



Usage et appropriation de Twitter par le journalisme local

Romain HOUEIX

Quatrième année

Séminaire Journalisme

Sous la direction de : Roselyn Ringoot

2013-2014

Remerciements

Je souhaiterais adresser mes remerciements à tous ceux qui ont rendu possible la réalisation de ce mémoire.

Tout d'abord, je souhaite remercier mes parents qui m'ont toujours soutenu dans le cadre de mes études

Je remercie Roselyn Ringoot pour ses précieux conseils

Ensuite, je souhaite remercier l'ensemble de la rédaction du « Liberté » d'avoir bien voulu donner de leur temps. Sans eux ce travail n'aurait pas été possible.

Et enfin, je remercie l'ensemble de la bande à Houeix d'avoir été d'un soutien moral capital et d'excellent conseil tout au long de l'année écoulée.

Liste des sigles et des abréviations

Twittos : utilisateur actif de Twitter

Follower : Un abonné au compte Twitter

Following : Personnel auquel on est soi-même abonné et dont on suit le fil d'actualité

Tweet : Message de 140 signes postés sur le réseau social Twitter

Retweet : Action de faire suivre un Tweet

Hashtag : Mot-dièse

Comunity manager : Animateur de communauté. Personne chargé d'animer les réseaux sociaux pour une entreprise.

Table des matières

INTRODUCTION	5
I. @LIBERTE_CAEN : UNE EXTENSION DU JOURNAL	9
1. <i>Une volonté de la direction mise en place par l'équipe rédactionnelle</i>	9
2. <i>Un manque de moyens se traduisant par un manque de formation.</i>	9
B. USAGES DE TWITTER AU SEIN DE LA REDACTION	12
1. <i>Le compte Twitter, un relais du print</i>	12
2. <i>Le live-tweet, une pratique ponctuelle</i>	13
II. UN COMPTE PERSONNEL A USAGE PROFESSIONNEL	15
A. UN PROFIL INSISTANT SUR LE PROFESSIONNEL	15
B. UN USAGE AU SERVICE DU JOURNAL	16
1. <i>Un outil de promotion</i>	16
2. <i>L'interactivité avec le lecteur</i>	17
3. <i>Un intérêt dans la recherche d'informations et de sources</i>	19
C. UNE AFFIRMATION DU PERSONNEL DANS LA CONTINUITE DU PROFESSIONNEL	20
CONCLUSION	22
BIBLIOGRAPHIE	24
ANNEXES	25

Introduction

Le stage court, effectué lors de l'été entre ma troisième et ma quatrième année, me donna l'envie de travailler sur les enjeux liés à l'émergence des réseaux sociaux pour le journalisme. Il me revient en tête cette phrase de mon maître de stage : *« J'espère que ce stage te sera bénéfique. Mais ce que tu ne sais pas, c'est qu'en règle générale nous apprenons nous aussi de nos stagiaires. Ils sont souvent bien plus à l'aise que nous avec les réseaux sociaux »*

Cette déclaration m'a particulièrement marqué. Lorsqu'il nous a été ensuite demandé de réfléchir à un sujet pour un travail de recherche en sociologie des médias, mon sujet me semblait tout trouvé : l'impact des réseaux sociaux sur les rédactions locales.

L'idée ayant présidé à ce travail de recherche est celle d'une dichotomie entre les usages qui peuvent être faits des réseaux sociaux au sein de grandes rédactions nationales et les usages d'une rédaction de taille beaucoup plus modeste, à savoir une rédaction locale. Dans le premier cas, les grandes rédactions ont été rapidement contraintes de prendre le virage du Web et de s'adapter à ce nouvel environnement. Ceci est en général passé par le développement de rédactions dédiées au journalisme-web, au recrutement de *community manager* ayant pour tâche de développer la e-réputation des journaux sur les réseaux sociaux notamment Facebook et Twitter.

Ce virage cependant a requis des moyens considérables, moyens que n'ont pas forcément les rédactions locales. Aussi ai-je jugé intéressant d'étudier la manière dont la logique du web s'est peu à peu imposée dans une rédaction locale.

L'idée de base était d'étudier tous les aspects liés à internet qui se retrouve dans la rédaction que ce soit le site web, la page Facebook, le compte Twitter officiel ou les comptes Twitter des journalistes. Mais de par le format imposé dans le cadre de ce mini-mémoire, il m'a paru impossible de correctement traiter l'ensemble des thématiques envisagées. Aussi, j'ai réduit mes perspectives de recherche aux seuls usages de Twitter.

