ÉTUDE EXPLORATOIRE DES SPACES X (EX-TWITTER) COMME SALONS VIRTUELS DE SOCIABILITÉ NUMÉRIQUE ET PROLONGEMENTS DE L'ESPACE PUBLIC SÉNÉGALAIS

El Hadji Malick NDIAYE
Université Amadou Mahtar Mbow de Dakar
Lab-MéTICS (Saint-Louis, Sénégal) / GRESEC (Grenoble)
ORCID iD: 0009-0006-6675-7366
elmalick.ndiaye@uam.edu.sn - elmalickndiaye10@gmail.com

Résumé : Cette recherche porte sur les espaces X qui ont émergé depuis 2020 et qui sont utilisés de manière intensive au Sénégal depuis 2021. Ces espaces d'expression apparaissent comme des extensions de l'espace public sénégalais, avec des enjeux liés à l'agir communicationnel et à l'*agir stratégique* habermassien. Pour comprendre les logiques qui guident les échanges dans ces espaces X, nous les avons observés entre le 07 janvier et le 30 juin 2024 (n=93) et réalisé des entretiens semi-directifs (n=13) avec des internautes actifs en tant qu'organisateurs et participants à ces échanges. Il apparaît que ces salons virtuels sont le lieu de confrontations militantes mais aussi d'initiatives citoyennes dans des domaines variés. Le dispositif socio-technique joue un rôle important dans la hiérarchisation des rôles et la régulation des discours. Il est également apparu que la double possibilité de participer par le texte et la voix, et d'écouter de manière anonyme, sont des facteurs clés pour l'engagement et la communication dans ces espaces.

Mots-clés : spaces x, espace public, sociabilité numérique, agir communicationnel

EXPLORATORY STUDY OF SPACES X (EX-TWITTER) AS VIRTUAL LOUNGES FOR DIGITAL SOCIABILITY AND EXTENSIONS OF SENEGALESE PUBLIC SPACE

Abstract: This research focuses on the X spaces that have emerged since 2020 and that have been used intensively in Senegal since 2021. These spaces for expression appear to be extensions of the Senegalese public space, with issues linked to communicative action and Habermassian strategic action. To understand the logics that guide exchanges in these X spaces, we observed them between 07 January and 30 June 2024 (n=93) and conducted semi-directive interviews (n=13) with Internet users active as organisers and participants in these exchanges. It appears that these virtual fairs are a place for militant confrontations but also for citizen initiatives in various fields. The socio-technical apparatus plays an important role in the hierarchisation of roles and the regulation of discourse. It also emerged that the dual possibility of participating by text and voice, and of listening anonymously, are key factors for engagement and communication in these spaces.

Keywords : spaces X, public space, digital sociability, communicative action

Introduction

De la décentralisation dans l'architecture des réseaux à partir des travaux de Paul Baran à l'évolution des techniques, couches et protocoles qui permettent plus d'interactivité, l'histoire de l'Internet a depuis longtemps été caractérisée par un mouvement du centre vers la périphérie, de la centralisation à la décentralisation, du client-serveur au peer-to-peer… La culture hacker est le symbole de ce passage d'une technologie impulsée par la commande militaire à un réseau amélioré par ses utilisateurs. L'un des emblèmes de cette décentralisation, du moins dans les discours d'acteurs, est le web 2.0 (O'Reilly, 2005) qui induit, selon ses chantres, plus de participation, d'interactivité et de collaboration. L'intelligence collective (Suriowiecki, 2004 ; Benkler & Nissenbaum, 2006), la culture participative (Jenkins, 2006) et des figures comme les *Users Generated Content* (UGC) traduisent cette parole libérée dans une démocratie Internet (Cardon, 2010) où les médiateurs classiques d'informations et de connaissances seraient supplantés ou contre balancés à travers une désintermédiation consacrant, en même temps, le sacre de l'amateur (Flichy, 2010). Ce web dit collaboratif (Bouquillion, Matthews, 2010) ne se limite pas aux imaginaires et discours. Les réseaux sociaux numériques ont joué un rôle important dans les profondes transformations des procédés et processus de communication. La communication écrite mais aussi vidéo sur Internet à travers les réseaux sociaux et applications de messagerie, en lien avec la démocratisation du smartphone et de la connectivité mobile ont connu une croissance exponentielle ces deux dernières décennies, notamment en Afrique. Au Sénégal, l'Autorité de Régulation des Télécommunications et des Postes (ARTP) estime à 127.01% le taux de pénétration de l'Internet mobile en mars 2024. Ces chiffres ne traduisent évidemment pas toute la complexité des enjeux et variables liés aux usages et pratiques du mobile (Berrou & Mellet, 2020) qui sont multiples et protéiformes. Il n'en demeure pas moins que les usages du téléphone mobile couplés aux dispositifs sociotechniques des réseaux sociaux induisent des pratiques, usages, appropriations (Proulx, 2005) et détournements (De Certeau, 1980).

L'émergence de la Covid19 a, elle, occasionné des pertes économiques et engendré des conséquences sociales énormes. Elle a aussi fait émerger ou amplifié des phénomènes info-communicationnels importants. Que ce soit la *doxa* fonctionnaliste d'une « acceptabilité sociale » (Ollivier-Yanniv, 2023), les problématiques liées à la désinformation (Monnier, 2019), les pratiques et fractures cognitivo-numériques, entre autres, la Covid19 a mis au jour plusieurs incertitudes tout en révélant des opportunités dans plusieurs domaines. Les plateformes de visioconférence ou le télétravail en sont des illustrations parfaites. Sur Internet, des réseaux sociaux comme Clubhouse se développent rapidement dans cette période. Lancée en mars 2020 par Paul Davidson et Rohann Seth dans la Sillicon Valley, cette application fonctionne selon le principe d'une conversation de salon avec la voix comme canal principal d'expression. Le principe est très vite adopté par plusieurs célébrités et stars afro-américaines, notamment en lien avec leurs communautés qui peuvent ainsi échanger avec eux en direct. En février 2021, Clubhouse déclare compter 10 millions d'utilisateurs quotidiens (Pareja, 2021). Le fait qu'il soit uniquement basé sur l'audio et qu'il fonctionne sur le principe de *rooms* dans lesquels tout le monde peut prendre la parole, apparaît comme un avantage pour Clubhouse. Une expérimentation psychologique relative aux formes de communication établit que les échanges incluant la voix seraient susceptibles de créer des liens sociaux plus forts s'ils ne sont pas parasités par des difficultés de connexion qui pourraient diminuer le caractère optimal de cette communication (Kumar & Epley, 2021). Des chercheurs du Syracuse University se sont également intéressés aux

logiques de persuasion des salons de discussion sur ClubHouse en se penchant notamment sur les profils, parcours, affiliations et passions des intervenants et animateurs de ces espaces (Xiao, Wang, Wei, 2022).

D'autres travaux en Computer Science se sont aussi intéressés aux formes du discours sur Clubhouse (Mansourifar et al., 2022) ou encore dans une perspective plus ancrée en Sciences humaines et sociales, à la polarisation des discours dans un contexte marqué par la Covid19 (Caroleo, Maiello, 2022). L'utilisation des espaces de communication vocale à travers X (ex-Twitter) par exemple à des fins de vulgarisation scientifique et de sensibilisation sur les tumeurs malignes hématologiques se serait révélée efficace selon des chercheurs américains qui en ont fait l'expérience (Ahmed, Mirza & Loghavi, 2021). Les spaces X qui fonctionnent sur le même principe que Clubhouse, sont lancés en 2020. L'avantage des spaces réside dans le fait qu'ils sont intégrés comme une fonctionnalité du réseau social Twitter. X (ex-Twitter) était un espace privilégié pour partager des invitations à se connecter sur Clubhouse. Dorénavant, toutes ces fonctionnalités sont présentes sur une seule plateforme.

