

Les eurodéputés sur Twitter : étude comparative de France, Espagne et Royaume Uni

Proposition pour Axe 2 Schémas discursifs

Barbara De Cock & Sandrine Roginsky, Chargées de cours à l'Université catholique de Louvain, Institut Langage et Communication

Cette étude se veut interdisciplinaire et combine des méthodes de la linguistique avec des méthodes des sciences de la communication, entre autres l'analyse de corpus et les entretiens ethnographiques, pour permettre une analyse comparative de l'emploi que les eurodéputé.e.s et les candidat.e.s à ce mandat font du service de microblogging Twitter, avec une attention particulière pour la place qu'occupe la présentation de l'image de soi (Goffman 1959).

En premier lieu, nous analyserons comment les possibilités technologiques de Twitter sont employées par ces acteurs politiques. Nous nous concentrerons notamment sur la construction du profil sur Twitter, l'emploi du hashtag, la possibilité de répondre à des messages et/ou d'inclure des liens à d'autres sites (Boyd et al. 2010, Paveau 2012). Nous verrons ainsi comment les député.e.s et candidat.e.s s'approprient ce dispositif.

En deuxième lieu, nous regarderons quelles identités sont mises en avant dans les messages, en distinguant l'identité privée et professionnelle, mais également l'identité européenne et l'identité plus locale. Nous montrerons ainsi que l'identité professionnelle est largement prédominante et se déploie de différentes façons. La place qu'occupent le mandat parlementaire et l'identité européenne seront analysées de façon plus détaillées, en établissant un lien avec les contextes politiques comme les systèmes électoraux en place.

En dernier lieu, nous analyserons la place qu'occupe l'activité parlementaire dans les messages publiés, en contrastant la période de campagne avec la période de reprise du fonctionnement normal du parlement. En raison de l'importance de la temporalité et la prédominance de l'immédiat sur Twitter, l'emploi de ce dispositif est en effet fort lié à des activités en cours. Ainsi, l'activité parlementaire occupe une place peu importante pendant la campagne électorale (même pour les députés qui ont une longue expérience au parlement européen) tandis qu'elle est plus présente hors campagne, notamment pendant les sessions plénières.

Par le biais cette analyse, nous montrerons que, si sur Twitter le professionnel peut jouer des caractéristiques sociotechniques du dispositif pour valoriser des éléments de proximité et de spontanéité, le dispositif n'apparaît pas pour autant comme le lieu d'un véritable renversement des modalités de relation et d'échange entre représentants et représentés. En outre, si l'identité professionnelle est clairement dominante, les identités européennes et parlementaires occupent une place bien moins importante que ce qu'on pourrait attendre dans la communication des mandataires du parlement européen.

Références

- Boyd d., Golder S., Lotan G. (2010). Tweet, tweet, retweet: conversational aspects of retweeting on Twitter. *Conférence HICSS-43. IEEE: Kauai, HI*, 6 janvier 2010.
- Goffman E. (1959). *The presentation of self in everyday life*, Garden City, NY : Doubleday anchor

Paveau M.A. (2012). Genre de discours et technologie discursive. Tweet, twittécriture et twittérature. [en ligne] <https://hal-univ-paris13.archives-ouvertes.fr/hal-00824817/document>