des opportunités d'accès à des opinions politiques diversifiées que An, Cha et ses collègues[19] attribuent au fait que Twitter est un réseau qui « englobe plusieurs relations différentes, depuis l'intérêt commun, jusqu'aux liens familiaux, d'amis et connaissances, alors que la similitude politique n'existe pas nécessairement dans tous ces liens ».
Néanmoins, l'ensemble des auteurs s'accorde sur le fait que le phénomène de ségrégation persiste malgré ces interactions, le contenu des discours politiques sur Twitter demeurant fortement partisan.

Les motivations à participer –ou à suivre- au débat politique sur Twitter sont donc diverses, tout comme les degrés d'implication et les tactiques d'intervention déployées.
Pour un candidat ou un parti, il est à la fois nécessaire d'organiser sa campagne, de rassembler et de motiver ses partisans, et de convaincre le plus grand nombre de voter en sa faveur.

[16] « While there are some discussion topics that are dominated by politically like-minded microbloggers, the majority of topics is discussed by a diverse group of microbloggers with various political preferences. »
[17] Conover M. D., Ratkiewicz J., Francisco M., Goncalves B., Flammini A., Menczer F. (2011). Political Polarization on Twitter. Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media
[18] Bode L., Hanna A., Sayre B., Yang J.H., Shah D.V. (2011). Mapping the Political Twitterverse: Finding Connections Between Political Elites. Political Network Paper Archive. Open SIUC.
[19] An J., Cha M., Gummadi K., Crowcroft J. (2011). Media Landscape in Twitter: A World of New Conventions and Political Diversity. Proceedings of the Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media.

Pour les communautés affinitaires, ou les groupes de pression, les objectifs sont différents : l'enjeu est d'influencer les candidats pour qu'ils orientent leur politique dans le sens des intérêts qu'ils défendent. Il s'agit alors de mettre une question à l'agenda, de rendre visible sur le réseau un courant de pensée ou d'opinion, ou une catégorie d'acteurs sociaux, sinon de travailler à l'émergence d'une opinion publique sur les questions portées par ces communautés.

Notre hypothèse est que l'usage non institutionnel de Twitter en contexte électoral répond, pour un individu donné, moins à un besoin d'information approfondie et diversifiée qu'à un besoin de surveillance de l'actualité politique, d'expression personnelle et à la construction d'une identité de groupe.
C'est ainsi que l'analyse du flux des tweets au cours des débats de la présidentielle de 2008 aux Etats-Unis établit la corrélation en temps réel entre les sujets débattus et les tweets émis par les spectateurs du débat. Shamma, Kennedy, et Churchill (2009) [20] montrent que ces tweets peuvent être utilisés pour analyser le contenu et la structure sémantique de l'évènement médiatique, ce que nos propres observations ont confirmé : Twitter est principalement utilisé comme un média de réaction et dans une moindre mesure pour résumer les thèmes du débat.

Dans un contexte de compétition entre groupes, qu'en est-il alors de l'expression personnelle et de l'identité de groupe sur le réseau Twitter ?

La campagne présidentielle 2012 a été marquée par l'émergence d'une activité militante sur Twitter encadrée par les appareils militants et les partis politiques, et qui a permis l'expression de formes singulières de participation au débat dont le réseau Mdame Michu fournit un exemple remarquable.

La communauté que nous observons est virtuelle dans la mesure où ses membres entretiennent des liens qui n'impliquent pas a priori d'interaction en face à face : à défaut d'ancrage territorial précis, il est nécessaire de caractériser les modalités expression de ses membres et ce qui fonde son identité.

3. De quoi MdameMichu est-elle le nom ? La création de @MdameMichu

Madame Michu dans l'imaginaire collectif contemporain, est une personne « sans qualités » au sens de Musil, donc susceptible d'incarner l'identité de tout un chacun et d'exprimer une pensée politique « triviale » dans un langage courant, archétype d'un parler vrai sinon populaire.
Une recherche libre sur Google "madame Michu" fait apparaitre sur le web, la vitalité du personnage que wikipedia présente comme "*madame tout le monde*". Le personnage a pourtant une histoire. Sa naissance littéraire date du 19ème siècle[21], et sa renaissance est à rechercher au début des années 1960. Nous lui avons trouvé une double paternité.
La première à être revendiquée est attestée dans l'ouvrage du publicitaire Claude Marti "*les trompettes de la renommée*"[22]. Pour lui Madame Michu est associée à une compréhension simple et candide du monde dans lequel nous vivons :

> «…*il me fallait un nom bien de chez nous, qui évoque immédiatement le bons sens et l'origine modeste. Me revint alors en mémoire le titre d'une opérette de Messager, Les P'tites Michu [...]. Je décidai donc de lancer Madame Michu et d'en faire l'arbitre suprême, le juge unique de ce qui était compréhensible ou non, acceptable ou inadmissible, clair ou obscur.* »

La seconde est à mettre au compte de Philippe Bouvard qui la caractérise comme «*la ménagère de moins de cinquante ans*». Selon P. Bouvard, c'est au cours de ses émissions sur RTL (il y entre en 1966)

[20] Shamma, D. A.; Kennedy, L.; and Churchill, E. F. 2009. Tweet the debates: understanding community annotation of uncollected sources. In Proceedings of the first SIGMM workshop on Social media, WSM '09, 3–10. New York, NY, USA: ACM.
[21] Honoré de Balzac, Une ténébreuse affaire.
[22] Ed. Belfond 1987.

qu'il créera Madame Michu. Si l'antériorité n'est pas évidente, il est cependant indéniable que l'émission "*les grosses têtes*" (depuis 1977) aura donné à ce personnage la notoriété qu'on lui connait actuellement.
Du point du personnage, les deux définitions sont convergentes. Elles visent à incarner un idéaltype suivant la logique d'une société de consommation. La définition proposée par C. Marti détermine Madame Michu par rapport à sa capacité à produire une lecture « triviale » du monde. Ce personnage est un outil d'évaluation, une grille de lecture pour la production de messages publicitaires grand public. Le bon sens populaire et féminin s'oppose à la complexité d'une élite (masculine). C'est l'efficacité et la justesse du discours qui est visée. Elle représente aussi un système de valeurs morales et économiques avec lesquels il faut être en accord.
La définition de P. Bouvard reprend une catégorie économique définie à la même période. Il s'agit dans ce cas de mettre en scène un personnage dont les tribulations le confrontent aux réalités du monde moderne et à l'actualité. Madame Michu est un témoin du temps présent qu'elle traverse avec un bagage et une culture populaires, ancrée dans une histoire et une tradition.

Le début de l'année 2012 a été marqué par différents événements qui ont mis sur le devant de la scène Madame Michu. Ainsi, nous trouvons une référence très claire à ce personnage dans un article de Pascal Boniface publié le 6 février, consacré aux tensions entre Claude Guéant et Marine Le Pen dans cette période pré-électorale où la droite recherche une identité plus marquée :

> « *(…) on pourrait plutôt reprocher à Claude Guéant d'avoir le raisonnement de "Madame Michu". Et encore ce n'est pas très gentil pour Madame Michu, car le bon sens populaire s'accompagne souvent d'intuitions justes et de générosité*.» [23]

C'est dans ce contexte, que le compte Twitter "MdameMichu" a été créé le 16 février 2012[24], lendemain de la déclaration officielle de candidature de Nicolas Sarkozy. Comme l'indique le créateur de cet avatar de Madame Michu :

> «*C'est une française moyenne, de droite, plutôt rurale, passionnée de politique et qui ne tourne jamais sa langue dans sa bouche avant de l'ouvrir mais fait plutôt confiance à son bon sens...* »[25]

À sa création le 16 février, ce compte se positionne non pas pour un candidat mais contre la gauche et ses candidats. Le 22 mars, les acteurs de la campagne web de Nicolas Sarkozy rediffusent un tweet de MdameMichu[26] qui, compte tenu des circonstances (affaire Merah), fera grand bruit et sera rapidement effacé du compte du candidat. C'est semble-t-il l'épisode qui va mettre en lumière le compte MdameMichu. Celui-ci s'étoffe alors d'un site web : mdamemichu.com (dont le nom de domaine a été déposé le 30 mars 2012) et devient un dispositif de communication à part entière recevant jusqu'à 10 000 visites par jour au cours de la campagne.