Notre choix de travailler sur les spaces X (ex-Twitter) a été inspiré par notre observation, en tant qu'utilisateur, de la prolifération de ces sphères dans lesquelles des centaines d'individus étaient connectés, dans un contexte préélectoral et de tensions sociopolitiques au Sénégal. Selon le Data Reportal 2024, des réseaux sociaux comme *Facebook*, *YouTube*, *Instagram*, *LinkedIn* ou encore *Messenger* sont largement utilisés par les Sénégalais. X (ex-Twitter) semble être l'un des réseaux les moins importants en termes de potentiel d'audience de publicité mais est deuxième, loin derrière *Facebook*, en termes trafic provenant des réseaux sociaux (95.3% de trafic pour Facebook et 3.4%)[1]. Ceci traduit le rôle potentiellement important que X joue en termes de contenus même si ses utilisateurs sont minoritaires par rapport aux autres réseaux sociaux numériques. Notre travail sur les représentations sur le community management (Ndiaye, 2020) confirmait déjà une réalité établie par des travaux français sur les profils des utilisateurs actifs de Twitter qui s'engagent notamment sur des sujets relatifs à la politique ou à la citoyenneté. Il s'agit de personnes appartenant à la catégorie socioprofessionnelle des CSP+[2], avec un niveau d'éducation assez élevé. Ce constat est aussi fait en France où la surreprésentation de cadres, diplômés et d'étudiants contraste avec la réalité de la population dans sa totalité (IFOP, 2022).

Les spaces X (ex-Twitter) observés sont, pour la plupart, adossés à la #TL221 et au #Sénégal sur lesquels ils sont facilement détectables. Ils regroupent, pour l'essentiel, des publics de sénégalais résidant au pays ou à l'étranger. Dans la majorité des *spaces*, les échanges se font en français et en wolof sur des sujets qui, souvent, appellent à une certaine expertise ou un niveau d'études supérieures. Or, pour avoir une idée de cet échantillon par rapport à la population globale du Sénégal, seuls 58% des personnes âgées de 15 ans et plus sont alphabétisés en 2022[3]. Nous nous intéressons donc, dans une démarche exploratoire, aux enjeux et mécanismes qui caractérisent les échanges dans ces salons de discussions audio et directes. Ceci, pour tenter de saisir les objets de discussions des internautes, de comprendre les formes que prennent les échanges et de voir la modération qui est exercée

[1] We are Social & Meltwater (2024), Digital 2024 Senegal. Lien : https://datareportal.com/reports/digital-2024-senegal

[2] La CSP+ est une catégorie socioprofessionnelle qui comprend les chefs d'entreprise, les indépendants, les hauts revenus du secteur privé (cadres, ingénieurs, chercheurs, etc.) et l'ensemble des fonctionnaires de catégorie A. Cette catégorie peut également comprendre les classes moyennes supérieures, les professions libérales et les professions intellectuelles supérieures. Cette catégorie peut également inclure la classe moyenne supérieure.

[3] Institut de statistique de l'UNESCO (2022), Taux d'alphabétisation, total des adultes (% des personnes âgées de 15 ans et plus) – Sénégal. Lien : https://donnees.banquemondiale.org/indicateur/SE.ADT.LITR.ZS?locations=SN

au sein de ces sphères publiques. Nous postulons que ces salons, à l'instar de l'espace public habermasien, sont le théâtre d'un *agir communicationnel* et d'une publicité (Habermas, 1981) sur des sujets et questions d'intérêt commun.

1. Méthodologie

L'étude d'objets liés aux outils numériques, notamment à un réseau social comme X (ex-Twitter), est intrinsèque à plusieurs obstacles et risques d'ordre méthodologique parmi lesquels le caractère mouvant du dispositif sociotechnique. À la différence de la riche littérature anglo-saxonne sur les formes de communications audio au sein de sphères créées sur des réseaux comme X, très peu d'études francophones se sont intéressées à cet objet. Le processus de stabilisation des pratiques et usages de ces espaces virtuels n'étant pas abouti, on peut arguer que son étude peut paraître imprudente. L'autre facteur explicatif de ces difficultés concerne les bouleversements de X (ex-Twitter) à la suite de la prise de pouvoir d'Elon Musk et les conséquences des changements apportés, notamment pour les chercheurs pour qui la collecte de données est rendue davantage ardue. Entretemps, des utilisateurs ont décidé de quitter le réseau social et, d'autres y ont limité leur activité ou se plaignent continuellement des types de contenu qui y prolifèrent. Notre étude essaie donc de débroussailler ce terrain de recherche à travers une investigation sur la base d'outils qualitatifs. Une observation ethnographique en ligne (Jouet & Le Caroff, 2017) est menée du 07 janvier au 31 mars puis du 01 mai au 30 juin. 93 spaces ont été observés à ce jour dont 52 lors de la première période et 41 dans la deuxième période. Il est à noter que la première période d'observation correspond à un contexte bien particulier de tensions et soubresauts préélectorales mais aussi de résorption de ces difficultés ayant conduit à l'élection du nouveau président de la République du Sénégal. Alors que le processus électoral est engagé et qu'une liste de 20 candidats est retenue par le Conseil constitutionnel, des suspicions de corruption des juges constitutionnelles portées par le Parti Démocratique Sénégalais (PDS) dont le candidat a été écarté à la suite d'un recours concernant sa double nationalité mènent à la création d'une commission d'enquête parlementaire et le vote d'une loi adoptant le report des élections au 15 décembre par la majorité dans la nuit du 05 au 06 février. Le président Macky Sall avait déjà, le 03 février, abrogé le décret convoquant le corps électoral. Dans un contexte d'*imbroglio* jamais connu auparavant dans ce pays, c'est le Conseil constitutionnel qui prendra des décisions qui déclarent anticonstitutionnelles le report et rappelle que le mandat du président de la République ne saurait dépasser la date du 02 avril 2024. Le respect de ces décisions par le Président Sall et la volonté affichée de décrispation politique aboutira à la tenue d'élections le 24 mars 2024. Ces évènements ont largement animé les échanges dans les *spaces X* lors de la première période de notre observation. Cette observation en deux temps se justifie donc par la volonté de photographier cet objet dans une période de forte effervescence politique qu'est la campagne électorale, mais aussi dans un temps normal où aucun évènement majeur n'occupe l'actualité. Une grille d'analyse du dispositif sociotechnique et de la participation (Jouet & Le Caroff, 2017) permet ainsi de comprendre l'architecture technique, les artefacts du lien social et de la participation à travers le dispositif. Cette observation nous permet en outre de saisir les thématiques abordées dans ces *spaces* mais aussi d'autres éléments liés aux possibilités offertes par le dispositif.

