



Hashtags et casseroles : De l'auto- organisation du mouvement social étudiant

Mélanie Millette, Josianne Millette, Serge Proulx

Wi: Journal of Mobile Media 2012 6:02

The online version of this article can be found at:

<https://doi.org/10.65968/ZGFG7554>

Millette, Mélanie, Josianne Millette, Serge Proulx, "Hashtags et casseroles : De l'auto-organisation du mouvement social étudiant". *Wi: Journal of Mobile Media*. 6:02 (2012). Web.

<https://doi.org/10.65968/ZGFG7554>



OUT OF THE MOUTHS OF “CASSEROLES” *textes qui bougent au rythme du carré rouge*

a special *open-wi* issue of *wi: journal of mobile media*,
part II • 19 June 2012

Hashtags et casseroles :

De l'auto-organisation du mouvement social étudiant

Mélanie Millette, Josianne Milette, Serge Proulx, Serge Proulx, UQAM, Faculté de communication

Mots clés :

Action collective décentralisée, médias sociaux, Twitter, Facebook, citoyen, Québec

Argument :

L'appropriation des médias sociaux, en particulier Twitter et Facebook, comme outils de mobilisation contribue à l'émergence de modes d'action collective décentralisés fondés sur l'autonomie de l'individu citoyen.

Introduction

En 2001, les mobilisations de Manille, aux Philippines, ont attiré l'attention sur les mutations des modalités de coordination des actions collectives à l'ère des technologies mobiles de communication (Uy-Tioco, 2003; Qiu, 2008). Depuis, le développement des médias sociaux et la popularisation des appareils mobiles de type téléphones intelligents (*smartphone*), qui permettent d'accéder au Web et à une diversité d'applications, ont contribué à l'évolution des contextes de mobilisation citoyenne à travers le monde. En Égypte, notamment, les plateformes Facebook et Twitter ont joué un rôle certain dans la participation aux manifestations de la Place Tahir (Tufecki et Wilson, 2011).

Ces outils, qui permettent entre autres à des initiatives individuelles d'avoir une résonance collective, ne sont pas sans affecter les dynamiques de la contestation citoyenne et de ses modes d'expression, en fonction des contextes sociaux et politiques dans lesquels ils se déploient. La question du rôle et du poids des médias sociaux - et des nouvelles technologies de communication en général - dans l'émergence de nouveaux modes d'organisation collective et de mobilisation citoyenne restent aujourd'hui largement à explorer. Il demeure qu'en transformant l'environnement de communication et en offrant de nouvelles possibilités pour la coordination de l'action collective à partir d'une gestion individuelle de la mobilisation, ils participent indéniablement à la transformation des pratiques. C'est l'argument que nous formulons ici afin de contribuer aux premières analyses de la

crise sociale actuellement en cours au Québec – ce « printemps érable »¹ dont les prémisses ont été lancées par le mouvement étudiant et qui rejoint maintenant toutes les franges de la société.

1. Médias sociaux et viralité : Facebook ou la facilitation de l'accès à la publication et à la diffusion

Les médias sociaux sont des applications logicielles permettant aux usagers de créer des contenus (textes, photos, vidéos, hyperliens) et de les diffuser, ainsi que de relayer ou de commenter des contenus déjà existants. Ces outils médiatiques s'insèrent dans la logique dite du « Web social », ou « Web 2.0 », caractérisée par une grande accessibilité des plateformes offertes aux internautes. Il n'est plus nécessaire, en effet, d'avoir une expertise en informatique pour créer et diffuser des contenus sur le Web, les compétences techniques et cognitives requises étant de plus en plus à la portée d'une portion grandissante de la population. Le Web social se caractérise également par l'émergence de nouvelles modalités de collaboration entre usagers. Wikipédia, l'encyclopédie collaborative en ligne, par exemple, démontre la force de ces modalités associatives décentralisées et reposant sur des initiatives souvent d'abord individuelles (Proulx, Millette et Heaton, 2012).