4. MDAME MICHU : UN ESPACE SINGULIER D'EXPRESSION DES OPINIONS EN CAMPAGNE

Nos observations montrent l'apparition de modes de participation non institutionnelle au débat politique qui s'auto-organisent progressivement sur les réseaux : il se forme des espaces connexes

[23] [http://pascalbonifaceaffairesstrategiques.blogs.nouvelobs.com/archive/2012/02/06/claude-gueant-marine-le-pen-madame-michu-et-l-image-de-la-fr.html]
[24] Date obtenue d'après le site source : http://www.whendidyoujointwitter.com/
[25] http://www.keek.fr/article/3492-madame-michu-la-star-anti-gauche-qui-monte.
[26] "#FH qui prendrait la place de Sarko sur la sécurité, c'est comme si Rantanplan prenait celle de Luckyluke #incongru #rantanplan" - cité par http://lelab.europe1.fr/t/madame-michu-s-invite-sur-le-fil-twitter-de-sarkozy-1425.

d'expression des opinions politiques non explicitement liés aux appareils politiques. Un premier enjeu, général, est de donc saisir ce qui s'échange en dehors ou à côté de l'espace d'expression traditionnel des appareils partisans.
Nous assistons également à un transfert des cadres d'action définis par les agents sociaux impliqués dans les mobilisations informationnelles analysées par Cardon et Granjon, dans le champ de la compétition électorale. De type *expressiviste*, cette nouvelle forme d'activisme, en libérant la parole individuelle, contribuerait à diversifier la parole politique sur les réseaux.

Qu'est-ce qui, dans l'espace d'expression politique qui s'ouvre sur Twitter le temps de la campagne présidentielle, caractérise la communauté MdameMichu ? Plus spécifiquement, deux lignées de questionnements s'ouvrent avec l'apparition de MdameMichu :

- Les questionnements relatifs aux relations que la communauté MdameMichu entretient avec les réseaux structurés autour des candidats et des partis politiques. Cela implique une vision large de la communication de campagne qui ne se limite pas à l'analyse des comptes officiels des candidats et des partis, même si identifier les expressions de l'opinion non structurées par des dispositifs partisans, alors que celles-ci relèvent de phénomènes non prévus ou faiblement structurés, reste une gageüre.

- Les questionnements relatifs à une évolution des formats la communication politique sous l'effet d'une stratégie visant à ouvrir des espaces d'expression sur Twitter à des modalités nouvelles d'échange des opinions.

Il s'agit ici d'apprécier si MdameMichu est le résultat d'un processus d'auto-organisation ou le fruit d'une stratégie de diversification des espaces de débat politique au cours de la campagne portée par des acteurs du champ politique.

Quoiqu'il en soit, plusieurs questions se posent :

- comment est apparue MdameMichu dans l'espace de la campagne électorale ? Son apparition a-t-elle été relayée dans les médias ?
- les activités des membres du réseau confirment-elles le caractère de média de réaction de Twitter ? évoluent-elles au fil de la campagne ?
- quelles fonctions remplit le réseau : défouloir collectif ? exutoire ? relais de diffusion des messages d'un candidat ? outil de mobilisation partisane ?
- le réseau MdameMichu a-t-il évolué ? quelles sont ses relations avec les autres réseaux exprimant une sensibilité politique proche ? la communauté s'est-elle structurée ? comment et autour de quels acteurs ? comment s'est effectuée l'agrégation de communautés a priori non inter-reliées au sein de la communauté MdameMichu?
- qu'est-ce qui se dit et circule dans la communauté MdameMichu ? comment ses membres s'expriment-ils ? sommes-nous en présence d'une forme actualisée du pamphlet ?

Selon Hastings & al. (2009)[27], historiquement, « se développant généralement en grappes, les pamphlets participent d'une modalité singulière d'action collective d'allure pré-démocratique au regard des formes postérieures de prise de parole (manifestes, pétitions, grèves...). »
Évoquant les recompositions contemporaines de l'espace pamphlétaire, en un « archipel », Hastings note que les dispositifs de contrôle contemporains « conduisent aussi à déplacer la parole pamphlétaire hostile aux minorités vers des supports moins exposés, tels les blogs, forums de discussion et autres formes de sites Internet, qui se trouvent, dès lors, érigés en espaces d'expression alternatifs ». Le

[27] Hastings Michel, Passard Cédric et Rennes Juliette, « Les mutations du pamphlet dans la France contemporaine », in *Mots. Les langages du politique*, 91 | 2009.

pamphlet reste, quelle que soit l'époque, un genre qui « transgresse par l'écriture les normes de la juste mesure » afin de faire réagir, et de créer l'événement, et dont l'esprit reste polémique et incisif.
Dans quelle mesure, l'expression des membres de la communauté MdameMichu relève du pamphlet ?

4.1. L'activité de MdameMichu sur Twitter et modalités d'énonciation : Qui parle ? Comment parle-t-on ?

Qui s'exprime et comment, dans l'espace de débat ouvert par l'avatar Mdame Michu ? L'analyse des flux de publications, des références aux candidats en présence et de la construction énonciative des messages apportent des premiers éléments de réponse permettant de caractériser cet espace d'expression des opinions.

Analyse des flux de publication relatifs au compte

La courbe suivante est réalisée à partir des éléments issus du site Topsy[28] : elle donne une représentation globale de l'évolution journalière de la production cumulée de Tweets pour le compte MdameMichu depuis sa création jusqu'au lendemain du second tour.