Nous avons, en outre, procédé à l'administration d'un guide d'entretien auprès de 13 internautes repérés durant la période de notre observation comme des organisateurs ou participants actifs à des *spaces*. Les transcriptions de ces entretiens semi-directifs ont fait

l'objet d'une analyse thématique manuelle sur les sujets de discussion, les motivations derrière la participation ou l'organisation de *spaces* mais aussi les enjeux de prise de parole et de modération de ces cadres de discussion. Si les études sur X (Ex-Twitter) ne sont donc pas nouvelles, c'est l'exploration des échanges par voie audio dans ces espaces de discussions particuliers, dans un contexte sénégalais, qui était jusque-là inexpérimenté. Cette recherche se veut donc exploratoire et descriptive sur cet objet.

2. Des spaces politiquement polarisés en période électorale et diversifiés en temps normal

2.1 L'agir stratégique et les affrontements militants

Les deux périodes de notre observation des spaces X (ex-Twitter) ont révélé des échanges sur plusieurs problématiques, dont des sujets politiques mais nous ont aussi permis de voir l'existence d'affrontements entre militants politiques. Pour comprendre les relations qui peuvent exister entre les différents organisateurs de spaces et observer les proximités ou les distances entre les acteurs, une collecte de 10.000 Tweets sur la période allant du 01er janvier au 30 juin 2024 à partir des termes et mots-dièses *Senegal*, *FreeSenegal et TL221* a été faite. Le grattage des données a été effectué avec l'outil TweetScraper. Nous avons ensuite épuré les données collectées en ne conservant que les indicateurs de relations comme les retweets et mentions. Notre objectif était de voir les différents nœuds et relations entre internautes. Pour préciser notre recherche, nous l'avons restreint à 9 de nos interviewés qui sont assez représentatifs de leurs différents champs. Les données épurées ont été intégrées au logiciel Gephi qui en a fait ressortir 1256 nodes et 1510 edges. Cette analyse et visualisation fait ressortir le visuel ci-dessous :

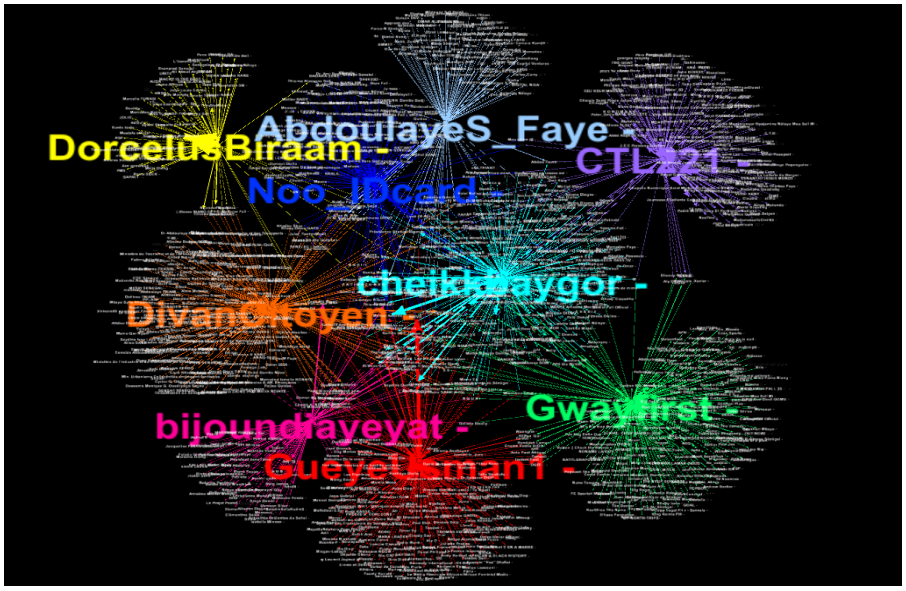


Figure 1 : Résultats d'une analyse de réseau sur Gephi avec l'algorithme Fruchterman Reinglod sur un échantillon de 9 profils parmi nos interviewés

Cette analyse de réseau montre plusieurs graphes et met surtout en évidence la proximité thématique et de relations entre internautes proches du parti PASTEF (Noo_IDcard, GueyeUsman1, Cheikkbaygor) à travers leurs relations et les comptes qui gravitent autour d'eux. Nous observons aussi des comptes comme celui de Gwayfirst qui est capable de développer des relations avec des comptes politisés mais qui reste dans une zone

relativement neutre. C'est le même cas avec Divan Citoyen qui a des imbrications directes avec au moins 5 autres graphes. Divan Citoyen occupe une partie non négligeable de l'espace, ce qui renseigne sur son influence potentielle. Il est à la fois lié à des comptes proches du PASTEF qu'à un compte proche de l'Alliance pour la République[4]. Ce dernier compte, semble être lié directement à Divan Citoyen et développe très faiblement des relations avec des comptes politiques proches de PASTEF, dans le cadre des débats contradictoires. Nous avons, enfin, les graphes liés à une communauté religieuse ou à la communauté technologique qui restent souvent isolés du reste mais semblent développer ponctuellement des relations avec d'autres comptes situés dans la sphère politique. Cette analyse révèle donc les différences thématiques, relationnelles et de proximité. En réalité, 4 graphes appartiennent au même ensemble et traduisent la domination de PASTEF au sein de ce réseau sur la période de notre analyse. Ce constat traduit la logique conquérante qui peut sous-tendre les débats dans les spaces dans lesquels des sujets politiques sont abordés. Les organisateurs et animateurs, appartenant à un camp politique, peuvent donc avoir des objectifs personnels ou collectifs inavoués en tentant d'influencer les débats. Cet *agir stratégique* (Habermas, 1981) s'oppose à *l'agir communicationnel* qui met l'accent sur la rationalité instrumentale et le consensus par un dialogue ouvert et franc (Ballarini, 2013), et reflète l'existence des mêmes déterminants qui caractérisent l'espace public traditionnel. Au-delà du débat démocratique et de la publicité, les publics concernés semblent déployer des stratégies politiques pour informer et convaincre. Nous avons été marqués par le nombre de spaces organisés par des profils qui semblaient appartenir au parti d'opposition de l'époque PASTEF et par des discussions qui empruntent un registre mobilisateur et partisan. Ce constat est corroboré par les déclarations des participants et organisateurs de spaces que nous avons interviewés. Pour un de nos interviewés membre du parti PASTEF et du mouvement FRAPP (France -dégage), la décision d'investir X (Twitter) et ses spaces n'était pas fortuite. Il déclare à cet effet :

> De 2018 à 2020, PASTEF n'était pas très présent sur Twitter. C'était un parti politique qui était beaucoup plus présent sur Facebook, par exemple. Mais en fait, on s'est rendu compte qu'avec le Covid19, il y avait un vrai besoin d'investir Twitter, parce qu'au début, par exemple, de l'affaire Adji Sarr, et ça, peut-être qu'il faudra le vérifier, Twitter était assez positionné en faveur d'un camp (le camp présidentiel) au détriment de l'autre. […] Mais dès que le parti politique a investi Twitter, il y a eu une sorte de réorganisation et de rééquilibrage de l'espace. Rééquilibrage qui finit par être une sorte d'hégémonie de PASTEF sur Twitter.
>
> O. Gueye, Communication personnelle, 9 avril 2024

Ce militant explique donc que la démarche qui consistait à investir Twitter était volontaire et stratégique de la part des militants de PASTEF qui ont constaté qu'il n'était pas assez présent sur ce réseau social. Il y'a donc véritablement une logique de conquête d'un nouvel espace qui échappait jusque-là à leur hégémonie. Ce propos semble être corroboré en partie par un autre interviewé qui, lui, semble proche du camp du pouvoir sortant : « Tous les spaces qui étaient ouverts sous la bannière d'une obédience politique étaient en fait des spaces vraiment programmés et purement stratégiques. Donc, avec des objectifs communicationnels et une intention de faire passer une information derrière. » (B. Cissé, Communication personnelle, 29 avril 2024) Ces propos étayent la déclaration précédente