Les médias sociaux fournissent ainsi un support à l'expression individuelle tout en l'articulant à des stratégies collectives par la diffusion qu'ils impliquent : s'inscrivant dans des réseaux pré-existants et interconnectés, les médias sociaux permettent d'associer les contributions d'un usager à un champ de contenus apparentés. Facebook et Twitter - abondamment utilisés pour organiser les actions de la grève étudiante et pour suivre le cours des manifestations qui ont eu lieu pendant plus de 4 mois - fonctionnent sur ce principe général, à quelques nuances près.

L'usage de Facebook s'inscrit dans une logique de maintien du lien social. C'est-à-dire que Facebook est très largement utilisé pour communiquer avec des personnes que l'on connaît déjà (Marlow, 2009; Stern et Taylor, 2007). Du point de vue de la coordination collective des actions, Facebook se caractérise par une fonctionnalité de gestion d'événement qui permet de rendre visible un événement auprès de ses contacts (les « amis »), de gérer les invitations et la diffusion de cet événement, tout en y joignant des textes descriptifs, des photos, des vidéos et des cartes interactives. Cela permet à n'importe quel individu de publiciser et de coordonner un événement (manifestation, rencontre, réunion, fête communautaire, etc.) auprès d'un grand

¹ L'expression « printemps érable » a émergé dès les premières manifestations étudiantes en février et mars 2012, comme un clin d'œil aux soulèvements égyptien, tunisien et syrien qui ont constitué le « printemps arabe » de 2010. Le jeu de mot a une connotation forte avec l'identité québécoise puisque l'érable est un élément de fierté nationale, la production de sirop d'érable étant une industrie emblématique de la province.

nombre de personnes, et ce, en très peu de temps, d'autant plus que, par interconnection, l'information peut circuler à travers différents réseaux de personnes. Facebook a aussi la particularité de permettre la diffusion de récits individuels², et de nouvelles issues des médias traditionnels à ses groupes de contacts, ces derniers pouvant à leur tour rediffuser ces témoignages ou ces informations.

Ce mode de diffusion relève de la « viralité » ou de la « contagion » dans la circulation des messages, principe connu en publicité et en marketing qui se fonde sur la logique du « bouche à oreille ». La viralité dans les médias sociaux possède quatre grandes caractéristiques : (a) la concentration de l'attention en ligne sur un contenu spécifique ou un champ de contenus spécifiques; (b) la mobilisation de cette attention dans un temps donné; (c) par un relayage des informations de personne à personne; (d) dans un réseau social préexistant (Beauvisage, Beuscart, Couronné et Mellet, 2011). Ce principe de diffusion des informations est particulièrement efficace dans le cas de Facebook, où la confiance et l'estime que l'on accorde à un contact viendra donner une emphase particulière à une information ou à une invitation publiée par ce contact. Ainsi, Facebook peut devenir un outil puissant dans le cas de la **diffusion et de la coordination d'actions citoyennes** cherchant à offrir des formes alternatives à la prise de parole.

2. Twitter et la coordination de masse : la force des expressions individuelles

Twitter tire une partie de son efficacité de cette logique virale, mais cette plateforme de *micro-blogging* présente également des particularités propres lui permettant de servir de support à d'autres modalités d'actions citoyennes. Twitter permet par exemple des échanges entre des ensembles plus hétérogènes d'individus. En effet, contrairement à Facebook, les usagers de Twitter ont tendance à s'abonner à des comptes de personnes qu'ils ne connaissent pas personnellement et les abonnements sont non-réciproques (Boyd, 2009; Kwak, Lee, Park et Moon, 2010). Twitter rend ainsi possible la circulation d'informations qui brise la logique d'homogénéité entre les contacts dans les réseaux sociaux préexistants (Boyd, 2009). Twitter présente également la particularité d'être utilisable à partir de plusieurs outils : téléphone mobile classique, appareil mobile « intelligent », site Web officiel, application Web proposée par des tiers-partis (comme *Tweet Deck*). Cette souplesse dans l'utilisation positionne Twitter depuis plusieurs mois comme la plateforme privilégiée par les internautes lorsque vient le temps de témoigner d'événements en direct. En effet, le caractère mobile de l'application et la possibilité de joindre une photo ou une vidéo aux messages de 140 caractères (appelés « *tweets* » ou « gazouillis ») favorisent des