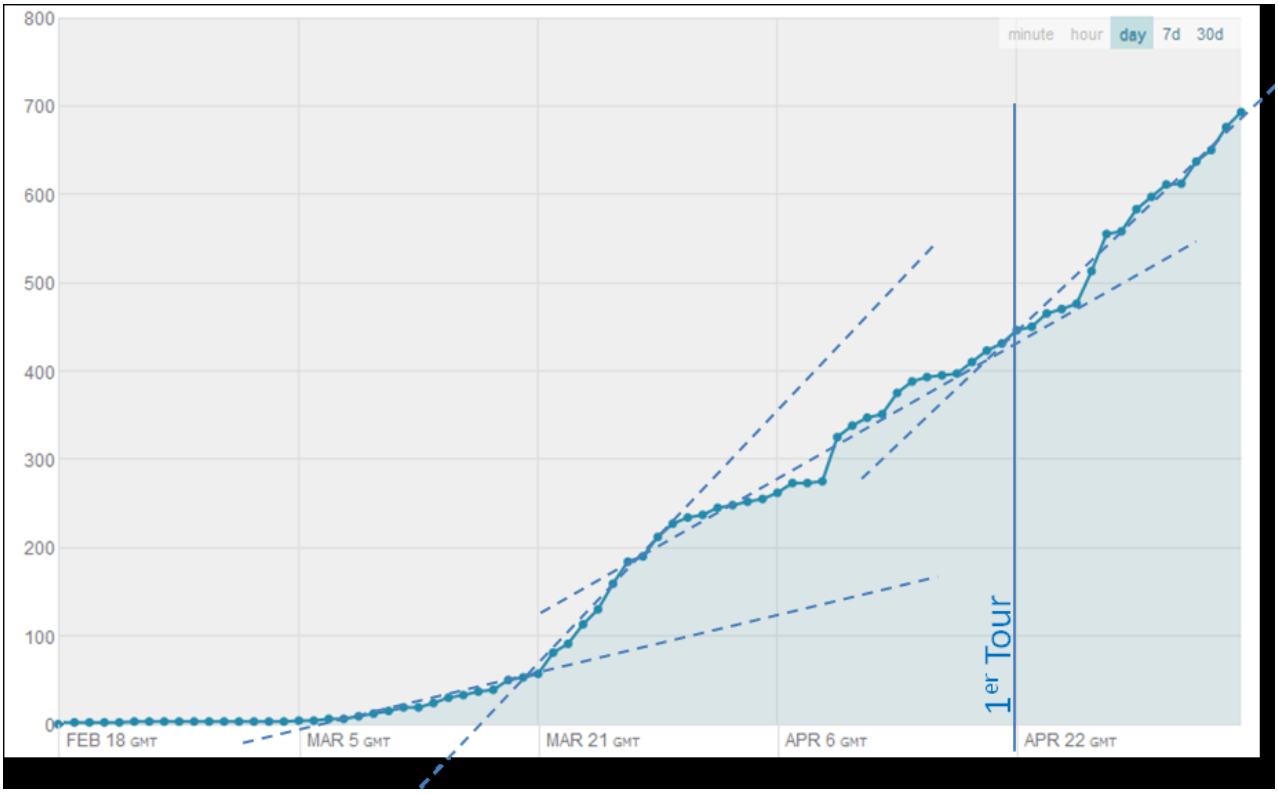


Fig1. Graphe de publication journalière cumulée du compte MdameMichu

Nous repérons deux inflexions importantes dans l'activité éditoriale du compte. La première survient autour du 21 mars et semble associée à l'écho médiatique que la rediffusion sur le compte de campagne de Nicolas Sarkozy a provoqué. La seconde, moins marquée, survient à l'issue du premier tour de l'élection.
L'augmentation très significative du volume de publication journalier que traduit la première inflexion trouve comme explications la mise en place du projet et la montée en puissance de la production

[28] www.topsy.com. Cette société est l'un des quatre partenaires certifiés de Twitter. Elle développe une activité basée sur l'indexation intégrale du flux de Twitter (désormais sur plus des sept dernières années).

éditoriale du compte. Compte tenu de l'implication politique de son créateur[29], alors que MdameMichu a acquis une notoriété suffisante grâce à l'écho que lui donne le compte du candidat Sarkozy, MdameMichu s'impose de facto comme un dispositif satellite de la campagne de Nicolas Sarkozy. Une seconde inflexion de l'activité à la hausse à compter du premier tour (22 avril) traduit le fort investissement du réseau Mdame Michu dans la dernière ligne droite de la bataille en soutien au candidat N. Sarkozy.

Pour aller plus loin dans l'analyse de ce dispositif, nous utiliserons par la suite les données de l'archive de Twitter que nous avons réalisée durant la campagne présidentielle[30].

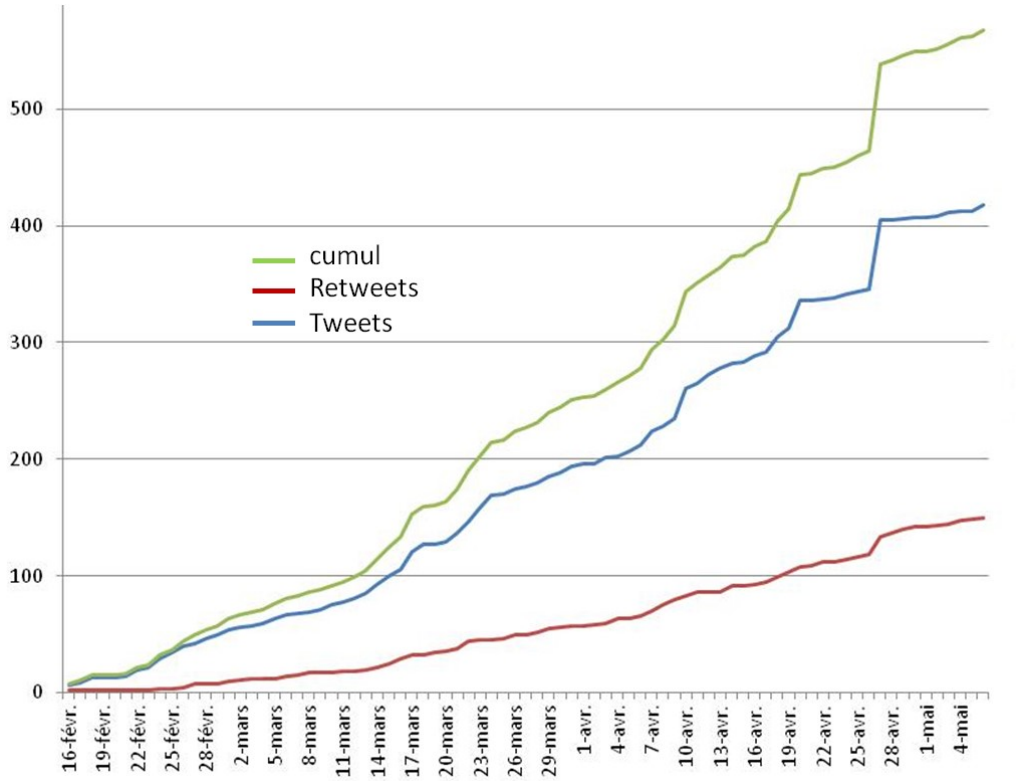


Fig2. Graphe de publication journalière cumulée à partir de l'archivage[31]

La production éditoriale du compte MdameMichu est le résultat de la composition de deux flux, l'un, issu de l'expression assumée du personnage (tweets), l'autre, résultant d'une activité informationnelle de veille (retweets). La part de Tweet, après un pic à près de 90% de l'activité globale au démarrage, converge asymptotiquement vers un taux légèrement inférieur à 75% pour une publication journalière moyenne assez stable de 7 messages. Cette part importante d'expression personnalisée démontre l'affirmation d'une identité et d'une volonté, associée au personnage, de participer à l'événement et de

[29] Son identité a été dévoilée dans un billet d'A. Bertold en date du 9 sept. 2012 sur Dreuz.Info. http://www.dreuz.info/2012/09/mdamemichu-alias-msieu-jean-baptiste-doat/. Sur le plan politique, Jean-Baptiste Doat a d'abord été proche du Mouvement pour la France de Philippe de Villiers dont il a été coordinateur national pour les jeunes. À partir du 2 février 2009, il a occupé le poste de secrétaire général adjoint de l'archevêché de Vendée. Au printemps 2012, il quitte ce poste et entre au conseil général de Vendée (CG85) où il est chargé des nouvelles technologies et en particulier des réseaux sociaux. À l'époque, il n'est pas membre de l'UMP. Il y adhère en juin 2012.

[30] https://sites.google.com/a/iepg.fr/trielec/.