Twitter est un réseau social conçu en 2006 par Jack Dorsey. Le réseau comptait 500 millions de comptes créés en 2012 mais dont seulement la moitié sont considérés comme actifs. C'est un réseau social qualifié de micro-blogging reposant sur l'échange de messages ne pouvant excéder les 140 caractères. Nikos Smyrnaiois décrit son fonctionnement ainsi

« Twitter permet à ses membres de publier sur leur page personnelle (timeline) des courts messages accessibles à l'ensemble des abonnés (followers) tout en suivant des flux produits par différents utilisateurs (following). Outre cette fonctionnalité de base, de nombreuses autres, plus ou moins sophistiquées, sont disponibles : Adresse d'un message direct à un membre du réseau (direct message) ; retransmission des messages d'autres comptes (retweet) ; création, suivi et partage des listes de compte ; recherche avancée, etc. »

Le succès du réseau est planétaire. Le site spécialisé *A world of Tweets*, qui recense la production mondiale des messages sur le réseau estime qu'il est envoyé près de 160 millions de messages chaque jour. On estime que la part de comptes français représente 1,5 % des comptes totaux actifs.

Malgré tout, la recherche académique a eu tendance à négliger le site de Micro-blogging. Pour reprendre les termes Nicolas Pélissier et Gabriel Pélissier, *« seul les digital humanities lui ont accordés un intérêt »*¹ Mais en s'interrogeant sur la portée sociale, beaucoup l'ont considéré *« comme une mode passagère, non sans fustiger son caractère éphémère, frivole voire superficiel »*² à l'instar de la blogosphère en son temps.

Le gros des publications s'intéresse surtout à son intérêt commercial. Twitter serait un formidable outil à la fois de profilage et qui pourrait être mis au service de la réputation numérique dans une visée marketing³.

Toutefois, il me paraît intéressant de traiter les rapports entre journalisme local et réseau local en considérant Twitter comme « un dispositif

¹ Pélissier Nicolas et Gallezot Gabriel, *Twitter un monde en tout petit ?*, Paris, Communication et Civilisation, L'Harmattan, 254 pages

² *Ibid*

³ Bodier Stéphane et Kauffmann Jocelyne, *Le web marketing*, Paris, P.U.F. « Que sais-je ? », 2011, 128 pages.

innovant et singulier de transmission d'informations et de communication individuelle et sociale » à l'instar de qui a pu être développé dans l'ouvrage collectif *Twitter, un monde en tout petit* (Pélissier, Gallezot, 2013)

Le choix de mon terrain découle directement de mon stage de journalisme de six semaines effectué à l'été 2013. C'est, en effet, à l'occasion de ce stage dans la rédaction du titre de presse hebdomadaire locale « Liberté, le Bonhomme Libre » que j'ai pour la première fois commencé à réfléchir sur le sujet. Si la communication dans les réseaux sociaux des grands titres de presses m'avait toujours paru parfaitement organisée et quasiment automatisée, celle de ce journal tirant à 18 000 exemplaires laisse plus de place à l'expérimentation et à la touche personnelle des journalistes.

La réflexion sur un thème pour ce travail de recherche ainsi que la rédaction de mon rapport de stage ayant été concomitante, il m'a paru judicieux de mettre à contribution certaines de mes observations effectuées durant le stage pour creuser le sujet.

Le choix de la rédaction du « Liberté, le bonhomme libre » s'est dès lors imposé comme un choix évident. D'une part pour des raisons pratiques : mon stage ayant constitué une première porte d'entrée sur le terrain. D'autre part, la taille réduite de la rédaction composée de 6 journalistes et d'une rédactrice en chef en fait un terrain qu'il est possible d'observer dans sa globalité.

Dès lors, les problématiques abordées dans ce mini-mémoire seront les suivantes : en quoi l'utilisation de Twitter dans les rédactions de journaux locaux résultent-ils d'une stratégie individuelle d'exploitation de cet outil davantage que d'une politique top-down de la part de la direction ? En quoi l'utilisation du compte personnel du journaliste est-elle différente de celle du compte d'utilisation du journal ?

Mon hypothèse de travail, est que l'usage de Twitter dans les rédactions locales n'est pas un usage imposé par la direction mais une initiative provenant des journalistes eux-mêmes, soucieux d'expérimenter cette innovation technologique. La pratique de ces médias ne proviendrait donc pas de formations mais d'expérimentations personnelles. Expérimentations qui

transparaissent dans les comptes personnels des journalistes et qui sont mis au service d'une volonté de mise en avant de l'identité professionnelle.

La recherche s'appuie sur un éventail d'outils méthodologiques impliquant un travail d'observation, l'utilisation d'un questionnaire sociologique ainsi que l'étude des contenus produits sur Twitter

La première méthode fut l'observation en immersion. Ayant moi-même effectué un stage de journalisme au sein de cette rédaction, j'ai pu effectuer un travail d'observations préliminaires quant à l'usage des réseaux sociaux au sein de l'équipe journalistique.