[4] Parti politique de l'ancien Président de la République Macky Sall

même si les deux internautes ne sont pas issus du même camp politique. Les spaces politiques sont de véritables salons dans lesquels les différentes opinions des militants s'affrontent et où des batailles se mènent avec une intention de convaincre les publics mais aussi de gagner en visibilité. Notre interviewé renchérit en ces termes : « du côté de l'opposition à l'époque, parce qu'aujourd'hui, ils sont au pouvoir, les spaces avaient un triple objectif. C'était la diabolisation, la manipulation et la désacralisation des institutions. » (B. Cissé, Communication personnelle, 29 avril 2024) Pour lui, les intentions des militants du parti PASTEF en investissant Twitter et ses spaces étaient de diaboliser et de manipuler. Il était important pour lui de répondre à cette stratégie par une contre-attaque qui devrait mitiger la domination des militants du PASTEF. Il nous l'explique en ces termes : « face à une horde de militants qui diabolisaient et qui manipulaient, il fallait également un contre-pouvoir pour remettre les choses à leur place. » (B. Cissé, Communication personnelle, 29 avril 2024). Ces militants assument très clairement leur volonté de faire passer une information, de mobiliser et de susciter des interactions. En outre, on note une certaine personnalisation de la communication politique 2.0 au travers de ces espaces où les prises de parole individuelles et les interactions entre internautes et hommes politiques. Ils peuvent parfois être invités à débattre sur un certain nombre de sujets, donnant aux participants la symbolique d'un échange direct avec les personnalités qui souhaitent les représenter ou les représentent déjà. Les micromessages observés par Eyries et Poirier (2013) prennent ici la forme de réponses directes aux interpellations des citoyens. Sur nos périodes d'observation plusieurs exemples comme celui des candidats Boubacar Camara, Mame Boye Diao ou encore du Ministre Mabouba Diagne illustrent cet état de fait. L'*agir stratégique* n'est pas seulement le fait de militants et sympathisants de partis politiques. D'autres individus affirment avoir eu un engagement motivé par une tendance à un musellement des voix au niveau du pays qui aurait réveillé une volonté de combattre le régime en place sans toutefois assumer un militantisme dans un parti politique. C'est le cas de notre interviewé qui déclare :

> Les gens au Sénégal étaient bâillonnés. Soit, ils craignaient de parler, car ils étaient physiquement présents au Sénégal. Soit, ils avaient peur de parler par affinité avec certains dirigeants ou de peur de perdre leur poste ou de mettre leur famille en danger. Donc nous qui sommes à l'extérieur, qui n'avons pas cette crainte, on va être le relais de ceux qui ne peuvent plus parler.
>
> A. B. Ndiaye, Communication personnelle, 27 avril 2024

Cette affirmation est en congruence avec notre constat à l'observation des spaces lors de la période électorale. Plusieurs interventions d'experts ou de participants ne sont pas partisans mais s'inscrivent dans l'optique de la défense d'un idéal démocratique ou de recherche de solutions, notamment lors de la crise préélectorale. D'autres intervenants encore, s'inscrivent dans une logique de contestation du régime politique du président Macky Sall par rapport à sa décision de reporter les élections qu'ils estiment comme relevant de l'arbitraire, tout en ne s'identifiant pas à un parti d'opposition. Ce fut notamment le cas dans les spaces du DivanCitoyen « Sénégal, réponses citoyennes et sortie de crise » et « Le Sénégal privé de vote ce 25 février 2024. Pour quelle suite ? » Cette dimension contestataire et qui consiste à contourner les canaux traditionnels de communication verrouillés par le régime qui était en place, à travers des espaces comme les spaces X, fait transparaître la particularité de ces communautés qui se sont cristallisées comme opposées au régime politique en place sous la forme de contre-publics subalternes (Fraser, 2003). Si ces contre-

publics dans les spaces X semblent donc faire face à un régime politique en place, ils ne sont pas pour autant symptomatiques d'une logique oppositionnelle entre des bourgeois et non-bourgeois tel que le conçoit Nancy Fraser. Du fait de leurs caractéristiques socio-professionnelles, ces contre-publics se classeraient plutôt dans la classe bourgeoise habermasienne. En outre, si la plupart des organisateurs de ces spaces étaient politiquement colorés, une présence de personnes d'autres nationalités africaines ou encore d'auditeurs et d'intervenants dont l'appartenance politique n'est pas identifiable, est notée. Les spaces Twitter, même portant sur des sujets politiques, ne sont pas entièrement partisans et bipolaires. Ils apparaissent aussi comme espaces de participation politique citoyenne favorisée par l'environnement dynamique offert par le web et le dispositif sociotechnique. Cet engagement citoyen constaté ne rejoint pas pour autant les thèses sur une citoyenneté et une mobilisation décuplée par les réseaux sociaux. Nous constatons à la fois des utilisations politiques et en contexte électoral notamment en termes d'interactivité et de thématisation (Dolbeau-Bandin, Donzelle, 2015) avec une forte dimension affective et mobilisatrice (Cervulle, Pallier, 2014) mais aussi une dimension politique et polémique (Mercier, 2015) d'engagement citoyen avec une synchronisation régulière du temps politique et du temps social (Goulet, 2010).

2.2 Des cadres d'échange, de sensibilisation et de levées de fonds dans un agir communicationnel

Notre observation des spaces Twitter nous a permis de voir la diversité thématique et d'approches. À l'issue de nos deux périodes d'observations, le graphique ci-dessous montre à quel point les sujets peuvent être concentrés sur la politique lors d'une période préélectorale et se diversifier davantage en dehors de cette période, avec un fort lien avec l'évènementialisation médiatique. Le graphique ci-dessus montre l'échantillon de spaces collectés sur nos deux périodes d'observation :

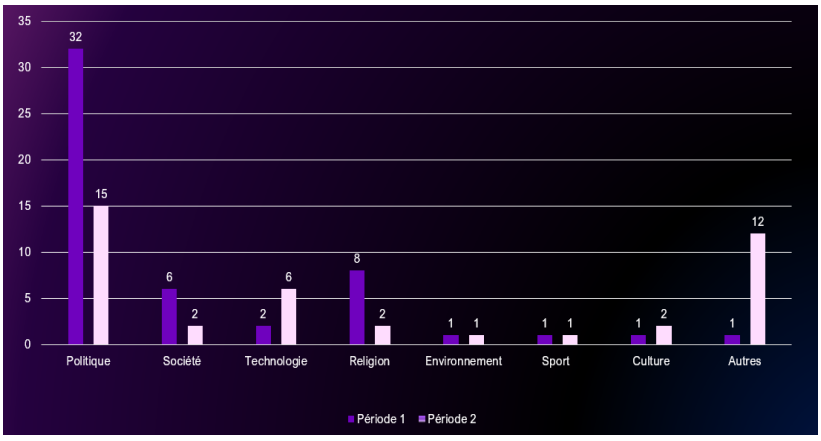


Figure 2 : Représentations des thématiques traitées durant nos deux périodes d'observation

