

Les enjeux des médias sociaux dans les affaires sociopolitiques : La polarisation multiplateforme comme exemple

Article par Elyes Alimi

Tunisian Democracy Lab 2022

Au cours de la dernière décennie, les valeurs et le mode de vie libéraux-démocratiques prédominants qui avaient commencé à être considérés comme acquis dans les pays occidentaux ont été remis en question par un certain nombre d'événements et de développements sociopolitiques imprévus. Le "Brexit" britannique, c'est-à-dire la sortie du pays de l'Union européenne après le résultat surpris du référendum de 2016 sur cette question, et l'élection de Donald Trump à la 45e présidence des États-Unis plus tard dans l'année, en sont peut-être les exemples les plus marquants. Mais il ne s'agit pas d'événements isolés. Ils semblent plutôt marquer un changement et une polarisation plus importants des opinions politiques, tant au sein des pays démocratiques libéraux qu'à travers le monde plus largement. Ces changements sociopolitiques ont coïncidé avec le développement et l'adoption rapides des technologies de communication liées à Internet dans le monde entier. Dans cette optique, il a été largement admis que ces évolutions technologiques et politiques sont liées. En analysant comment le modèle commercial impitoyable et antisocial d'une méga-entreprise de "médias sociaux" a ouvert un nouvel espace pour modifier la situation sociopolitique, le livre *Antisocial Media* de Siva Vaidhyanathan (2018) : *How Facebook Disconnects Us and Undermines Democracy* offre un compte rendu convaincant de la façon dont cette relation s'est établie.

En plus de cela, la polarisation politique, considérée comme une menace majeure pour la démocratie contemporaine, a été liée à l'essor des médias sociaux numériques. Cependant, la manière dont ce processus se développe dans le contexte d'un environnement de médias sociaux caractérisé par de multiples plateformes (Facebook, Twitter, WhatsApp) - avec des normes, des contenus et des possibilités différents - n'a pas été suffisamment étudiée. En outre, tout en partageant de grandes similitudes, les trois plates-formes présentent quelques dynamiques de polarisation distinctes - à la fois positionnelles et interprétatives - qui peuvent être liées à leurs capacités sociotechniques variées.

Tout d'abord, un peu de contexte.

À la suite des innovations en matière de programmation au milieu des années 2000, qui ont permis une interaction dynamique des utilisateur.rices avec le contenu web, le terme "médias sociaux" a été introduit pour désigner tous les services en ligne qui permettent la création et le partage de contenu entre des réseaux de personnes. Plus familièrement, le terme est souvent considéré comme synonyme de plateformes ou d'applications spécifiques telles que Facebook, Twitter et WhatsApp. L'idée que ces plates-formes sont, dans un certain sens, "sociales" reflète une rhétorique d'interaction accrue qui a accompagné le lancement de ces services et que, dans une certaine mesure, ils continuent à les promouvoir. Selon cette rhétorique, et jusqu'à récemment, l'opinion qui prévalait plus largement, les médias "sociaux" permettaient de créer de nouveaux liens sociaux, de renforcer les liens préexistants, de rendre la société plus ouverte et démocratique, et de permettre un degré d'accès et de partage de l'information qui n'était pas possible auparavant.

Tout comme la société en général a adopté ces nouvelles ressources de communication, l'émergence des médias sociaux a entraîné des changements notables dans la culture de la communication politique. De plus en plus, les hommes /femmes politiques ou, peut-être plus exactement, leurs équipes de relations publiques en tant que rédacteur.rices fantômes, accordent une importance particulière aux médias sociaux et utilisent les différentes plateformes comme moyen de partager et de faire proliférer les idées avec l'électorat directement. En effet, dans une large mesure, on pourrait suggérer que les médias sociaux sont devenus l'outil privilégié de la communication politique, au-delà des médias d'information établis. Cela semble particulièrement vrai lorsqu'il s'agit de politicien.nes qui exposent des points de vue et des valeurs qui, avant l'arrivée d'Internet, auraient été modérés par les **gardien.nes (Gate-keeper)** des médias d'information traditionnels - et auxquels sont associés bon nombre des événements politiques inattendus de ces dernières années. Cependant, à mesure que les politicien.nes de tous bords ont saisi les opportunités offertes par les médias sociaux, les points de vue visibles et reconnaissables dans le monde social se sont élargis et, par conséquent, le paysage politique est devenu plus diversifié et fragmenté.