La seconde méthode fut celle de l'enquête par questionnaire. L'envoi d'un questionnaire⁴ a permis de dégager les habitudes de chacun des membres de la rédaction et de déterminer la présence ou l'absence de régularités sociologiques

La dernière méthode utilisée fut celle d'une consultation méthodique des archives de Tweet. Une observation minutieuse à la fois des messages gazouillés par le compte officiel du journal mais aussi ceux envoyés par les comptes personnels des journalistes de la rédaction. L'échantillon couvert commence au 31 Juillet 2013 et s'étend jusqu'au début de la rédaction de ce travail de recherche à savoir le 31 Avril 2014.

⁴ Disponible en Annexe

I. @LIBERTE_CAEN : Une extension du journal

1. Une volonté de la direction mise en place par l'équipe rédactionnelle

La création du compte Twitter @LIBERTE_CAEN est intervenue en Mars 2012. Selon Murielle Bouchard, rédactrice en chef adjointe, cela faisait un moment que les instances dirigeantes du groupe Publihebdo, poussait à l'intégration des réseaux sociaux dans la stratégie du journal. Cependant aucune directive contraignante n'a été prise pour obliger à la création de ce compte.

Les journalistes ont tous pris connaissance de l'outil Twitter par différents moyens : Certains s'y sont intéressés à l'occasion de l'écriture d'un article, d'autres par leurs amis, d'autres en suivant les nouvelles pratiques journalistiques.

C'est finalement quand la nécessité d'un compte Twitter propre au journal a fait l'unanimité au sein de l'équipe rédactionnelle que la création est intervenue. Le premier Tweet était une publicité pour le contenu du journal :

Tweet de @LIBERTE_CAEN daté du 17 Mars 2012

A découvrir dans Liberté; Ce dimanche, Rots, le club du président Deroin, reçoit Cambes, coaché par un certain Grégory Proment

Malgré une volonté « venant d'un haut » de créer une dynamique via Twitter, il semblerait que les moyens octroyés à cette politique manquent.

2. Un manque de moyens se traduisant par un manque de formation.

Pour utiliser efficacement le nouvel outil Twitter, de grandes rédactions n'ont pas hésité à mettre en place des chartes d'usages et des formations spécifiques au réseau social en place.

Ainsi des médias comme le Monde, France Télévisions ou le Nouvel Obs ont tous édicté une charte consacrant « un bon usage » de Twitter et des réseaux sociaux en général.⁵

Cependant, Publihebdos n'a pas mis en place de charte d'usage à destination de ses journalistes. En effet à ce jour, aucune charte d'usage des réseaux sociaux n'a été rédigée. L'usage de Twitter est laissé à l'entière initiative des journalistes, faisant relever les règles du bon sens comme l'affirmait Aurélien Viers, rédacteur en chef du site du Nouvel Observateur en 2011.

"Twitter est un espace de liberté qui doit être préservé, déclare M. Viers. Mais il y a un décalage entre ceux qui sont sur Twitter depuis longtemps et manient le deuxième degré et les autres."

Un autre marqueur du désengagement de la direction est le manque de formation pour les journalistes. En effet, la totalité de l'équipe n'a jamais suivi une formation spécifique au journalisme autre que les formations continues de l'entreprise. Ils sont donc peu formés à appréhension les nouveaux outils tels que Twitter d'autant plus que ceux-ci sont très récents.

Beaucoup expriment leur méconnaissance de l'outil et avouent procéder par tâtonnement pour trouver la bonne formule pour s'en servir. La seule formation que l'équipe rédactionnelle a reçue consiste en une journée de formation consacrée au sujet. Une formation jugée « *succincte* », « *relativement brève* » ou « *incomplète* » par certains des membres de la rédaction.

Le manque de formation se ressent sur la forme que prennent les tweets. En effet, dans une rédaction bien formée à l'usage de Twitter, il se dégage en général une certaine forme d'uniformité soit due au fait qu'un community manager seul gère le compte, soit car les journalistes ont des consignes claires quant à son usage. Dans le cas du journal Liberté, la forme dépend entièrement du journaliste qui le tweete.

⁵ Xavier Ternisien, *Les journalistes priés d'être sérieux sur Twitter*, lemonde.fr, publié le 15/07/2011 consulté le 25 Avril 2014

Tweet du compte @LIBERTE_CAEN daté du 19 Avril 2014

*Qui représente la Ville de #Caen dans l'école de votre #enfant ?
<http://www.libertebonhomme.fr/2014/04/19/qui-represente-la-ville-de-caen-dans-lecole-de-votre-enfant/> ...*

Tweet du compte @LIBERTE_CAEN daté du 5 Avril 2014

#SMCRCL Victoire essentielle du @SMCaen_officiel dans la course à la Ligue 1 (1-0, but de #Duhamel)

On voit bien à travers l'exemple des deux précédents Tweets que ces deux messages ont été écrits par des journalistes différents. Le second tweet fait un usage correct de Twitter et de ses hashtags. En effet, le mot-dièse SMCRCL permet d'inscrire le tweet dans le contexte de l'évènement sportif opposant l'équipe de football du Stade Malherbe de Caen au Racing Club de Lens. Puisqu'il parle du Stade Malherbe, l'équipe est interpellée via son compte officiel au moyen du @SM-Caen_officiel. Enfin, le mot-dièse autour de Duhamel permet aussi de classer le tweet autour du sujet Duhamel. Il est ici correct d'utiliser un hashtag puisque Mathieu Duhamel, le joueur dont il est question ne possède pas de compte twitter.