² Par exemple, de nombreux témoignages de manifestants ont circulé dans Facebook, souvent en réaction à la couverture médiatique d'une manifestation, afin de faire valoir un point de vue différent de celui dépeint dans les médias.

initiatives individuelles s'apparentant au journalisme citoyen : l'utilisation de Twitter suite aux élections iraniennes de 2009 (Web Ecology Project, 2009) et dans le cadre des mobilisations étudiantes autrichiennes de 2009 (Maireder et Shwarzenegger, 2012); son usage pendant et après le tremblement de terre en Haïti en 2010; le recours à Twitter pendant et après le tsunami au Japon en 2010, ainsi que durant les manifestations de la Place Tahir (Tufekci et Wilson, 2011).

Twitter agit également comme **outil de coordination de masse entre individus** - souvent entre inconnus - regroupés autour de thèmes précis. À travers le recours à sa nomenclature interactive - notamment les *hashtags* - Twitter permet à des personnes qui ne savent pas qu'elles partagent des intérêts de se trouver et d'échanger des informations³. L'attribution d'un *hashtag* se fait dans une logique « *bottom – top* », c'est-à-dire que c'est à travers l'utilisation d'utilisateurs plus ou moins concertés qu'émerge un mot clé dominant, qui sera repris pour identifier les messages associés à une thématique. Dans une logique de coordination collective, l'usage des *hashtags* acquiert un caractère primordial, nous y reviendrons plus bas.

3. La décentralisation de l'action collective : les médias sociaux comme catalyseurs

Par leur mode de fonctionnement, par les usages qu'ils permettent et les logiques qui les sous-tendent, les médias sociaux participent à l'émergence de nouvelles formes et modalités d'organisation de l'action citoyenne. Tandis que le mode « traditionnel » d'organisation est plutôt centré sur un groupe aux structures définies et un leadership plus ou moins centralisé, les nouvelles formes d'action collective auxquelles participent les médias sociaux sont davantage axées sur l'auto-organisation, l'auto-représentation, la contribution à la création d'espaces et de biens communs et l'appropriation d'outils numériques par des individus citoyens connectés en réseaux. En rupture avec la centralité d'organisations sociales ou politiques formelles (syndicats, partis, groupes de pression) s'exprimant explicitement au nom de leurs membres, ces nouveaux modes décentralisés d'action collective s'appuient sur l'autonomie de chacun pour créer du collectif et de la solidarité (Aguiton et Haeringer, 2011). Benkler parle ainsi d'une « coordination non hiérarchique » (2006) pour mettre en évidence la participation d'une diversité d'acteurs, ayant des motivations différentes, à des projets communs.

³ Un *hashtag* est formé du signe dièse (#) accolé à un mot clé ou une abréviation désignant une situation ou une thématique de discussion, par exemple #ggi (pour "grève générale illimitée") est le principal tag utilisé sur Twitter depuis le tout début de la grève étudiante. Le « #mot » ainsi formé devient un hyperlien cliquable, qui agit comme un moteur de recherche dans l'ensemble des messages circulant dans Twitter. Utiliser un *hashtag* permet ainsi de trouver d'autres intervenants qui échangent sur une thématique et d'y inscrire nos propres messages. Dans le cas de la grève étudiante, le suffixe « en cours » (#manifencours, #casserolesencours) illustre très bien l'arrimage des usages de Twitter à l'action sur le terrain se déroulant en temps réel.

Les modes traditionnels d'organisation ne disparaissent pas pour autant : ils continuent d'animer certaines mobilisations citoyennes et peuvent aussi s'appuyer sur les médias sociaux comme support à leur action et à leur communication. Toutefois, on voit en même temps émerger - en plus d'une diversité de modes « mixtes » puisant dans les deux modèles d'action (Bimber, Flanagan et Stohl, 2005) - un répertoire d'usages et de pratiques davantage axés sur une **coordination décentralisée de la mobilisation citoyenne**.