[31] Ne bénéficiant pas du flux complet, les représentations que nous proposons sont le résultat d'un échantillonnage délivré par Twitter et d'une logique de collecte qui repose sur la présence d'une référence à l'un des candidats en lice. En dépit de ces limites, nous obtenons cependant une représentation cohérente avec celle issue de Topsy (l'interpolation linéaire donne des droites très similaires), même si le phénomène d'accélération de la publication n'apparait pas aussi marqué avant le 21 mars.

faire entendre sa voix. Il apparaitra ultérieurement (septembre 2012) que cette expression a été assez rapidement partagée par trois spécialistes de la communication sur Twitter qui ont collectivement assuré la dynamique éditoriale du compte et la couverture journalière de l'événement. Progressivement, la voix de MdameMichu s'est faite entendre et s'est diffusée dans la Twittersphère.
Le graphe[32] suivant donne une représentation de l'écho que le compte MdameMichu a rencontré progressivement dans la Twittersphère. Cet écho peut être apprécié a minima, en calculant le flux cumulé engendré par l'ensemble des mentions et retweets du compte. À titre d'ordre de grandeur, nous donnons l'évolution du volume cumulé de publications du compte de Nicolas Sarkozy.

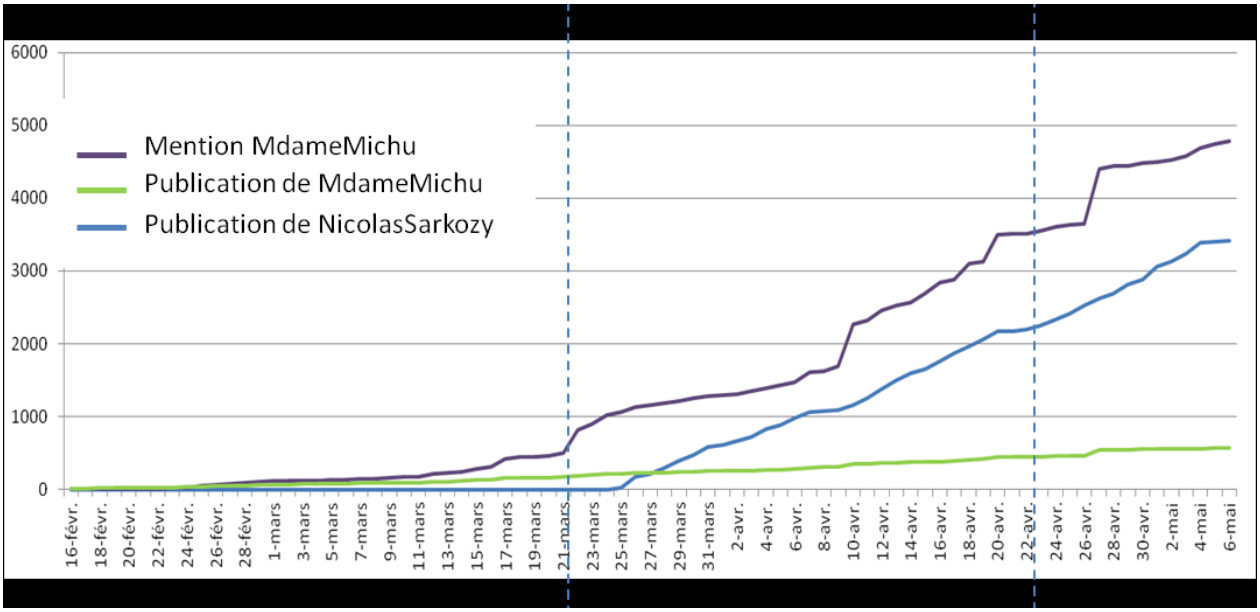


Fig3. Graphe de l'évolution cumulé de l'écho médiatique de MdameMichu dans la Twittersphère; comparaison avec les publications des comptes MdameMichu et NicolasSarkozy

On remarque toutes choses égales par ailleurs, que le volume de messages en écho de MdameMichu suit une progression de production supérieure et de l'ordre de celle du compte du candidat Sarkozy.

Analyse des références aux candidats Hollande et Sarkozy dans les publications du compte

> - Twitter me reproche de trop émettre la mention "@fhollande" tant pis, désormais je dirai "@rantanflan " Mdame Michu continue

La référence aux individus dans Twitter s'envisage de trois façons différentes. La première s'appuie sur les pratiques du langage courant. Cette forme d'identification des acteurs n'est pas très fréquente dans le cadre des publications sur Twitter. Les deux autres formes privilégiées reposent sur la syntaxe de Twitter pour l'adressage d'un compte utilisant le symbole @ en préfixe ou l'indexation hashtag associée au symbole #. Ces deux formes organisent la diffusion et la visibilité des messages dans des flux qui leurs sont associés. Du fait de la contrainte des 140 caractères, ces formes de références sont privilégiées pour désigner les individus dans les messages. La référence normée au compte @Fhollande ou @NicolasSarkozy permet en outre de publier dans des flux dont les individus associés aux comptes respectifs - *a priori* les candidats - sont destinataires de fait. L'utilisation de cette modalité est une manière d'interpeler l'individu dont on parle publiquement. Le hashtag a davantage une fonction documentaire, c'est-à-dire de créer une indexation pertinente relativement à une thématique et une

[32] Une interpolation polynomiale d'ordre 2 donne une bonne approximation de l'évolution de l'écho sur cette période alors qu'une interpolation linéaire est adaptée à l'activité de publication du compte.

veille informationnelle. Si elle est la seule modalité de référence[33], l'utilisation du hashtag réifie en quelque sorte l'individu dont il est question.
Compte tenu de ce qui précède, il n'est pas étonnant de constater que dans le flux de publication nominative du compte MdameMichu, plus de 90 % des messages faisant référence au candidat Sarkozy reprennent la forme adresse. De cette manière, les publications étoffent celles produites par ou à destination du candidat dans un flux commun associé à la candidature. La désignation du candidat adverse suit une évolution intéressante comme l'atteste la courbe suivante. Privilégiée au début, la forme hashtag, moins fixée lexicalement, est progressivement abandonnée au bénéfice de l'adresse @FHollande au fur et à mesure de la campagne et de la bipolarisation des débats qui apparait clairement dès la mi-mars. D'objet de discours, le candidat Hollande devient sujet. Dans le même mouvement, l'audience des messages s'ouvre au-delà des sympathisants à l'espace du débat.