Malgré l'enthousiasme et l'optimisme initiaux suscités par les médias sociaux, l'ombrage de l'opportunité pour quiconque de s'exprimer de manière visible et publique, l'exploitation croissante de cette opportunité pour remettre en question des points de vue et des valeurs qui étaient auparavant la norme sociale, et les succès électoraux inattendus de personnalités politiques illibérales et extrémistes, ont, de manière quelque peu paradoxale, invité beaucoup de personnes à comparer la situation sociale actuelle à la société décrite dans l'iconique « 1984 » de George Orwell. L'idée centrale de cette comparaison est qu'avec la possibilité de changer ou de déformer le récit dominant qu'offre les médias sociaux, il devient de plus en plus difficile de comprendre ce qui est vrai et ce qui est faux, de savoir qui est un.e expert.e et qui est un.e prétendant.e. Ainsi, il semble que celui/celle qui est au pouvoir, ou qui peut le mieux exploiter les ressources offertes par les médias sociaux, puisse déterminer le contenu de la vérité. Dans le même temps, la nature combative de la politique en ligne contemporaine, y compris ses batailles sur les "fake news" et les "vérités alternatives", en fait un nouveau type de "divertissement", qui captive l'imagination du public autant que n'importe quelle émission de télé-réalité ou feuilleton.

Suite à la comparaison avec 1984, un nouveau récit a commencé à émerger, comme celle de Fuchs dans son article "Digital demagogue. Authoritarian capitalism in the age of Trump and twitter" (2018) qui attribue les succès politiques inattendus à des cerveaux et des escrocs charismatiques (soit les politicien.nes eux/elles-mêmes, soit ceux /celles qui se trouvent derrière la scène) qui ont exploité les données fournies par les médias sociaux et la possibilité de cibler les publicités à un niveau presque individuel, pour tromper et manipuler l'électorat. Cette idée que les médias sociaux peuvent permettre à des personnalités individuelles d'exercer une influence aussi énorme s'appuie à son tour sur la notion théorique selon laquelle la communication médiatisée par Internet, et en particulier les médias sociaux, crée ce que l'on appelle des " **bulles de filtrages**". En gros, il s'agit de l'idée que les médias sociaux sont structurés de telle manière que les utilisateur.rices ne voient et n'interagissent qu'avec d'autres utilisateur.rices et sources d'information qui représentent des opinions et des valeurs similaires et, surtout, que cela affecte et informe de manière disproportionnée la perception du monde social par l'utilisateur/rice individuel.le. Cette idée implique que l'engagement social dans le monde en ligne a supplanté l'engagement dans le monde physique - et que le débat politique en est venu à être largement informé par le

premier, à l'exclusion du second. Ainsi, en obtenant une visibilité accrue dans ces chambres d'écho en ligne, les nouveaux cerveaux politiques peuvent atteindre un certain pouvoir social et, finalement, s'emparer du pouvoir politique. Dans la mesure où l'on considère que ces personnalités exploitent les nouveaux pouvoirs de communication pour s'emparer du pouvoir et éviter, voire étouffé, le véritable débat et le discours, il est de plus en plus souvent suggéré que les médias dits sociaux seraient mieux qualifiés de "médias antisociaux".