Dans le contexte sociopolitique de la mobilisation étudiante et du mouvement d'appui citoyen incarné entre autres par les manifestations de casseroles partout au Québec, on a constaté que les médias sociaux, en particulier Twitter, ont contribué à catalyser cette tendance à la décentralisation de l'action collective. Plusieurs *hashtags* ont ainsi permis à des individus isolés d'organiser et de structurer leur implication citoyenne en temps réel. Par exemple, le *hashtag* #ggi (pour « grève générale illimitée ») a été utilisé pour s'exprimer par rapport à la grève étudiante en général, mais aussi pour signaler des mobilisations à venir ou en cours, et pour relayer des contenus pertinents. Le tag #manifsencours a émergé comme ancrage à partir duquel les usagers ont émis des témoignages, commentaires, photos et vidéos prises en direct, pendant les manifestations en lien avec la crise sociale. Plus tard dans la crise, les tags #casseroles et #casserolesencours ont identifié les messages liés au tintamarre quotidien de 20h qui venait réaffirmer la solidarité sociale envers les étudiants et la grogne générale envers le gouvernement. Dans ces derniers cas (#manifsencours et #casserolesencours), Twitter a en outre permis aux citoyens qui suivaient l'action chez eux, de cartographier les déplacements dans la ville et de se joindre aux mobilisations en cours de route (De Souza E Silva, 2006).

Twitter, et en particulier l'usage de ces *hashtags*, contribue ainsi à la mutation des modes d'associations collectives en rendant possibles de nouvelles actions inédites, issues d'initiatives individuelles, mais ayant potentiellement un impact sur la vie collective. Il s'agit d'une **synchronisation des mouvements de masse gérée à la base de manière individuelle** : chacun gère sa propre mobilité et sa propre implication à partir des informations produites par le grand nombre et colligées en temps réel sur Twitter. Dans le cas d'une manifestation spontanée comme dans celui d'un regroupement planifié, ces informations permettent à chaque individu connecté de juger personnellement de son implication et de décider de son prochain déplacement en fonction de sa propre expérience du terrain. Bien entendu, ce ne sont pas tous les citoyens qui sont munis d'appareils mobiles. Cependant, les usagers qui le sont peuvent communiquer ces informations aux autres citoyens déjà mobilisés, la communication en ligne s'inscrivant dans le schème global des interactions entre citoyens.

Conclusion :

La disponibilité et l'accès aux médias sociaux et autres outils mobiles de communication favorisent ainsi l'expression citoyenne ordinaire en permettant au citoyen de lancer des appels vers le grand nombre et de publiciser ses actes dans la Cité. En démocratisant la diffusion et le partage d'informations, en décentralisant la coordination de l'action collective, les médias sociaux suscitent la participation citoyenne de personnes qui, autrement, ne possèderaient pas les ressources - notamment en expertise ou en temps - pour se mobiliser sur un mode plus traditionnel, par le biais d'une structure hiérarchique d'encadrement et de communication, par exemple.

Loin de nous l'idée de mettre de l'avant le concept d'une « révolution par les médias sociaux » : le « printemps érable » québécois résulte de l'interaction de plusieurs dimensions (culturelles, politiques, économiques, médiatiques) et les médias sociaux ne sont qu'un des vecteurs à prendre en compte pour comprendre les événements récents et leur dynamique. Il est toutefois indéniable que les médias sociaux et leur grande adoption par les citoyens québécois (CEFRIQ, 2011) changent la donne de manière considérable.