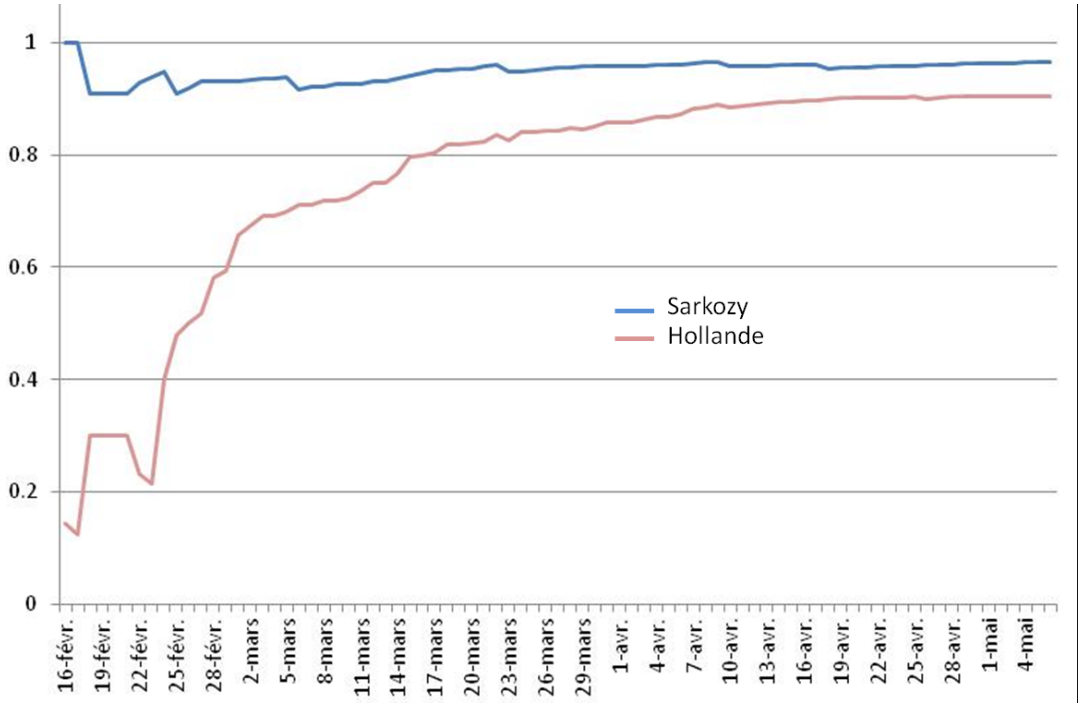


Fig4. Graphe de l'évolution de la contribution (pourcentage) de la forme @ à la référence aux candidats Hollande (rose) et Sarkozy (bleu)

Si l'on s'intéresse à la répartition des volumes de références (hashtag # ou adresse @) dans les messages produits par le compte MdameMichu, on remarque une inversion qui survient assez rapidement (début mars) en faveur du candidat Hollande plus souvent cité que le candidat Sarkozy. Cela confirme l'hypothèse d'une publication qui privilégie un argumentaire "contre" l'adversaire.
L'analyse des hashtags employés fait en outre ressortir la distinction entre une indexation militante orientée en soutien de Sarkozy : #Franceforte, #OnLâcheRien, #JevoteNS, #tousavecNS, etc., et une indexation d'opposition à la candidature hollande : #LaFranceMolle, #LolHolande, #lereniementcestmaintenant, #rantanflan etc. Cette dernière conforte les registres de la dérision et de l'humour privilégiés dans les publications de ce compte et confirme sa sensibilité « anti » Hollande.
Ainsi, le hashtag #FlambyFriday (abrégé #FF) a été introduit au plus fort de la campagne. En référence à #FollowFriday[34], le but est d'amener une forme de récurrence de publication, de proposer un rendez-vous hebdomadaire, assurant une forte diffusion du message associé. Il s'agit également de mobiliser la communauté de suiveurs, dans un défi créatif pour alimenter ce fil.

[33] Comme le montrent les Tweets annexés, le hashtag peut être redondant.
[34] Également abrégé #FF dans l'espace de Twitter. Ce hashtag permet de plébisciter le vendredi, veille du week-end, les "bon plans", les comptes intéressants, etc. dans le but de se divertir ou d'organiser ses loisirs.

- #FlambyFriday à @fhollande qui prend des tranquillisants en intraveineuse avant le 02 mai.
- #FlambyFriday @fhollande pour son incroyable capacité à nous faire rêver.

Au travers de ces différentes formes plus de 84% des Tweets produits par le compte sont associés à l'expression d'une polarisation et d'un clivage. On remarquera également que ces modalités de positionnement du discours sont majoritairement exclusives ; seul le ciblage "sarkozy" et l'incitation positive coexistent lorsque l'incitation "pro" n'est pas nominative (#FranceForte, #OnLâcheRien, etc.).

Analyse de la construction énonciative du message.

Le propos rapporté ou citation, est une figure très présente dans le flux de publication de MdameMichu. On constate qu'il apparait d'avantage dans les tweets (78%) que dans le retweet. Cet écart traduit, selon nous, une prise en charge par MdameMichu en tant qu'instance énonciatrice, de la parole d'autrui que l'on diffuse dans le cas du candidat soutenu et que l'on commente largement ou l'on détourne dans le cas de l'adversaire. C'est ainsi que 52% des citations globales sont attribuées au candidat Hollande et produites dans un tweet alors que dans le cas Sarkozy la part prépondérante (15%) est associée à une rediffusion stricte du message.
La part importante des citations attribuées au candidat Hollande semble indiquer que c'est dans le discours de l'adversaire que l'on trouve les éléments favorables d'un vote pour le candidat que l'on soutient. Ceci à la fois parce qu'il exprime ce que l'on ne veut pas ou ce en quoi on ne croit pas, suivant une logique de front, et à la fois parce qu'il justifie en les exprimant les limites d'une compétence qu'on lui attribue.
Cette disqualification de l'adversaire est l'un des mécanismes de la communication assumée par le personnage de MdameMichu. Cette incarnation aux frontières de la caricature a conduit ses auteurs aux limites de l'acceptable et du politiquement correct. Les frontières du jeu critique et politique mené au sein de la communauté élargie, ont été repoussées par moments, certes avec beaucoup d'habileté (car n'impliquant pas les acteurs clés) aux franges du dénigrement et du populisme. Quelques exemples illustrent ce processus de disqualification de la parole de l'adversaire :

- RT @X: @NicolasSarkozy a dit à #Lyon tout ce qu'il pouvait dire officiellement sur Flamby. À nous de dire le reste aux français #NS2012
- Avec #Francoishollande le prix de la baguette va monter mais la braguette continuera de descendre #FH2012 @NicolasSarkozy
- "@NicolasSarkozy: Témoignage : François, éleveur de Limousines en Charente #Franceforte #NS2012" elle est pas du Poitou sa vache?

5. MDAME MICHU : DE L'EXPRESSION EN LIGNE À LA CONSTITUTION DU RÉSEAU

L 'analyse de l'activité éditoriale doit être complétée par l'analyse du réseau de relations qui se crée en lien avec l'activité, en particulier pour identifier les acteurs clés du réseau et les stratégies de communication qui s'y déploient.

Pour étudier la structure du réseau de relations du compte MdameMichu, nous nous sommes basés sur le réseau des relations de retweets qui se tisse à partir de celui-ci. L'algorithme utilisé est le suivant:

Parcours(R_0, Max):
n = 0
TantQue n < Max:
$\forall x \in R_n$:
$S_x = \{ y : \exists t \in Tweet(x) \wedge Retweet(t,y) \}$

Relier(y,x)

$R_{n+1} = \{ y : \forall x, \forall y \in S_x \wedge y \notin R_{i:0..n} \}$

n= n+1

fin TantQue

En partant du compte de référence, nous identifions les individus qui ont rediffusé l'un de ses Tweets ; ces individus deviennent à leur tour le point de départ de l'exploration du niveau suivant. À chaque étape, ne sont pris en compte pour l'étape suivante que les comptes qui apparaissent pour la première fois ; on évite ainsi les cycles. En trois pas nous accédons à une description complète des deux premiers cercles d'activistes centrés sur MdameMichu.

Pour mieux comprendre la structure du réseau en résultant, nous utilisons une coloration qui est produite à partir des caractéristiques des biographies de tous les individus impliqués dans la discussion. En effet, durant cette période, de nombreux abonnés de Twitter mentionnent explicitement leur appartenance ou leur sympathie politique dans le texte descriptif de leur compte. Dans le graphe du réseau suivant, nous avons colorié également les auteurs ayant à un moment donné mentionné ou rediffusé MdameMichu (les auteurs dont la sensibilité n'est pas explicite ne sont pas coloriés).