Passons maintenant à un aperçu de l'ouvrage de Vaidhyathan « Antisocial Media: How Facebook Disconnects Us and Undermines Democracy » (2018) et les différents enjeux qu'il remet en question. En fait, Vaidhyathan adopte « antisociale » comme terme d'appréciation mais remet en question le récit selon lequel l'anti socialité des médias sociaux réside dans le fait de permettre à des personnes spécifiques d'en tirer profit, au détriment de la démocratie libérale. Selon l'analyse de Vaidhyathan, ces développements politiques, bien que liés à l'essor des nouvelles technologies de communication, ne sont pas des cas isolés et, surtout, ne peuvent être attribués à la ruse et au charisme de ceux/celles qui en ont profité. Selon lui, les changements sociopolitiques dont nous avons été témoins sont plutôt un effet secondaire du pouvoir plus sous-jacent qu'ont les médias sociaux de modifier la façon dont les gens consomment les nouvelles, s'engagent avec d'autres personnes et se considèrent comme des agents politiques. Ainsi, ce n'est pas la création de bulles de filtrage qui est au cœur des événements politiques récents, mais la perte de la capacité à travailler ensemble vers des objectifs communs en raison de l'importance accrue de l'individualité que les médias sociaux permettent et cultivent structurellement. En conséquence, les personnalités politiques qui ont connu un succès électoral surprenant doivent être considérées davantage comme les heureux.euses bénéficiaires d'un système qui pervertit l'ensemble du monde social, et non comme les maîtres d'œuvre de ce changement. Pour comprendre ces changements politiques, nous devons donc étudier et comprendre comment les médias sociaux ont affecté le monde social de manière plus fondamentale.

Dans cette optique, tout comme dans le livre « Brave New World » d'Aldous Huxley (1932), nous avons été inculqués à un système oppressif tel que, non seulement nous n'avons aucune possibilité de résister au système, mais nous ne sommes pas non plus capables de comprendre à quel point il est défectueux. Un géant des médias sociaux en particulier -

Facebook - qui est à l'origine de cette situation. En fournissant ses services "gratuitement" à l'utilisateur.rice, et en faisant constamment la promotion de la nature sociale de ces services, Facebook a, selon lui, formé l'individu.e contemporain.ne à dépendre des médias sociaux dans tous les domaines de la vie. Il est cependant crucial de noter qu'une fois dans ce monde, l'utilisateur.rice est également formé.e à promouvoir ses propres opinions, sans avoir besoin de considérer ou d'écouter les autres. Ainsi, Facebook est un facilitateur d'interaction, mais une interaction qui sape la socialité inhérente aux relations intersubjectives. Ainsi, contrairement au récit commun, Facebook est antisocial, non pas par ses effets, mais par sa nature même.

Vaidhyanathan identifie deux aspects déterminants de la nature antisociale de Facebook : le modèle économique de collecte de données et de vente de publicités sur lequel repose sa stratégie commerciale, et la négligence du propriétaire de l'entreprise, Mark Zuckerberg, qui n'a pas tenu compte de l'impact social des services fournis par Facebook. Ensemble, il suggère que ces facteurs ont fait de Facebook une entreprise mutante avec une emprise mondiale.

En revanche, Facebook est devenu un moyen pour tout, du partage de vidéos de chats mignons, ou du temps passé à jouer à Candy Crush, jusqu'à donner une voix aux dirigeants autoritaires. En offrant ces diverses fonctions, Facebook présente de multiples facettes dans sa nature fondamentale. Ainsi, il suggère que Facebook est à la fois : une machine à plaisir - il offre une gratification instantanée et une distraction des soucis du monde physique ; une machine à surveillance - la visibilité du fil d'actualité donne à chacun.e la possibilité d'espionner son/sa voisin.e ; en même temps, les données créées par les interactions des utilisateur.rices sur les médias sociaux donnent à l'entreprise, et à ceux/celles à qui elle vend ces données, des possibilités inouïes de suivre ses utilisateur.rices ; une machine à attention - le service est structuré pour, et promet, une communication visant uniquement à capter l'attention des autres utilisateur.rices ; une machine de bienfaisance - qui promet la possibilité de trouver et de contribuer à une noble cause ; une machine de protestation - qui promet une voix et une plate-forme pour protester contre le système existant ; une machine politique - qui fournit un nouveau lieu pour faire de la politique ; et, une machine de désinformation - qui, malgré toutes les fonctions susmentionnées, résiste à toutes les tentatives de réglementer la communication. Mais par-dessus tout et en résumé,

Vaidhyathan conclut que Facebook est une machine absurde - quelque chose dont il est impossible de donner un sens et qui fait échouer toute tentative de compréhension ou de description complète. Et malgré sa nature ambiguë, il est partout et fait partie de tout.