Le premier tweet en revanche traduit une mauvaise maîtrise de l'outil, un manque certain de formation à ses usages et coutumes. En effet, lorsque l'on débute sur Twitter la tentation est grande de mettre un maximum de hashtags dans son message. Or cela est contre-productif. La fonction première du hashtag est d'être le marqueur d'un mot clé. Or si ici, Caen est bien un mot clé du Tweet, il apparaît contre-productif d'accoler un dièse aux mots écoles et enfants. C'est le même problème dans l'exemple suivant où on note usage du dièse abusif sur piéton et volontairement.

Tweet du compte @LIBERTE_CAEN daté du 10 Avril 2014

*Un #piéton percuté #volontairement par une voiture
<http://www.libertebonhomme.fr/2014/04/10/un-pieton-percute-volontairement-par-une-voiture/> ...*

B. Usages de Twitter au sein de la rédaction

1. Le compte Twitter, un relais du print

Le compte Twitter agit avant tout comme un relais des autres médias du journal, le site internet et l'édition hebdomadaire papier.

Tout d'abord il convient de détailler un peu le mode d'utilisation du site internet. Celui-ci constitue un relais de l'édition *print* du journal qui s'affranchit des contraintes d'une édition hebdomadaire. En effet, une parution hebdomadaire appelle forcément un traitement de l'information comme *soft news*⁶ tandis que le site internet laisse une place beaucoup plus grande à l'immédiateté, aux *hard news*⁷. Les articles alimentant le site sont principalement des faits divers (issus d'une veille journalistique), des réactions à chaud des entraîneurs et joueurs lors des rencontres de l'équipe de football de la ville le Stade Malherbe de Caen ainsi que des idées de sortie pour les événements de la journée. Le site Web présente aussi les sujets de l'édition *print* de la semaine en effectuant un travail de bande-annonce, c'est-à-dire qu'il ne présente que le chapô.

Twitter va servir de vitrine au site internet. Systématiquement dès qu'un nouvel article est disponible sur le site, un lien vers cet article sera posté. Ceci n'est pas fait de manière automatique comme cela se voit dans grands titres de presse tels *le figaro* ou *le monde* ou ce processus est automatisé. Ici, c'est le journaliste qui réalise l'action.

Le format des 140 caractères se prêtant mal aux long discours. C'est la formule qui est privilégiée par les journalistes alimentant le compte. En plus du lien vers l'article, le journaliste va chercher mot choc ou mettre en avant un

⁶ Neveu Erik, Sociologie du journalisme, 3e éd., Paris, La Découverte « Repères », 2009, 128 pages.

⁷ Ibid

chiffre ou fait étrange qui va inciter le twittos à cliquer dessus. Le format Twitter peut donc être vu comme « *une contrainte libératrice* »⁸

Tweet du compte @LIBERTE_CAEN daté du 7 mars 2014

Malherbe invaincu depuis 8 ans au Havre en championnat ! #HACSMC <http://bit.ly/1hSqiWm>

Tweet du compte @LIBERTE_CAEN daté du 12 mars 2014

La #pollution de l'air a atteint le seuil d'alerte de niveau rouge dans le #Calvados <http://bit.ly/1khD60w>

Tweet du compte @LIBERTE_CAEN daté du 18 avril 2014

Tentative d'homicide à Iffs : frappé de 5 coups de couteau <http://bit.ly/1hV4Xzh>

Tweet du compte @LIBERTE_CAEN daté du 18 avril 2014

"Tout le monde pensait qu'on était mort..." Avant le match d'Auxerre, le Malherbiste Dennis Appiah se livre... <http://bit.ly/1gGsx3j>

Dans le même temps, un autre usage de Tweeter a émergé pour la rédaction : celle de la couverture en direct d'évènements via Twitter ou Live-tweet.

2. Le live-tweet, une pratique ponctuelle

L'observation des tweets postés durant l'année écoulée montre que le Live-Tweet n'est pas une pratique régulière dans la rédaction. On peut rapprocher ça au fait qu'il n'y a pas une charte ou une politique d'usage de Twitter décrétée pour l'ensemble de la rédaction.

Dans un premier temps, la pratique du live-tweet a été cantonnée à un usage passif. C'est-à-dire à une diffusion sur le site web du journal de l'ensemble des tweets contenant un hashtag donné sans commentaires de la part du compte de la rédaction du journal. Cette pratique est devenue systématique dans le cadre des matchs à domicile du Stade malherbe de Caen, l'équipe locale.