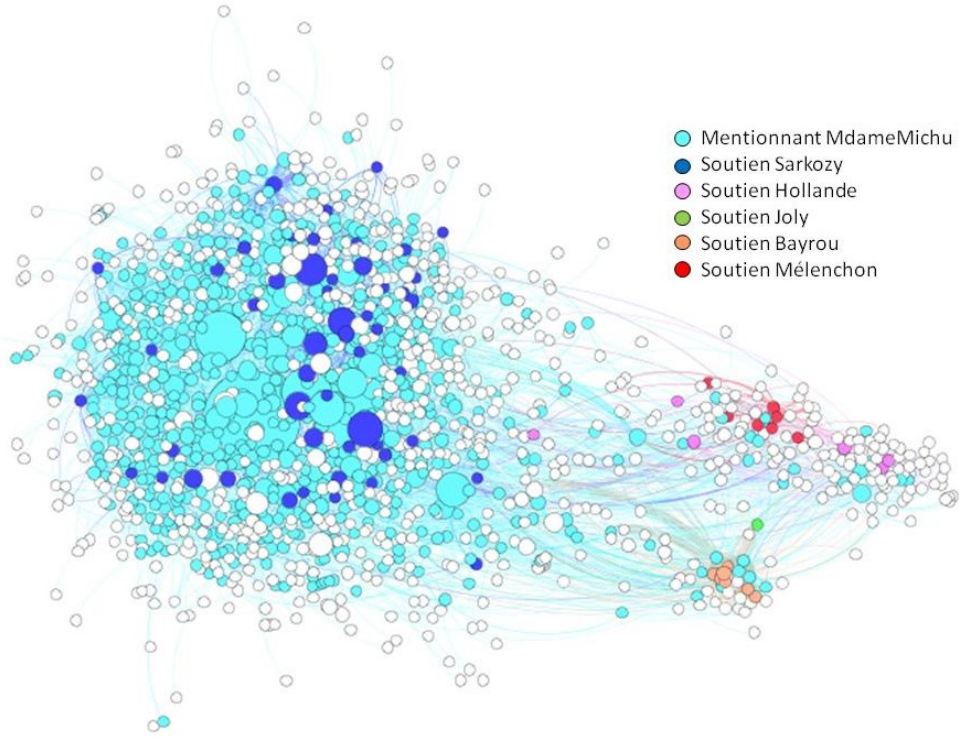


Fig5. Représentation des deux premiers cercles du réseau de rediffusion centré sur MdameMichu: Parcours({@MdameMichu}, 3)

L'algorithme de clustering utilisé dans la visualisation met en évidence un réseau très compact des relations autour du compte MdameMichu et fait apparaitre également les interfaces avec les réseaux associés aux autres candidatures[35].

L'application des outils d'analyse des réseaux sociaux au réseau le plus dense fait apparaitre quatre sous-structures (cf. figure).

Le sous-réseau le plus important est centré sur le compte MdameMichu. Il peut être considéré comme le noyau dur constitutif du réseau "Michu". Les trois autres sous-réseaux sont organisés autour d'un ou plusieurs comptes assurant une fonction localement plus centrale et organisatrice des échanges. Il est possible d'étudier ces attracteurs secondaires au travers de leurs publications et de leur biographie. L'engagement militant pour la candidature Sarkozy et les proximités avec l'UMP sont évidents. Les

[35] La taille des nœuds est proportionnelle au degré, c'est-à-dire au nombre de relations entrantes et sortantes.

compétences associées sont celles de bloggeurs, de *community manager* voire de l'informatique et du web. À eux seuls ces éléments ne sont pas suffisants pour expliquer la centralité des comptes dans ces réseaux. Nous avons également identifié la présence de facteurs liés à l'origine géographique et aux activités partagées sur un même territoire. Ces critères apparaissent clairement pour l'un des groupes dont la composante "sud" (PACA) est très marquée.
Il nous est difficile d'aller plus loin dans la compréhension de sous-réseaux sur la base des informations récoltées dans Twitter. D'autres facteurs de structuration qui tiennent à des réseaux d'appartenance sécants et non identifiables dans ce contexte, sont probablement à l'œuvre (club de supporters, Fans de, etc.). Ce qu'atteste la segmentation précédente, nous incite à considérer le réseau Michu comme le résultat d'une superposition de nébuleuses préexistantes interconnectées.

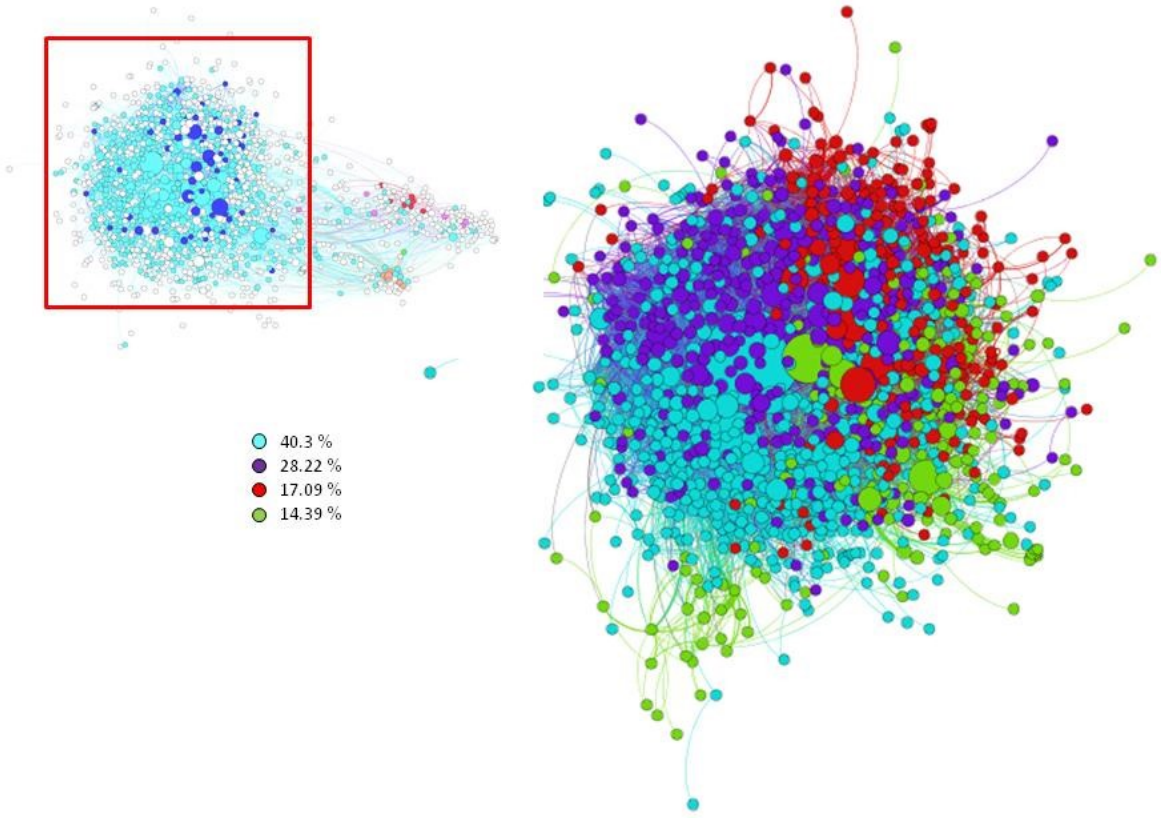


Fig6. Clustering du cœur de réseau Michu.