En plus de fournir un large aperçu de l'argumentation de Vaidhyathan, trois points de son analyse sont particulièrement intéressants et utiles pour les lecteur.rices :

Tout d'abord, la dissection de la portée et du fonctionnement de Facebook dans différents domaines de la vie permet de démystifier le succès et la popularité apparemment surprenants et inoffensifs des médias sociaux, tout en expliquant comment le service se maintient en exploitant les relations des individu.es, leur vanité, leur nature compatissante, leurs intérêts politiques, etc.

Deuxièmement, Vaidhyathan montre clairement à quel point il est difficile - malgré quelques tentatives récentes - de remettre en question Facebook en tant que fournisseur de services, même lorsqu'on est conscient.e de sa présence, et donc de son impact, dans de nombreux aspects du monde social. En même temps, il juxtapose ce point avec une explication convaincante de la manière dont le modèle commercial de l'entreprise, qui consiste à vendre des espaces publicitaires ciblés sur la base des informations qu'elle recueille sur les utilisateur.rices, a joué un rôle plus que neutre dans les récents développements sociopolitiques. En effet, alors que des entreprises comme Cambridge Analytica peuvent faire la une des journaux pour leur utilisation subreptice de ce service publicitaire afin de promouvoir certains programmes politiques, c'est la capacité globale de Facebook à collecter et à vendre les données pertinentes qui place tout le monde dans la société, et la société elle-même, dans une position vulnérable. En l'état actuel des choses, vous ne pouvez faire l'objet de publicités de la part de mauvais acteurs politiques que si ces derniers ont accès à vous en premier lieu. La meilleure illustration des lacunes morales du modèle économique de Facebook est peut-être que Vaidhyathan attire l'attention sur le fait qu'en suivant sa logique apparemment neutre, Facebook lui-même a directement fourni une formation aux dirigeant.es autoritaires sur la façon d'utiliser le média pour cibler leur public. En mesurant la suffisance de leur modèle économique uniquement en termes de gain économique, Zuckerberg et son entreprise Facebook sont devenus un cas d'école pour

l'occurrence contemporaine de ce que Hannah Arendt a diagnostiqué comme la banalité du mal (1936).

A ce stade-là, en guise de conclusion, la démocratie présente un compte rendu essentiel et convaincant de la relation entre le monde social et l'utilisation des nouvelles technologies, qui démystifie le rôle fondamental que cette seule société a joué dans le façonnement de cette relation.

Il est, à ce stade, primordial de parler du phénomène de polarisation à travers les plateformes en répondant à la question : Comment le désaccord politique se développe au fil du temps sur Facebook, Twitter et WhatsApp ?

Au cours de la dernière décennie, de nombreuses controverses saillantes dans le monde entier ont relancé le débat public et scientifique sur la nature, la prétendue montée et les dangers présumés de la polarisation politique. En particulier, le défi de la polarisation politique a été lié à l'essor des médias numériques et sociaux en réseau comme lieu de discours politique. Comme les électeur.rices se fient de plus en plus aux plateformes commerciales de médias sociaux pour obtenir des informations et des discussions politiques, les chercheur.euses ont commencé à examiner les façons dont les médias sociaux peuvent avoir contribué à la transformation, à la fragmentation et à la polarisation politique des sphères publiques contemporaines dans le monde entier comme l'essaie de Settle dans son article "How social media polarizes America" (2018), Stroud aussi dans son livre "Polarization and partisan selective exposure" (2010) et Sunstein dans son livre "Law of group polarization" (1999).

Notre objectif est de mieux comprendre comment les normes, les contenus et les possibilités spécifiques des différentes plateformes de médias sociaux contribuent à leur dynamique de polarisation politique. Pour ce faire, nous examinons comment les désaccords autour d'une question politique controversée ont évolué généralement au fil du temps sur Facebook, Twitter et WhatsApp.