⁸ Mentré Marc, *L'écriture Twitter : la contrainte libératrice*, dans Pélissier Nicolas et Gallezot Gabriel (dir.), *Twitter, un monde en tout petit*, Paris, Communication et Civilisation, L'Harmattan, pages 125-132

Cependant à partir de l'été 2014, j'ai pu noter la mise en place d'un live-tweet actif. Toujours à l'occasion de rencontres du stade Malherbe, se sont mises en place de manière irrégulière des sessions de tweets intenses où le journaliste commente le match en direct aux lecteurs via le compte officiel du journal. D'abord cantonnée aux évènements sportifs, la pratique a ensuite été étendue à d'autres évènements ponctuels comme le dernier conseil municipal du maire socialiste Philippe Duron où les élections municipales. À cette occasion, la rédaction a fait un travail de veille journalistique relayant les résultats des différents dépouillements au fur et à mesure qu'ils leur parvenaient.

Le compte Twitter du journal Liberté, le bonhomme libre agit donc comme un prolongement de celui-ci. De par son caractère réactif, il se permet d'être un véritable relais de la version print du journal, tout en étant un outil de promotion de celui-ci.

Cependant, certains des journalistes ont choisi d'explorer les possibilités de Twitter en se créant un compte Twitter personnel dont il est intéressant d'explorer les usages.

II. Un compte personnel à usage professionnel

Si tous les journalistes revendiquent l'usage du compte Twitter du journal, ils sont en revanche très peu à avoir sauté le pas et s'être créé un compte personnel. Ils sont seulement trois au niveau de la rédaction : Françoise Dajon, la rédactrice en chef du journal ainsi que deux journalistes polyvalents Emile Fouda et Nicolas Claisch.

Une observation et une analyse approfondie de leurs tweets ainsi que les réponses aux questionnaires ont permis de dégager certaines tendances quant à l'utilisation de ces comptes.

A. Un profil insistant sur le professionnel

La première tendance que l'on peut dégager est celle d'une indissociabilité entre l'identité affichée sur Twitter et l'identité professionnelle.

En effet, l'analyse des comptes Twitter des trois journalistes montrent une volonté de s'afficher en tant que journaliste. Ainsi le compte de Nicolas Claisch @Nicotaupier fait mention dès la description de profil de son appartenance à la profession journalistique et au journal Liberté :

« Journaliste à Liberté de Normandie. Sport, foot, charcuterie et calembours. »

Autre détail intéressant, son ancienne photo de profil le présentait un appareil photo à la main, devant l'enseigne du journal. Une mise en scène qui mettait clairement en avant à la fois sa profession et son appartenance au journal.

De la même manière, le profil d'Emile Fouda fait référence à son statut professionnel :

« Normand d'extrême sud. Je ne sais vendre que ma normandité... et un peu d'infos accessoirement »

Il évoque à travers ce profil tout à la fois son identité journalistique ainsi que son inscription dans le local, son appartenance à la Normandie.

Si le compte @nojad11 est en revanche beaucoup plus discret sur l'identité de sa détentrice, c'est bien dans l'usage qu'il en est fait que se traduit l'intérêt professionnel attribué à Twitter.

B. Un usage au service du journal

Si le profil d'utilisateur constitue la façade du compte, la première chose offerte à la vue des autres utilisateurs, c'est bien les tweets en eux-mêmes qu'il est utile d'analyser pour déduire l'usage qu'il est fait d'un compte.

1. Un outil de promotion

Le premier usage que l'on peut dégager à la lecture des tweets émanant des comptes personnels des trois journalistes, c'est une tendance commune à se mettre au service de la promotion du journal. C'est l'usage premier que semble en faire les journalistes

Tweet de @NicoTaupier daté du 12 mars :

Demain dans @LIBERTE_CAEN, Jean-Jacques #Pierre, le capitaine du @SMCaen_officiel rameute les troupes avant #SMCNIMES

Tweet de @NicoTaupier daté du 19 Février 2014

Demain dans @LIBERTE_CAEN, @nangislenny dit tout ! Enfin, pas mal de trucs...

Tweet de @EmileFouda daté du 28 avril 2014

#Caen. N'oubliez pas @libertélebonhomme libre sort , exceptionnellement, demain mardi 29 avril, en raison du 1er mai férié.

Tweet de @nojad11 daté du 31 janvier 2014

459 communes de - de 500 habitants dans le Calvados. Faut-il les conserver ? Un dossier A lire dans Liberté cette semaine.