Le graphe de rediffusion généralisé[36] constitué sur le dernier mois de la campagne présidentielle donne une lecture différente permettant de situer le réseau Michu au sein d'un espace dans lequel s'expriment les tensions politiques. Ce graphe comporte près de 112 000 liens et 32 000 nœuds. Dans cet espace de relations denses, nous nous intéressons plus particulièrement à l'articulation du réseau Michu avec le dispositif de campagne de l'UMP repéré par ses acteurs clés[37] et soutenu par les militants identifiés à partir de l'analyse des biographies. Le graphe suivant a été obtenu à partir d'un algorithme de placement (attraction/répulsion) qui repose sur la topologie du réseau de relations. La visualisation ne retient que les acteurs UMP et Michu.
Une lecture prudente de cette représentation (Fig7), semble nous indiquer que le compte MdameMichu contribue à développer un dispositif de communication articulé mais distinct de celui du candidat Sarkozy. Cela ne signifie pour autant pas qu'ils relèvent d'une même coordination centralisée.

[36] "qui rediffuse qui". À la différence du précédent graphe, celui-ci est complet.
[37] Le compte NicolasSarkozy n'est pas pris en compte pour donner plus de poids aux relations intra-communautaires.

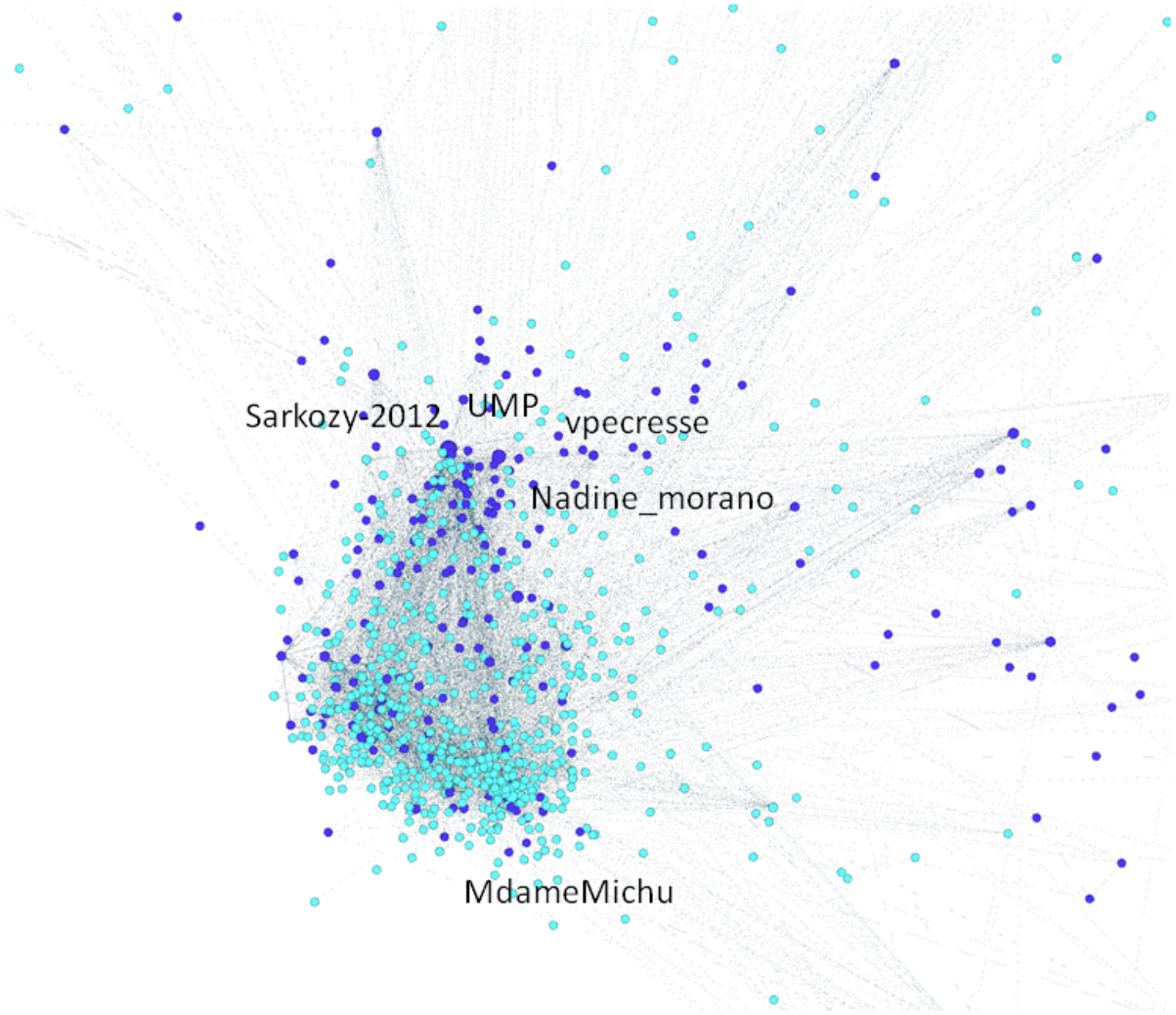


Fig7. Réseau de Rediffusion UMP, Michu.

6. Conclusion

Les échanges politiques sur le web débordent les cadres institutionnels classiques (partis et médias) et les dispositifs officiels de la campagne. Twitter confirme cette tendance qui s'étend aux dispositifs d'information instantanée, autrement dit le web 2.0.
L'initiative de la création du compte MdameMichu s'inscrit dans une forme d'innovation collaborative que supportent ces dispositifs. Cette action engagée par un militant proche de l'appareil politique UMP a trouvé un écho favorable et s'est imposé comme l'un des leviers de la communication partisane de campagne. Moins contrôlée et plus réactive, l'expression que l'on peut capter sur ces fils continus d'actualités nourrit de nouveaux enjeux dans la conduite de l'action et de l'information politique.

Cette étude ciblée confirme l'effet de polarisation politique et de clivage de la Twittersphère que l'on constate lors des échéances électorales.

Le compte MdameMichu et l'archétype qu'il incarne, crée un espace privilégié dans lequel l'expression partisane trouve une plus grande liberté de ton : la tonalité et les contenus des publications rassemblent une audience réceptive à des formes plus relâchées de la discussion politique.
Au-delà de l'intérêt à partager une parole et un espace désacralisés, la force de la relation de rediffusion (degré entrant), remarquable dans l'espace Michu, nous semble traduire une cristallisation idéologique,

basée essentiellement sur la disqualification de l'adversaire. Les formes d'énonciation remarquables que l'on relève, contribuent à la construction d'une identité collective personnifiée, principalement en antithèse des attributs caricaturaux prêtés à l'adversaire, à travers lesquels on dresse un portait idéalisé du candidat que l'on défend et de la communauté de ses soutiens.

L'animation de cet espace par un noyau d'acteurs fortement investis pose la question de la nature des relations qu'entretient ce type d'espace avec l'appareil politique et les dispositifs de campagne officiels. Nous avons mis en évidence le fait que l'espace Michu n'est pas déconnecté des dispositifs officiels.
Du point de vue de la dynamique interne, il s'articule à ceux-ci à plusieurs niveaux :

- celui des animateurs du réseau Michu qui entretiennent des liens étroits avec les appareils politiques ;
- le rythme de publication étroitement lié aux événements de la campagne et à la stratégie de communication du candidat soutenu ;
- par les contenus qui sont diffusés notamment les incitations à voter, les propos rapportés du candidat.

Du point de vue de la dynamique externe, l'espace Michu est un espace où se déploient les stratégies de communication des acteurs politiques majeurs de l'UMP qui associent à leurs publications la référence au compte MdameMichu. Cette mention explicite permet la diffusion de leurs messages dans cet espace et contribue en retour à la notoriété de ce compte dans l'espace politique.