Parlant de la polarisation politique généralement et médias sociaux:

S'écartant de l'idéal normatif d'un débat politique sain, dans lequel les préférences sont centrées autour de positions modérées largement acceptables, le concept de polarisation

consiste en un glissement progressif des préférences vers des extrêmes politiques opposés comme l'affirme Fiorina & Abrams dans le livre "Political polarization in the american public" (2008). Pourtant, malgré une longue histoire d'études sur la polarisation, il y a remarquablement peu d'accord sur ce que ce concept implique exactement, quels sont ses principaux moteurs et implications, ou comment il devrait être mesuré. Étant donné la grande variété d'approches, chacune reflétant une notion quelque peu différente de la polarisation, plusieurs chercheurs ont identifié un besoin urgent de rétablir la clarté conceptuelle comme par exemple Lelkes dans son ouvrage "Mass polarization: Manifestations and measurements" (2016).

En fait, La plupart des études classiques sur la polarisation se sont concentrées sur la distribution statique des positions ou des attitudes sur une question politique donnée. Nous appelons cet aspect de la polarisation, qui se concentre sur les positions des gens à l'égard d'une certaine question politique, la polarisation positionnelle. Il est important de noter que la polarisation positionnelle implique que les préférences extrêmes sont incompatibles entre elles, de sorte que la satisfaction d'un côté frustrera inévitablement l'autre côté. Pourtant, penser à la polarisation comme à un processus dynamique signifie que nous devrions étudier non seulement un point unique dans le temps, mais aussi une évolution dans le temps des préférences qui passent de modérées à plus extrêmes.

En outre, relativement peu d'études ont abordé explicitement le mécanisme explicatif de la polarisation politique en tant que processus dynamique. Pour comprendre pourquoi différentes personnes adoptent des points de vue de plus en plus divergents sur un sujet politique spécifique, la recherche en communication politique sur le cadrage a montré comment différentes contextualisations d'une même question peuvent amener les gens à appliquer différentes considérations et donc à l'évaluer différemment. Par exemple, le fait qu'un.e informateur.rice politique soit interprété.e comme un.e dénonciateur.rice .euse ou comme une atteinte à la sécurité nationale peut amener les gens à adopter des positions différentes à l'égard de cet.te informateur.rice.

Bien entendu, les gens sont généralement capables de traiter plusieurs cadres et d'évaluer une question selon plusieurs perspectives. Cependant, lorsque des groupes concurrents s'appuient exclusivement sur des cadres contrastés et rejettent (ou ignorent) les cadres qui

sous-tendent des préférences divergentes, ils peuvent arriver à des interprétations opposées qui soutiennent des positions irréconciliables. C'est ce que nous appelons la polarisation interprétative : le processus par lequel différents groupes d'une société contextualisent un sujet commun de manière radicalement différente. La polarisation interprétative implique que les cadres utilisés par un camp sont jugés infondés, inappropriés ou illégitimes par les autres camps. Lorsque la polarisation interprétative est forte, différents groupes conceptualisent le même sujet en des termes tellement différents qu'une conversation significative entre les groupes est presque impossible. La polarisation interprétative peut être atténuée lorsque les groupes partagent des cadres et des considérations, ou reconnaissent que les interprétations concurrentes sont généralement valables.

Dans la suite, nous examinons comment cela se produit sur plusieurs plateformes qui diffèrent dans la façon dont elles permettent et structurent la discussion politique.

En fait, l'abondance du discours politique sur les médias numériques et en particulier les médias sociaux a permis de nouvelles approches pour examiner la polarisation politique, car les opinions politiques sont exprimées de manière organique dans des contextes naturels (Vous pouvez lire l'article "Twekking from Left to Right: Is Online Political Communication More Than an Echo Chamber" de Pablo Barberá, John T et al (2015). Ou le livre de Axel Bruns "Are Filter Bubbles Real ?"(2019). Au cours de la dernière décennie, la principale tendance a été la préoccupation publique autour des médias sociaux comme exacerbant la polarisation politique. De nombreux.euses chercheur.euses ont proposé que les médias sociaux pourraient être structurellement orientés vers la polarisation politique comme celui de Settles mentionné il y'a peu.