Mais la promotion des articles parus ou à paraître dans le journal passe également par une pratique centrale de Twitter, le retweet. Les journalistes ont pris l'habitude de promouvoir les contenus en retweetant les gazouillements du compte @LIBERTE_CAEN qu'ils jugent pertinents

Retweet de @EMileFouda du compte @LIBERTE_CAEN daté du 23 mars 2014

#Municipales2014 Les résultats à #Ouistreham <http://bit.ly/1fRVGr3>

Retweet de @NicoTaupier du compte @LIBERTE_CAEN daté du 26 Mars 2014

#Municipales2014 #Caen La liste complète d'union #Gauche - #Verts <http://bit.ly/1dpSacE>

Retweet de @nojat11 du compte @LIBERTE_CAEN daté du 27 Février

Caen, biscuiterie Jeannette. 450 kg de madeleines fabriqués auj dans l'usine occupée depuis 8 jrs. Reportage photos. <http://bitly.com/1ezqvQD>

Une originalité est toutefois à noter pour ce dernier compte. En effet, la rédactrice en chef du journal Françoise Dajon tweete et retweete également régulièrement des infos visant à promouvoir non pas son propre journal mais aussi les autres journaux du groupe de presse Publihebdos

Tweet de @nojat11 daté du 21 février 2014

Téléchargez l'appli du Pays d'Auge dans l'App Store .C'est la première appli de Publihebdos dans le Calvados. Gratuit.

Tweet de @nojat11 daté du 4 octobre 2013

Trop taxés, deux Calvadosiens vont ouvrir une boulangerie en Russie.À lire dans la Renaissance du Bessin de ce vendredi.

Retweet de @nojat11 du compte @pays_dauge daté du 1^{er} janvier 2014

#deauville Une façon originale de présenter ses vœux <http://www.lepaysdauge.fr/2014/01/01/une-facon-originale-de-presenter-ses-voeux/>

Mais au-delà d'un simple outil de vente ou de marketing, le réseau social Twitter constitue également un intérêt pour l'une des missions essentielles du journalisme : la recherche de sources et d'informations.

2. L'interactivité avec le lecteur

Un dernier point qui intéresse les journalistes utilisateurs de Twitter est sa dimension interactive. Nicolas Claisch met d'ailleurs cette dimension au centre de l'intérêt de l'outil

« Autant que possible, j'essaie de le faire. Tweeter est un média interactif, il est important d'entretenir cette dimension ».

Twitter est donc un élément de dialogue. Le média britannique *Guardian* en fait un élément essentiel de Twitter dans son article publié pour célébrer le millionième follower du compte.

The approach to managing @Guardian is not only to push out one or two stories an hour, it is also social. "Our team spend a lot of time replying to our followers, asking them questions, seeding content with them, encouraging them to get involved," Oliver said [...]The social approach also sees the team promoting not only different sections of the Guardian, but also individual reporters covering a particular story, plus contributors, such as some of the people who send images to GuardianWitness, a recent development in crowdsourcing at the Guardian.⁹

Cet aspect du média social est donc privilégié par le "Liberté" qui répond systématiquement aux interpellations de ses followers.

Tweet du compte @LIBERTE_CAEN daté du 18 avril 2014

Tentative d'homicide à Ifs : frappé de 5 coups de couteau <http://bit.ly/1hV4Xzh>

Tweet du compte @awkz14 daté du 19 avril 2014

@LIBERTE_CAEN ce n'est quand même pas le candidat ifs citoyenne qui a fait ça au candidat PS. Rassurez-moi !! ;)

Tweet du compte @LIBERTE_CAEN daté du 19 avril 2014

@awkz14 on vous rassure !!!

Cette interactivité du média se met par ailleurs au service du journal car il représente un intérêt crucial dans la recherche de sources et d'évènements

⁹ Sarah Marshall, Twitter tips: How @Guardian reached 1m followers, publié le 16 Mai 2013, journalism.co.uk, consulté le 9 Mai 2014.

3. Un intérêt dans la recherche d'informations et de sources

L'interaction avec les abonnés débouche parfois sur des idées d'articles. Durant mon observation, j'ai pu constater ce phénomène :

Lors de l'été 2013, le compte @LIBERTE_CAEN ainsi que @NicoTaupier se sont fait les relais d'un combat. Celui du groupe de supporters *Esprit Malherbe*. Ceux-ci s'étaient aperçus d'une erreur dans le classement du site internet du journal l'Equipe. En effet, l'Equipe avait placé le Stade Malherbe de Caen deuxième à l'issue de la seconde journée de Ligue 2 au lieu d'une première place qui lui revenait de droit à cause d'un plus grand fair-play : en cas d'égalité de points, de différences de buts, de buts marqués, c'est le nombre de cartons jaunes reçus qui détermine celui qui prend la première place. Malgré le caractère anecdotique d'un classement à ce stade de la compétition, *Esprit Malherbe* s'est donc lancé dans cette croisade fidèle à son credo : On peut être supporter et avoir du second degré.