Durant toute la campagne, l'espace Michu a fonctionné comme un lieu où s'organisait la riposte quasi instantanée aux événements de la campagne et où s'élaboraient des formes de disqualification de l'adversaire politique.
Un an après, au printemps 2013, l'espace Michu est encore actif. Ce dispositif s'est institué comme espace de discussion et de critique permanente de la politique conduite par la majorité actuelle. MdameMichu n'est plus aujourd'hui le seul centre d'une production qui s'organise désormais en équipe avec le TeamMichu dans lequel se sont installés d'autres identités telles que MonsieurLapique, MdameLenvie, etc. La période du printemps 2013 a été effectivement très riche en événements et en contestation de la politique gouvernementale alimentée par des débats sociétaux majeurs en particulier autour du projet de loi du "mariage pour tous" et des affirmations identitaires portés par des groupes tels que "les veilleurs", le "printemps français", etc.
L'ensemble de ces événements ont trouvé écho sur Twitter et ont conduit à la création de liens réciproques avec l'espace Michu.

D'avantage que l'actualité de la critique, il semble que l'espace Michu ait également vocation à capter et agréger les mouvements sporadiques qui apparaissent aux marges des partis, et dont l'identité se construit largement « contre » le pouvoir en place. À l'instar des Think tank de partis, Michu ne serait il pas un creuset communautaire complémentaire, outil de structuration en vue des prochaines échéances politiques ? La présence également continue de comptes dédiés au soutien de Nicolas Sarkozy nous parait devoir confirmer cette hypothèse.

Le phénomène Michu que nous avons vu surgir de la campagne 2012 mérite d'être observé dans la durée en y incluant l'autre pôle identifié en miroir de l'espace Michu, l'espace « AntiNanti » qui semble évoluer suivant les mêmes logiques.

BIBLIOGRAPHIE

Acquisti, Alessandro. “Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook.” In *Privacy Enhancing Technologies Workshop*, 16, 2006.

Agrawal R.; Imielinski T.; Swami A. : *Mining Association Rules Between Sets of Items in Large Databases", SIGMOD Conference 1993: 207-216.*

Barboni, Thierry. “L’engagement 2.0. Les nouveaux liens militants au sein de l’e-parti socialiste.” *Revue française de science politique* 60, no. 2010/6 (2010): 1137–1157.

Blondel Vincent D, Guillaume Jean-Loup, Lambiotte Renaud, Lefebvre Etienne. " Fast unfolding of communities in large networks", *in Journal of Statistical Mechanics: Theory and Experiment.* 2008 (10), P1000.

Borgelt, Christian, and Kruse Rudolf. "Induction of association rules: Apriori implementation." In *Proceedings of the 15th Conference on Computational Statistics*, pp. 395-400. 2002.

Bouillot, Flavien. “Presidential Election 2012: How French Politicians Tweet?” (2012). http://hal-lirmm.ccsd.cnrs.fr/lirmm-00688651

Boutet, Antoine. “What’s in Your Tweets? I Know Who You Supported in the UK 2010 General Election.” In *Proceedings of the Sixth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, 411–414, 2012.

Carpentier, Nico, and Dahlgren, Peter. (a)“Interrogating Audiences: Theoretical Horizons of Participation”. *Communication Management Quarterly* 21, (2011) 7-12.

Carpentier, Nico. (b)“The concept of participation. If they have access and interact, do they really participate?” *Communication Management Quarterly*. 21, (2011) 13–36.

Dahlgren, Peter. “L’espace public et l’internet. Structure, espace et communication.” *Réseaux* 18, n° 100 (2000): 157–186.

Friedland, Lewis. “Communication and Democracy in a Networked Society: Review Essay of Media and Political Engagement and The Internet and Democratic Citizenship.” *International Journal of Press/Politics* 15, no. 3 (2010): 362–370.

Francony Jean-Marc, Papa Françoise, "des paroles et des Tweets" 2012 https://sites.google.com/a/iepg.fr/trielec/resultats-analyses/tweet-analyse/desparolesetdestweets

Giglietto, Fabio. “If Likes Were Votes: An Empirical Study on the 2011 Italian Administrative Elections.” In *Proceedings of the Sixth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, 471–474, 2012.

Greffet, Fabienne. “Le web dans la recherche en science politique Nouveaux terrains, nouveaux enjeux”. *Revue de la BNF* 1, no. 40 (2012): 78–83.

Greffet, Fabienne. *Continuerlalutte.com. Les partis politiques sur le web*. Presses de Sciences-Po, 2011.

Harrison Teresa, Dahlgren Peter, Bruns Axel, García de Torres, Elvira, and Scolari, Carlos. “Audience Interactivity and Participation”. In *Transforming Audience, Transforming Societies*. José Manuel Noguera Ed. 2012.

Heaney, Michael. “Social Networks and American Politics : Introduction to the Special Issue.” *American Politics Research* 37, no. 5 (2009): 727–741.

Jourlin Pierre, Sanjuan Eric, Francony Jean-Marc and Papa Françoise. “Design, Implementation and Experiment of a YeSQL Web Crawler”. *SIGIR 2012 Workshop on OpenSource Information Retrieval*. Portland, Oregon, 16 aug 2012. http://opensearchlab.otago.ac.nz/FullProceedings.pdf

Kim, Minkyoung. “Event Diffusion Patterns in Social Media.” In *Proceedings of the Sixth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, 178–185, 2012.

Kwak, Haewoon. “More of a Receiver Than a Giver: Why Do People Unfollow in Twitter?” In *Proceedings of the Sixth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, 499–502, 2012.

Lumezanu, Cristian. “#bias: Measuring the Tweeting Behavior of Propagandists.” In *Proceedings of the Sixth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, 201–217, 2012.

Luo, Zhunchen. “Opinion Retrieval in Twitter.” In *Proceedings of the Sixth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, 507–510, 2012.

Macskassy, Sofus. “On the Study of Social Interactions in Twitter.” In *Proceedings of the Sixth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, 226–233, 2012.

Meraz, Sharon. “The fight for ‘how to think’: Traditional media, social networks, and issue interpretation.” *Journalism* 12, no. 1 (2011): 107–127.

Mercanti-Guerin, Marie. “Facebook, Un Nouvel Outil De Campagne : Analyse Des Réseaux Sociaux Et Marketing Politique”. *La Revue Des Sciences De Gestion* 2010/2, no. 242. pp.17–28.

Papa Françoise, Jean-Marc Francony "Incidences du web analytic sur la médiatisation de la campagne électorale 2012" halshs-00707256

Preotiuc-Pietro, Daniel. “Trendminer: An Architecture for Real Time Analysis of Social Media Text.” In *AAAI Technical Report WS-12-02 Real-Time Analysis and Mining of Social Streams*, 38–42, 2012.

Rainie, Lee, and Aaron Smith. “Politics on Social Networking Sites”. *Pew Research Center’s Internet & American Life Project*. Pew research Center, September 4, 2012.

Reuter, Timo. “A Systematic Investigation of Blocking Strategies for Real-Time Classification of Social Media Content into Events.” In *AAAI Technical Report WS-12-02 Real-Time Analysis and Mining of Social Streams*, 8–15, 2012.

Riemer, Dominik. “Using Complex Event Processing for Semantic Requests in Real-Time Social Media Monitoring.” In *AAAI Technical Report WS-12-02 Real-Time Analysis and Mining of Social Streams*, 16–24, 2012.

Rosenstiel, Tom. “How the Discussion on Twitter Varies from Blogs and News Coverage And Ron Paul’s Twitter Triumph”. Pew research Center, 2011.