Les discussions ne tournent pas seulement autour de questions électorales et partisanes. Les spaces organisés par DivanCitoyen chaque dimanche, en temps normal, peuvent porter sur une pluralité d'objets. Ces spaces traitent d'un ensemble de thématiques avec des experts invités à traiter en profondeur les sujets dans ces domaines. Selon un des initiateurs et animateurs de ces spaces, ils invitent des personnes pour « [...] conscientiser […], comment faire pour que les gens puissent apprendre quelque chose en quittant la

session » (A. Wade, Communication personnelle, 20 avril 2024). Au-delà de ces invitations, la communauté derrière le compte est en partenariat avec d'autres associations pour des campagnes de sensibilisation. Notre interviewé nous l'explique en ces termes : « On a des partenariats avec la LISCA[5] sur le cancer. Par exemple, chaque année, on leur fait une session spéciale où ils viennent nous parler de la lutte contre le cancer avec la possibilité de lever des fonds. » (A. Wade, Communication personnelle, 20 avril 2024). Ces campagnes de sensibilisation ou de levée de fonds sont très courantes au sein des organisateurs ou participants des spaces. Un autre exemple est celui d'un de nos interviewés, militants politiques, impulsant aussi des campagnes de levée de fonds pour l'éducation et les enfants. Par ailleurs, le compte DivanCitoyen, par l'organisation des débats, est révélateur des catégories socioprofessionnelles qui forment cette communauté. Notre interviewé, comme les autres membres de sa communauté, appartiennent à la catégorie socio-professionnelle des CSP+ et affichent une certaine maturité dans l'animation des débats. Ces profils font aussi partie des premières communautés qui ont investi le débat sur le numérique dès les années 2011. Certains de ces profils sont engagés au sein d'autres organisations comme Africtivistes[6], Wambedmi[7] ainsi que d'autres structures associatives.

À la différence de DivanCitoyen qui traite de tous les sujets, des comptes en lien avec des communautés religieuses chrétiennes ou de confréries musulmanes au Sénégal (Mouride[8], Tidjâne[9]) utilisent les spaces comme des reflets de nouveaux lieux de culte religieux (Sylla, 2017). Ces salons de discussions suivent aussi, en partie, le calendrier des religions. Par exemple, la communauté chrétienne était très active dans la période du carême (14 février au 28 mars) lors de notre observation. Des sujets de prêche étaient partagés par les intervenants dans ces spaces. Selon notre interviewé appartenant à cette communauté chrétienne et animant le compte CTL221, ce sont des cadres qui servent à « approfondir [notre] foi mais ce n'est pas spécifiquement catholique. Il peut arriver que l'on parle de choses plus larges, qui intéressent la société » (G.E. Ndong, Communication personnelle, 12 avril 2024). De même, à la fois pendant le ramadan qu'en temps normal, les confréries islamiques sénégalaises s'illustrent par l'organisation de "concours de xassidas[10]" pour les mourides ou de sessions consacrées à leurs guides spirituels et aux règles de leur confrérie pour les tidjânes. Les sujets sportifs font aussi l'objet d'organisation de spaces. Quelque spaces organisés durant la coupe d'Afrique des Nations et faisant partie de notre corpus révèlent que ceux-ci sont, le plus souvent, des formes de débats entre passionnés ou de débriefing à l'issue de matchs de football. Notre observation révèle aussi la présence de communautés techniques qui permettent de faire du « partage d'expériences », « de rendre visibles des entrepreneurs et leurs narratifs » (A. Faye, Communication personnelle, 01 mai 2024), « les dernières innovations, les tendances, les meilleures pratiques de développement, entre autres… » (F. Ndiaye, Communication personnelle, 29 avril 2024).

[5] Ligue sénégalaise contre le cancer

[6] Association africaine d'activites numériques qui promeut des valeurs telles que la démocratie et la bonne gouvernance à travers les civic-tech. Lien : https://africtivistes.com/fr/

[7] Wa Mbedmi est une association sénégalaise regroupant de jeunes acteurs de la société civile sénégalaise.Elle œuvre à la mobilisation des ressources et du potentiel de la technologie et des outils numériques pour construire une société égalitaire et inclusive où la citoyenneté mènera au développement. Lien : https://wambedmi.org/#

[8] Le Mouridisme est une confrérie islamique soufie. Cette confrérie a été fondée à la fin du 19ème siècle par Ahmadou Bamba et joue un rôle religieux, économique, culturel et politique important au Sénégal.

[9] The Tijjaniya is a Sufi brotherhood founded in 1782. This Muslim brotherhood is the most widespread in West Africa. It is also one of the most widespread in Senegal.

[10] Poèmes accompagnés de rhétorique écrits par le guide spirituel d'une confrérie et récités par les disciples

Des professionnels expérimentés du domaine sont invités et « étalent des roadmaps, donnent des tips, des formations et expliquent des débouchés dans les métiers IT » (A. Faye, Communication personnelle, 01 mai 2024). Selon un de nos interviewés qui organise des spaces sur des sujets de technologie, beaucoup de personnes lui ont témoigné avoir un intérêt pour les métiers du numérique après avoir suivi l'un de ces spaces. Nous avons aussi d'autres types de spaces sur des sujets concernant l'environnement, la santé, la culture et la musique avec notamment des questions liées aux droits d'auteurs ou encore des spaces sans thématique particulière où les internautes s'expriment sur des sujets de leurs choix. Au-delà des débats et des discussions, les spaces sont donc des cadres intéressants d'apprentissage et de formation. Ces variables cognitives sont liées à la vulgarisation et à la sensibilisation. Si leur efficacité n'a pas été mesurée dans cette étude comme elle l'a été par des chercheurs américains dans le cadre de la campagne sur les tumeurs malignes hématologiques sur Clubhouse (Ahmed, Mirza & Loghavi, 2021), ces constats sont assez révélateurs du rôle que peut jouer ces spaces comme continuum et extension de l'espace public avec des formes d' « enrichissement du répertoire d'usages de l'actualité » et « un élargissement des pratiques informationnelles » (Jouet & Rieffel, 1993 :197). Nous notons une forte présence et concentration de leaders d'opinions (Tumasjan, 2010 ; Boyadjian, 2014) dans ces espaces qui peuvent impulser des débats sur des sujets qui ne sont pas toujours en congruence avec les sujets médiatiques du moment. De ce point de vue, les spaces X interrogent les fondements des relations entre communication, médias et espaces politiques (Dacheux, 2004), car ils contribuent à modifier les formes effectives de médiation et d'engagement dans l'espace public (Dacheux & Rouquette, 2013). L'*agir communicationnel* et la publicité au sens habermasien trouvent leur écho dans les débats raisonnés autour de spaces comme celles organisés par le DivanCitoyen. En réalité, ces spaces peuvent à la fois allier une grande part d'expertise sur des sujets précis et se situer dans le « monde vécu » qui ne s'inscrit pas toujours dans une vision élitiste de l'espace public. Les spaces « Génération super papa » s'inscrivent dans cette perspective avec des horizons culturels et sociaux à la fois éloignés des logiques marchandes ou bureaucratiques que de la performativité et de la rationalité instrumentale qui peuvent caractériser l'*agir communicationnel*.

3. Une participation favorisée par les possibilités et fonctionnalités du dispositif sociotechnique

À la suite de notre observation, nous avons travaillé sur une grille qui permet d'identifier le dispositif sociotechnique des spaces X à travers les possibilités d'interaction offertes et les formes que peuvent emprunter les discours dans ces spaces. Cette grille est reprise de Jouet & Le Caroff (2017). Dans le cadre de cette étude, le dispositif sociotechnique désigne à la fois l'outil ou l'interface technique mais aussi les pratiques et dynamiques sociales qui les accompagnent (Jouet, 2000). Le premier tableau présente l'architecture du dispositif, le lien social et la participation sociotechnique en mettant la focale sur les dimensions technique et sociale. Le deuxième tableau met l'accent sur les registres de discours utilisés par les participants.