Nicolas Claisch va donc relayer leur message avec quelques Tweets et retweets, et très rapidement une discussion va s'installer entre les gérants du compte *Esprit Malherbe* et le journaliste. Le rectificatif publié par l'Equipe en début de soirée va apporter un premier article grâce à cette rencontre. Un article web détaillant les événements de l'après-midi.¹⁰

Cependant, Nicolas Claisch ne va pas s'arrêter là. Il veut faire un dossier sur « ses drôles de supporters » dont il donne la définition suivante : « *Ce sont des admirateurs du Stade Malherbe capable de faire preuve de beaucoup d'une certaine ironie en parlant du club bas-normand* »

Cette rencontre en ligne va déboucher sur une interview avec les gérants du compte pour un article papier sur ces trublions de Tweet. Pour compléter le dossier et apporter un point de vue d'expert, Nicolas Claisch va interviewer un autre Twittos notable : Boris Helleu, maître de conférences à l'université de Caen, dirigeant du master *Management du Sport* et chroniqueur

¹⁰ Nicolas Claisch, Grâce à Esprit Malherbe, le SM CAEN passe en tête, publié le 12/08, libertebonhomme.fr, consulté le 25 Fevrier

régulier dans France Football. Les trois comptes s'envoient d'ailleurs régulièrement des Tweets amicaux depuis.

C. Une affirmation du personnel dans la continuité du professionnel

Mais le compte Twitter du journaliste n'est pas qu'un simple outil au service du journal mais peut servir, pour son possesseur, à affirmer une partie de sa personnalité.

L'exemple de Nicolas Claisch illustre à ce titre parfaitement cette stratégie d'affirmation de soi. Il se décrit lui-même comme un passionné de ce sport, il se sert donc de son compte pour relayer les informations sportives du journal mais pas seulement ; allant au-delà de son poste de journaliste polyvalent, il se sert de son compte Twitter pour relayer et commenter l'actualité sportive avec humour.

« J'utilise mon compte personnel à la fois à titre professionnel et à titre personnel. D'un point de vue professionnel, je tweete quasi exclusivement des infos sportives. A titre personnel, je Tweete beaucoup de blagues, jeux de mots, 2e degré...toujours à propos de sport (à 99%)

Je pense que le compte personnel est complémentaire du compte professionnel dans le sens où je m'en sers pour être "identifié" comme journaliste sportif, à l'état d'esprit plutôt mordant, en tout cas moqueur mais sans méchanceté ».

Il se sert donc de son compte Twitter pour agrandir son rayon d'action, un rayon limité par le caractère local du journal. Au cours de mes observations, j'ai pu remarquer qu'il a systématiquement tweeté sur les grands événements sportifs : match de barrage de l'équipe de France de football, championnat anglais de football, jeux olympiques d'Hiver de Sotchi, matchs de Ligue des Champions de football...

Tweet daté du 27 avril 2014 à propos de la boulette du capitaine de Liverpool Steven Gerrard ayant conduit à la défaite face au rival pour le titre Chelsea

#LIVCHE J'espère que #Liverpool sera quand même champion. #Gerrard ne mérite pas ça...

Tweet daté du 11 Avril 2014

#FCIOPSMC #Leroy avait arrêté sa carrière, #Jeunechamp jouait en PH. Et si le @SMCaen_officiel recrutait #Leca et #Deroin cet été ?

Tweet daté du 11 Février 2014

Le saviez-vous ? La Française Anaïs #Bescond, en lice aujourd'hui en #biathlon, est née à Aunay-sur-Odon, dans le #Calvados #Sochi2014

Le fait que le compte soit bien un compte personnel et non le compte du journal lui permet une plus grande liberté, d'autant que comme vu en première partie, il n'est attaché à aucune charte édictée par le journal. Il peut donc utiliser des termes plus acérés et plus moqueurs que dans le cadre officiel.

Tweet daté du 11 Février 2014

Elle vise une médaille en #biathlon mais, si elle échoue, elle pourra se rattraper en #biactol #LT #Sochi2014

Tweet daté du 31 Janvier 2014

A #Troyes, il faut se méfier de Othon, c'est pas une quiche #SMCESTAC #lamêmequaumatchaller

L'utilisation des comptes Twitter personnels des journalistes s'inscrivent donc dans une prolongation de l'utilité du compte du journal. Ils servent notamment à promouvoir celui-ci, à instaurer un dialogue avec les lecteurs. Cependant, il est intéressant de noter qu'au-delà d'un simple outil de promotion professionnel, c'est aussi une revendication d'un style personnel qui est affirmée, dans une liberté plus grande par rapport à l'usage du compte officiel.