Ainsi, la possibilité de réagir immédiatement par le biais des médias sociaux constitue un atout majeur pour la coordination d'actions à des fins politiques. Par contraste, le recours à des formats médiatiques antérieurs à Internet, moins flexibles et davantage permanents - comme l'imprimé, par exemple - s'accompagne d'une certaine rigidité d'usage puisque dans le cas où les paramètres d'une action doivent être modifiés rapidement, le temps nécessaire pour ajuster les affiches et dépliants est trop long (Boullier, 2012). Mais au-delà de ces implications quant à la temporalité de l'action, ces outils de communication permettent à des initiatives individuelles et décentralisées d'avoir un impact de masse, comme nous l'avons présenté ici de manière détaillée. **L'appropriation des médias sociaux, en particulier Twitter et Facebook, comme outils de mobilisation contribue à l'émergence de modes d'organisation décentralisée d'actions collectives fondés sur l'autonomie des individus citoyens.**

En raison d'une extension significative des prises de parole par des citoyens ordinaires et de nouvelles perceptions publiques en faveur d'un élargissement du droit à la communication, les cadres d'analyse orientés exclusivement vers les modes traditionnels d'organisation collective de l'action politique restent aveugles à la réalité du terrain et apparaissent, par conséquent, inadaptés à la saisie de ce qui se transforme présentement dans la sphère publique.

Références citées :

Aguiton, C., et N. Haeringer, 2011. « [\(S'\)occuper \(de\) la gauche, ou l'ignorer?](#) »

Beauvisage, Thomas, Jean-Samuel Beuscart, Thomas Couronné, et Kevin Mellet. (2011). « [Le succès sur Internet repose-t-il sur la contagion ? Une analyse des recherches sur la viralité](#) ». *Tracés. Revue de Sciences humaines*, Vol. 21. p.151–166.

Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom*, Yale University Press.

Bimber, B., A. Flanagin, et C. Stohl. (2005). « Reconceptualizing Collective Action in the Contemporary Media Environment », *Communication Theory*, Vol. 15, No 4, p. 365-388.

Boullier, Dominique. (2012). « Plates-formes des réseaux sociaux et répertoires d'action collective ». Texte d'une conférence donnée à Tunis, 12-13 avril.

Boyd, Danah. (2009). [Streams of Content, Limited Attention: The Flow of Information through Social Media](#). Conférence donnée au Web 2.0 Expo, 18 Novembre, New York.

CEFRIO. (2011). [NeTendances 2010. L'explosion des médias sociaux au Québec](#).

De Souza E Silva, Adrianna. (2006). « From Cyber to Hybrid Mobile Technologies as Interfaces of Hybrid Spaces ». *Space and Culture*, 9(3), p.261-278.

Howard, P., et M.Hussain. (2011). « The Role of Digital Media », *Journal of Democracy*, Vol. 22, No 3, p. 35-48.

Kwak, H., C. Lee, H. Park et S. Moon. (2010). « [What is Twitter, a Social Network or a News Media?](#) ». WWW'10 Conference. [Consulté le 2 juin 2010].

Maireder, A., et C. Shwarzenegger. (2012). « Movement of Connected Individuals: Social media in the Austrian student protests 2009 », *Information, Communication & Society*, Vol. 15, No 2, p. 171-195.

Marlow, C. (2009). « [Maintained Relationships on Facebook](#) ». *Facebook data*. [Consulté le 16 mai 2012].

Proulx, Serge, Mélanie Millette et Lorna Heaton (éd.). 2012. *Médias sociaux : enjeux pour la communication*. Québec : Presses de l'Université du Québec.

Qiu, Jack Linchuan. 2008. « Mobile Civil Society in Asia: A Comparative Study of People Power II and the Nasamo Movement », *Javnost-The Public*. Vol. 15, No. 3. Pp. 39-58.

Tufecki, Z., et C. Wilson. (2011). « Social Media and the Decision to Participate in Political Protest: Observations From Tahir Square », *Journal of Communication*, Vol. 62, No 2, p. 363-379.

Stern, L.B. et Taylor, K. (2007). « Social Network On Facebook ». *Journal of the Communication, Speech & Theatre Association of North Dakota*, Vol 20. p.9 - 20.

Uy-Tioco, Cecilia Alessandra. 2003. « The Cell Phone and EDSA 2: The Role of a Communication Technology in Ousting a President ». *Media Studies Conference*, New School University, New York, le 11 octobre.

Web Ecology Project. 2009. « [The Iranian Election on Twitter - The First Eighteen Days](#) ». Report. Massachusetts Institute of Technology (MIT).