	Technique	Social
Architecture des spaces		
Contenu	Contenu audio, texte, vidéo	Participants utilisateurs et non utilisateurs de X
	Présentation de l'interface avec les possibilités de prise de parole audio avec l'étalement sur haut vers le bas ou de la gauche à la droite (selon l'appareil) des contributions écrites	Possibilité d'ajouter du contenu à l'écrit, d'ajouter les liens, des vidéos mais aussi de prendre la parole en direct
Gestion et modération	Clic sur le spaces affiché sur le fil ou sur un lien	Par le discours d'une part et, d'autre part, possibilité pour l'hôte de fermer des micros, de donner la parole à ceux qui le demandent et d'exclure du space.
	Indicateurs : Nb de "vues", d'auditeurs, d'intervenants, retweets, "réactions"	tactiques de visibilité : Partage du thème du space à travers des publications, visuels, Lien partagé, appels à participer
	Dans le dispositif sociotechnique	Partages, recommandations, Message direct
Lien social		
Partage et échanges	Outils d'interactions : Possibilité de poster des tweets dans le space, possibilité de réponse et d'échanges à l'écrit, avec des images et vidéos en plus de l'échange audio sur le salon)	Formes d'échanges : publics et privés
	Outils de partage : lien, intermédialité (partage en dehors de Twitter)	Partages interpersonnels par Direct Message et publics sur X et en dehors de X
Participation		
Contributions	Outils de participation : Retweets, mentions, réponses, emojis	Réactions (approbation, désapprobation, autres formes de réactions à travers des emojis)
Personnalisation	Signature : Profil et anonymat	Présentation de soi à travers son profil et les éléments textuels et visuels qu'on décide d'y mettre

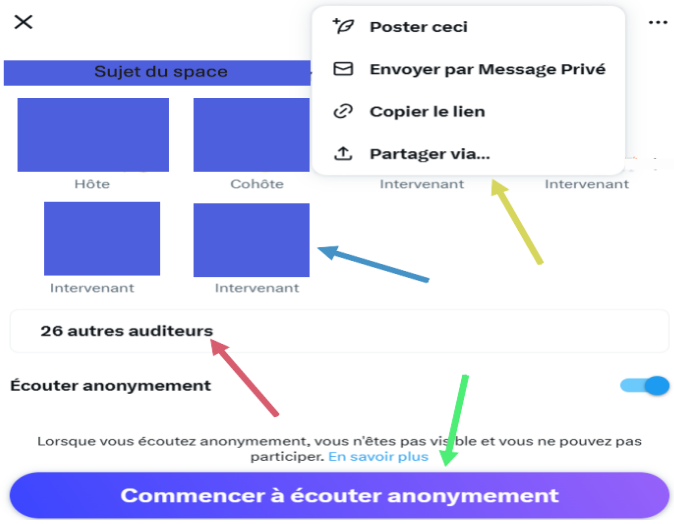
Tableau 1 : Grille d'analyse du dispositif sociotechnique (Architecture, lien social, participation) des spaces X (ex-Twitter) inspirée de Josiane Jouet et Coralie Le Caroff (2017)

Registres de prise de parole	-Expertise -Opinion -Bavardage -Témoignage
Ressources argumentatives	-Références culturelles et cognitives -Usages de plusieurs langues dans les spaces (Wolof, français, anglais) -Points de vue argumentatifs -Points de vue bruts -Expériences personnelles
Type de langage mobilisé	Courant/familier/ Humour/smileys
Fils de discussion	Longueur et nombre Réactions ou échanges conversationnels Ton: cordial, conflictuel, polémique, neutre
Liens entre internautes	Interpellation *via* le nom / pseudonyme ou le @ Tutoiement Références aux échanges antérieurs Repérage de réseaux d'interconnaissance

Tableau 2 : Grille d'analyse du registre des échanges dans les spaces X (ex-Twitter) inspirée de la grille d'observation du dispositif sociotechnique de Josiane Jouet et Coralie Le Caroff

4.Un dispositif scénarisé pour l'interaction mais symboliquement hiérachisé

Notre observation de l'interface des spaces Twitter a permis de renseigner une grille descriptive du dispositif sociotechnique dont le modèle a été élaboré par Jouet & Le Caroff (2017). L'analyse de l'interface est faite en lien avec des travaux en sémiopragmatique et sur les écrits d'écran (Jeanneret & Souchier, 1999). Notre interprétation à l'observation du dispositif montre une certaine textualité numérique. Ici, les titres des spaces et la scénographie numérique (Souchier, Jeanneret & Le Marec, 2003) des statuts des participants (Hôte, Co-hôte, intervenant, auditeur) jouent un rôle important de cadrage de l'expérience du participant. Cette scénographie hiérarchise implicitement les postures au sein du space mais aussi la possibilité pour tout un chacun de demander la parole et de monter sur l'*agora* (bouton micro) complète ce dispositif de médiation (Jeanneret, 2008) à travers lequel on note une triple interaction entre le texte, la technologie et l'utilisateur. Selon Souchier, l'écrit d'écran est aussi une interface où une organisation et une régulation de la visibilité opèrent (Jeanneret & Souchier, 1999).



Interface d'un space X sur ordinateur au moment de cliquer pour commencer à écouter/participer

Au-delà de cette organisation et de cette régulation, nous observons surtout dans les spaces sur des sujets politiques ou spécialisés qu'ils sont dans des cadres où le pouvoir se distribue *via* l'écriture vocale mais aussi les autres formes d'expression textuelle. L'interface peut avoir tendance à favoriser ceux qui maîtrisent un sujet pour la prise de parole. C'est ce que nous avons observé par exemple dans des spaces liés à la religion dans lesquels le nombre d'intervenants est souvent assez limité avec une certaine maîtrise de la science religieuse de ceux qui prennent souvent la parole avec des notions en arabe pour les spaces liés à la religion musulmane. Si le dispositif scénarise donc d'une certaine manière une certaine horizontalité des interactions, la circulation des discours n'est pas neutre (Jeanneret, 2008). Les postures des uns et des autres en fonction du space déteignent le plus souvent sur la scénarisation de l'interaction : une partie des participants préfère poser des questions sous forme de texte ou par une prise de parole brève alors que l'autre partie joue un rôle de médiateur d'informations ou de connaissances. En outre, les spaces disposent d'un atout considérable qu'est l'hybridation de la voix comme moyen principal de communication dans ces spaces et de l'écrit comme modalité synchrone qui illustrent une redéfinition des espaces numériques (Souchier & Jeanneret, 2005) à travers des pratiques discursives multimodales et protéiformes. L'articulation des formats textuel et sonore, dans une logique interactive, s'inscrit dans cette logique. En outre, la voix est porteuse d'une performativité émotionnelle. L'intonation de la voix ou encore le ton, sont des vecteurs de nuances d'interprétation et affectives. De plus, l'oralité correspond au contexte socioculturel sénégalais et semble faciliter leur appropriation du dispositif.