Conclusion

Ma première hypothèse de recherche, à savoir que la création et l'utilisation de Twitter au sein d'un journal local découle en grande partie d'une initiative *bottom-up* provenant des journalistes se trouve en partie confirmée. En effet, l'introduction de Twitter au sein de l'hebdomadaire local « Liberté, le bonhomme libre » fut issue d'un consensus entre la direction du journal et son équipe rédactionnelle. Toutefois, il est intéressant de noter, que si il y a une volonté de la part de la direction, ce sont bien les journalistes qui ont déterminé son usage. En effet, à travers le manque d'encadrement et de formation prodigué à l'équipe journalistique, on a pu noter un relatif désengagement de la direction quant à l'outil Twitter. Les recherches menées ont pu prouver que les usages qui sont fait de Twitter découlent d'expérimentations et d'idées des journalistes comme par exemple la promotion quasi-systématique du journal ou la mise en place de live-tweet.

Ma seconde hypothèse, celle de la mise au service de l'identité professionnelle du compte Twitter personnel se trouve quant à elle totalement confirmée. Nous avons pu prouver que le compte personnel était avant tout conçu comme un outil au service du professionnel, notamment utile à la promotion du journal, à la recherche de sources ainsi qu'à l'interaction avec les lecteurs. C'est un outil permettant la mise en scène d'une identité professionnelle comme l'a montré l'analyse des présentations des profils. Il est toutefois intéressant de noter que la création d'un compte personnel est aussi vécue comme une manière de personnaliser un style, de se donner une latitude plus grande qu'avec le compte officiel du journal comme l'a montré l'exemple de Nicolas Claisch.

Malgré tout, il convient de souligner que ces hypothèses n'ont pu être démontrées que dans le cas de la rédaction du journal caennais « Liberté, le bonhomme libre » et ne saurait en aucun cas être généralisées à l'ensemble des rédactions d'hebdomadaires locales. Le format inhérent à ce travail de recherche, notamment les contraintes au niveau de la longueur, empêchent une analyse plus poussée. Il eut été intéressant, par exemple, d'établir des

comparaisons avec d'autres rédactions locales pour vérifier si les conclusions établies plus-haut peuvent se généraliser ou au contraire constituent une anomalie statistique.

Bibliographie

Pélessier Nicolas et Gallezot Gabriel, *Twitter un monde en tout petit ?*, Paris, Communication et Civilisation, L'Harmattan, 254 pages.

Bodier Stéphane et Kauffmann Jocelyne, *Le web marketing*, Paris, P.U.F. « Que sais-je ? », 2011, 128 pages.

Marshall Sarah, *Twitter tips: How @Guardian reached 1m followers*, publié le 16 Mai 2013, journalism.co.uk, consulté le 9 Mai 2014.

Claisch Nicolas, *Grâce à Esprit Malherbe, le SM CAEN passe en tête*, publié le 12/08, libertebonhomme.fr, consulté le 25 Fevrier.

Estienne Yannick, *Le journalisme après Internet*, Paris, 2007, Communication et Civilisation, l'Harmattan, 313 pages.

Antheaume Alice, *Le journalisme numérique*, Paris, 2013, Nouveaux débats, Presses de Sciences Po, 183 pages

Neveu Erik, *Sociologie du journalisme*, 3e éd., Paris, La Découverte « Repères », 2009, 128 pages.

Ouvrage collectif sous la direction de Remy Le Champion, *Journalisme 2.0*, Paris, 2012, Etudes, La documentation française, 250 pages.

Xavier Ternisien, *Les journalistes priés d'être sérieux sur Twitter*, lemonde.fr, publié le 15/07/2011 consulté le 25 Avril 2014

Annexes

ANNEXE 1 : QUESTIONNAIRE

Questionnaire réalisé dans le cadre d'un mini-mémoire comptant pour le séminaire journalisme de la quatrième année de Sciences Po Rennes. Il s'agit de mettre en évidence la manière dont Twitter est utilisée dans le cadre d'une rédaction d'un Hebdomadaire local.

Prénom :

Age :

Ancienneté au sein du journal

Poste occupé :

Usage de Twitter

Comment avez-vous découvert Twitter ?

Utilisez-vous le compte du journal ?

Si oui quel usage en faites-vous ?

Fréquence :

type d'information :

Existe une politique/une charte d'utilisation du compte Twitter du journal ?

Avez-vous un compte personnel ?

Si oui quel est-il ?

Décrivez la manière dont vous utilisez votre compte personnel :

Pensez-vous que votre compte personnel est complémentaire du compte du journal ?

Autrement dit que votre compte Twitter vous sert uniquement pour des utilisations en rapport avec votre travail de journaliste ?

Lorsqu'il y a des réponses à vos tweets professionnels, y répondez-vous ? Avec le compte du journal ou votre compte professionnel ?

Formation

Avez-vous suivi une/des formations en journalisme ?

Formation initiale :

Formation permanente :

Avez-vous eu une formation spécifique aux réseaux sociaux ?

Quel est votre diplôme le plus élevé ?

Possédez-vous un smartphone ?

Vous en servez-vous pour alimenter les réseaux sociaux ?