5. Une régulation du discours par le discours et à travers le dispositif sociotechnique

La régulation du discours dans les spaces X observés obéit à une certaine logique inscrite dans l'interface mais aussi à travers une modération exercée par les animateurs ou hôtes. Ces derniers, ont un contrôle sur le micro et peuvent décider du moment auquel ils donnent la parole aux demandeurs. Cette dimension de contrôle dans une appropriation médiatique, pousse les hôtes et participants à s'adapter aux contraintes imposées indirectement par l'interface. Même si l'oralité et l'anonymat garantissent une certaine liberté, celle-ci est donc encadrée par l'interface. L'hôte peut donc décider de « faire descendre » un individu qui injurie ou adopte un langage agressif. Pour un de nos

interviewés, « la modération est très importante [...] Ça permet de couper des micros, ça permet d'arrêter des discussions » (O. Gueye, Communication personnelle, 9 avril 2024). Les fonctionnalités interactives des spaces comme les réactions texte ou les demandes de prise de parole mais aussi les possibilités de modération traduisent donc une grammaire de l'écran (Souchier & Jeanneret, 2005) où le dispositif scripte les interactions. Les fonctionnalités techniques peuvent donc faire l'objet d'abus pour censurer la parole, notamment sur le terrain politique. Un de nos interviewés nous l'explique en ces termes :

> C'est vrai, dans la modération, il y a quand même une absence de démocratie [...] puisque l'espace était ouvert sur la bannière d'une obédience politique quelconque, celui qui ouvre est censé défendre l'opposition. Et si l'intervenant est un intervenant qui soutient le parti au pouvoir, naturellement, on ne va pas vous donner un temps de parole considérable. » (B. Cissé, Communication personnelle, 29 avril 2024)

Même si la promesse d'interaction est inscrite dans le dispositif, le contrôle y est aussi inscrit en fonction des objectifs visés. De ce point de vue, l'interface prescrit des manières de faire spécifiques. Au-delà du dispositif sociotechnique, plusieurs de nos interviewés nous ont expliqué le rôle important de la personnalité qui organise le space (militant ou neutre), du cadrage thématique et du discours des organisateurs qui jouent un rôle important d'anticipation de potentiels dérapages. C'est le cas des spaces du DivanCitoyen qui apparaissent très apaisés et calmes lors de notre observation. La spécificité de ces spaces est que « les gens, ils viennent aussi prendre quelque chose. Ils ne viennent pas juste débiter des choses, mais ils viennent prendre pour aussi donner leur avis d'une manière positive. C'est pour ça, je pense que l'audience du space est élevée. » (A. Wade, Communication personnelle, 20 avril 2024). Un autre interviewé qu'en situation de dérapages, : « je demande le respect de tout un chacun. Donc, chacun a son temps de parole. » (C. Fall, Communication personnelle, 23 avril 2024). En réalité, les animateurs préfèrent commencer par ces rappels à l'ordre et « au cas où la personne ne respecte pas cela, il n'écoute pas ou bien il continue à insulter ou bien à manquer de respect aux gens, on est obligé de le faire descendre » (C. Fall, Communication personnelle, 23 avril 2024). En réalité, les micros des participants sont coupés lorsque ces rappels à l'ordre ne sont pas écoutés. Il existe donc comme une gradation des sanctions qui part d'une modération par le discours à une régulation par le bouton qui coupe la parole.

6. L'anonymat comme facteur engageant

À la question de savoir quels étaient les avantages ou la valeur ajoutée des spaces X par rapport aux autres formes d'expressivités, c'est l'anonymat qui a été le plus évoqué en dehors de la configuration socio-technique basée sur l'écriture vocale. En fait, il est possible d'écouter les spaces sous anonymat, sans être repéré par les autres participants. Nous avons nous-mêmes effectué notre observation à travers cette fonctionnalité. L'un de nos interviewés nous explique : « le space a ce côté anonyme, mais aussi ce côté expression d'une manière directe, sans filtre [...] » (A. Wade, Communication personnelle, 20 avril 2024). » Si les personnes peuvent écouter anonymement, ils ne peuvent en revanche pas prendre la parole sans lever leur anonymat. Cependant, des comptes fictifs sont parfois utilisés pour prendre la parole dans ces salons. Pour un de nos interviewés, « la possibilité d'être dans un space sans nom, sans visuel [...] confère une certaine sécurité aux gens » (M. Ndao, 15 avril 2024). La possibilité de participer sous anonymat inscrite dans le dispositif favorise donc une

déresponsabilisation énonciative (Paveau, 2017) qui peut permettre aux internautes de participer à ces spaces.

Conclusion

Notre observation des spaces X (ex-Twiter) a révélé une grande diversité de thématiques traitées, de pratiques et de figures de participants. Si les spaces à thématiques politiques sont caractérisés par une forte présence de « political junkies » (Jansen & Koop, 2005) avec un usage intensif du réseau social et des visées fortement stratégiques, une partie d'entre eux restent des sphères publiques dans lesquelles des débats raisonnés se tiennent entre citoyens et acteurs politiques. D'autres spaces spécialisés en sport, religion, technologie, culture ou sur des sujets de société peuvent aussi être des cadres d'*agir communicationnel* avec parfois des fonctions de mobilisation et de sensibilisation sur plusieurs sujets. Ce dispositif, par les possibilités qu'il offre, a des fonctions de « concernement » (Mabi, 2014), d'activateur, de réactivateur, de cadrage et de scénarisation de l'interactivité à travers la présentation de l'interface et la distribution des différents rôles. Les spaces se présentent donc comme des prolongements et une extension de plus à l'espace public et médiatique. Ils sont aussi des cadres où un rapport de pouvoir, même insidieux, s'exerce entre une majorité et une minorité politique, entre ceux qui prennent la parole et un public qui écoute anonymement, entre prédicateur et fidèle dans la religion, spécialiste et profane dans des domaines spécifiques… Si le web et les réseaux sociaux préfiguraient une désintermédiation et une réorganisation de la prise de parole, les spaces observés révèlent une redistribution des pouvoirs et une reconfiguration des rôles en fonction de la thématique abordée. La promesse d'une interactivité renouvelée par la spontanéité de l'intervention directe comme dans un salon où un café, se heurte ainsi à des logiques de contrôle inscrites à la fois dans le dispositif que dans les pratiques sociales des animateurs et modérateurs.

Références bibliographiques

Ballarini, L. (2013). « Espace public» et recherche critique : Pourquoi se méfier d'un concept passe-partout. *Actes du colloque international Dans le cadre du 80ème congrès de l'Association francophone pour le savoir (Acfas), Palais des congrès de Montréal*, *7*. https://archipel.uqam.ca/5553/1/ballarini.pdf

Benkler, Y., & Nissenbaum, H. (2006). *Commons-Based Peer Production and Virtue* (SSRN Scholarly Paper No. 2567434). Social Science Research Network. https://papers.ssrn.com/abstract=2567434

Berrou, J.-P. & Mellet, K. (2020). Une révolution mobile en Afrique subsaharienne ? *Réseaux*, *219*(1), 11-38. https://doi.org/10.3917/res.219.0011

Bouquillion, P. & Matthews, J. T. (2010). *Le Web collaboratif : Mutations des industries de la culture et de la communication*. Presses universitaires de Grenoble Grenoble. https://scholar.archive.org/work/n2lw76d4nrczdben4igqmwjc5q/access/wayback/https://www.cairn.info/load_pdf.php?ID_ARTICLE=COMLA_167_0144&download=1

Boyadjian, J. (2014). Twitter, un nouveau « baromètre de l'opinion publique » ? *Participations*, *8*(1), 55-74. https://doi.org/10.3917/parti.008.0055

Cardon, D. (2010). *La démocratie Internet. Promesses et limites* (Seuil).

Caroleo, L. & Maiello, G. (2022). Understanding Polarization Effects on Voice-Based Social Media : A Clubhouse Analysis. *Italian Sociological Review*, *12*.

Certeau, M. de & Mayol, P. (1980). *L'Invention du quotidien : Certeau, M. de. Arts de faire*. Union générale d'éditions.

Cervulle, M., & Pailler, F. (2014). #mariagepourtous : Twitter et la politique affective des hashtags. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*, *4*, Article 4. https://doi.org/10.4000/rfsic.717

Dacheux, E. (2004). *Le visage actuel de l'espace public européen*. https://doi.org/10.3406/memor.2004.1919

Dolbeau-Bandin, C., & Donzelle, B. (2015). En campagne sur twitter : Au risque de l'empowerment ? *Les Cahiers du numérique*, *11*(4), 91-118.

Ahmed, A. Mirza, & al. (2021). Elevating twitter-based journal club discussions by leveraging a voice-based platform:# HemepathJC Meets Clubhouse. *Current hematologic malignancy reports*, p. 1-4. Lien: https://link.springer.com/article/10.1007/s11899-021-00644-2

Dacheux, E., & Rouquette, S. (2013). *Internet est-il un espace public ?. B.Vacher, C. Lemoenne, A. Kyindou. Communication et débat public, 2013. - Recherche Google*. (s. d.). Consulté 16 décembre 2024, à l'adresse : https://rb.gy/a7ffml

Eyries, A., & Poirier, C. (2013). Une communication politique 2.0. *Communication. Information médias théories pratiques*, *Vol. 32/2*, Article Vol. 32/2. https://doi.org/10.4000/communication.5001

Flichy, P. (2010). *Le Sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique* (Seuil).

Fraser, N. (2003). 5. Repenser l'espace public : une contribution à la critique de la démocratie réellement existante. Dans Renault, E. et Sintomer, Y. (dir.), Où en est la théorie critique ? (103-134). La Découverte. https://doi.org/10.3917/dec.renau.2003.01.0103.

Fraser, N. (2011). 5. Repenser l'espace public : Une contribution à la critique de la démocratie réellement existante. *Poche / Sciences humaines et sociales*, 107-144.

Goulet, V. (2015). *Médias et classes populaires. Les usages ordinaires des informations*. Institut National de l'Audiovisuel (INA). https://shs.cairn.info/medias-et-classes-populaires--9782869382305

Habermas, J. (1981). Théorie de l'agir communicationnel : Pour une critique de la raison fonctionnaliste. *Paris: Fayard*. https://pascalfrancis.inist.fr/vibad/index.php?action=getRecordDetail&idt=6419397

Jeanneret, Y. (2008). Penser la trivialité. Volume 1 : La vie triviale des êtres culturels. Paris: Éd. Hermès-Lavoisier, coll. *Communication, médiation et construits sociaux*.

Jeanneret, Y., & Souchier, E. (2005). *L'énonciation éditoriale dans les écrits d'écran*. https://doi.org/10.3406/colan.2005.3351

Jeanneret, Y., Le Marec, J., & Souchier, E. (2003). *Lire, écrire, récrire : Objets, signes et pratiques des médias informatisés*. Bibliothèque publique d'information (BPI), Centre Georges Pompidou.

Jenkins, H. (2006). Confronting the Challenges of Participatory Culture : Media Education for the 21st Century. An Occasional Paper on Digital Media and Learning. In *John D. and Catherine T. MacArthur Foundation*. John D. https://eric.ed.gov/?id=ED536086

Jouët, J. (2000). *Retour critique sur la sociologie des usages*. https://doi.org/10.3406/reso.2000.2235

Jouet, J., & Le Caroff, C. (2017). Manuel d'analyse du web. In *Manuel d'analyse du web* (Armand Colin, Vol. 1-2ème, p. 156-175).

Jouët, J., & Rieffel, R. (2015). La sociabilité des journalistes sur Twitter. Entre performativité, ambivalence et multidimensionnalité. *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, *4*(1), Article 1.

Koop, R., & Jansen, H. J. (2009). Political Blogs and Blogrolls in Canada : Forums for Democratic Deliberation? *Social Science Computer Review*, *27*(2), 155-173. https://doi.org/10.1177/0894439308326297

Kumar, A., & Epley, N. (2021). It's surprisingly nice to hear you : Misunderstanding the impact of communication media can lead to suboptimal choices of how to connect with others. *Journal of Experimental Psychology: General*, *150*(3), 595-607. https://doi.org/10.1037/xge0000962

Mabi, C. (2014). Comment se construit le « concernement » des publics de la démocratie dialogique? Analyse des débats publics CNDP. *Canadian Journal of Communication*, *39*(4), 627-638. https://doi.org/10.22230/cjc.2014v39n4a2737

Mansourifar, H., Alsagheer, D., Fathi, R., Shi, W., Ni, L., & Huang, Y. (2021). Hate Speech Detection in Clubhouse. In M. Kamp, I. Koprinska, A. Bibal, T. Bouadi, B. Frénay, L. Galárraga, J. Oramas, L. Adilova, Y. Krishnamurthy, B. Kang, C. Largeron, J. Lijffijt, T. Viard, P. Welke, M. Ruocco, E. Aune, C. Gallicchio, G. Schiele, F. Pernkopf, … G. Graça (Éds.), *Machine Learning and Principles and Practice of Knowledge Discovery in Databases* (p. 341-351). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-93733-1_24

Mercier, A. (2015). Twitter, espace politique, espace polémique:L'exemple des tweet-campagnes municipales en France (janvier-mars 2014). *Les Cahiers du numérique*, *11*(4), 145-168.

Monnier, A. (2020). Covid-19 : De la pandémie à l'infodémie et la chasse aux fake news. *Recherches & éducations*, *HS*, Article HS. https://doi.org/10.4000/rechercheseducations.9898

Ndiaye, El Hadji Malick (2020). Construction des représentations sur le métier de Community manager au Sénégal. *Revue Communication & professionnalisation*, (11), p. 44-74.

Ollivier-Yaniv, C. (2023). Doxa de l'« acceptabilité sociale » contre la santé publique:La « démocratie sanitaire » à l'épreuve de la pandémie de Covid-19 et au-delà. *Questions de communication*, *43*(1), 195-212.

O'reilly, T. (2005). What Is Web 2.0-Design patterns and business models for the next generation of software. http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20

Proulx, S. (2005). Penser les usages des TIC aujourd'hui : Enjeux, modèles, tendances. *Enjeux et usages des TIC: aspects sociaux et culturels*, *1*, 7-20.

Suriowiecki, J. (2004). *The wisdom of crowds : Why the many are smarter than the few and how collective wisdom shapes business, economies, societies and nations*. London: Little, Brown.

Tumasjan, A., Sprenger, T., Sandner, P., & Welpe, I. (2010). Predicting Elections with Twitter : What 140 Characters Reveal about Political Sentiment. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, *4*(1), Article 1. https://doi.org/10.1609/icwsm.v4i1.14009

Xiao, L., Wang, Y. et Wei, X. (2022) « Persuasion in audio-based social media: A clubhouse interview study', Proceedings of the Association for Information Science and Technology, 59(1) : 840-842. doi:10.1002/pra2.744. (consulté le 16 décembre 2024)