Plus particulièrement, Sunstein a soutenu dans son essai "The Law of group polarisation" (1999) que la dépendance des médias sociaux à l'égard de réseaux et d'algorithmes personnalisés renforçant les intérêts personnels peut conduire les publics à être exposés de manière disproportionnée à des points de vue et des informations qui leur sont favorables. Dans la mesure où les "bulles de filtrage" des médias sociaux excluent les voix dissonantes, l'absence de cadres justifiant des points de vue différents peut amener les utilisateur.rices à percevoir l'opposition existante comme marginale et, lorsqu'elle existe, comme infondée et illégitime. De plus, l'exposition sélective au sein de "bulles de filtrage" sympathiques peut

conduire les utilisateur.rices à percevoir faussement les informations disponibles et l'opinion majoritaire pour soutenir leurs interprétations et positions préexistantes. Ainsi confirmés dans leurs perceptions, ils/elles peuvent être amené.es à envisager des positions de plus en plus extrêmes.

Pourtant, certaines données récentes vont à l'encontre de cette hypothèse, suggérant que la plupart des utilisateur.rices de médias sociaux restent en fait régulièrement exposés à des points de vue opposés. Bien que les réseaux sociaux centrés sur des liens forts (comme les relations familiales et amicales) soient principalement homophiles, certaines études qui ont pris en compte également les liens plus faibles ont fait valoir que l'exposition transversale pourrait en fait avoir augmenté avec l'avènement des médias sociaux. Par conséquent, la question de savoir si le flux d'informations politiques sur les médias sociaux favorise ou contrecarre principalement la polarisation politique reste un débat très controversé.

Passant maintenant à la réponse de la question : Comment le contenu, les normes et les possibilités des plateformes façonnent la dynamique de la polarisation ?

Dans cet article, il est soutenu qu'une explication des résultats divergents obtenus jusqu'à présent autour des médias sociaux et de la polarisation peut résider dans la nature différente des plateformes de médias sociaux. La plupart des études sur la polarisation politique se concentrent sur une plateforme spécifique comme celle de Twitter, mais font souvent des déductions sur les " médias sociaux " comme s'il s'agissait d'un phénomène relativement unitaire. Des travaux récents ont de plus en plus appelé à des études reconnaissant les différences importantes entre les plateformes de médias sociaux pour façonner la dynamique de la communication politique (vous pouvez lire l'essai de Bode & Vraga "Studying politics across media" (2019)). En outre, même au sein d'une plateforme de médias sociaux, le contexte spécifique (par exemple, le contexte national) peut façonner de manière différentielle son utilisation et la dynamique de polarisation qui en résulte, ce qui nécessite une explication détaillée du contexte.

Donc pour mieux comprendre comment ces différents médias sociaux peuvent façonner distinctement la polarisation politique, nous examinerons brièvement les normes, les contenus et les affordances de ces trois plateformes par rapport à la discussion politique.

Commençant par les Normes. Un premier aspect qui façonne la dynamique de polarisation peut être l'usage social - quelles populations ont tendance à utiliser une certaine plateforme, ainsi que la façon dont la plateforme est perçue- en particulier, si elle est considérée comme un espace approprié pour la discussion politique. En fait, WhatsApp est continuellement l'application de communication la plus populaire, utilisée par les adultes. Particulièrement dans les pays d'orientation collectiviste (Dans ce contexte vous pouvez consulter Boczkowski et al. dans leur essai " How young users deal with multiple platforms: The role of meaning-making in social media repertoires » (2018)). Bref, les utilisateur.rices de WhatsApp sont des utilisateur.rices avides de groupes, qui vont des chats privés entre ami.es proches aux groupes à grande échelle dédiés à la discussion de sujets professionnels. Ici, nous nous concentrons sur les groupes WhatsApp journalistiques où des individu.es intéressé.es par la politique se réunissent dans le but d'engager une discussion politique. Par contre, Facebook est généralement considéré, généralement, comme la plateforme de médias sociaux " grand public ", c'est-à-dire la plus populaire parmi les adultes. Facebook est connu comme une plateforme pour les réseaux personnels, communautaires et d'intérêt ; cependant, spécifiquement dans ses pages et discussions publiques, il abrite également une nature plus activiste, orientée vers la formation d'identités politiques et une tentative d'influencer des débats politiques plus larges. En revanche, Twitter dans le monde est principalement utilisé par les élites politiques, les journalistes et les militant.es à des fins de communication professionnelle et de campagne publique.

A propos le contenu. Au-delà de leurs différents publics, les différentes plateformes de médias sociaux peuvent varier quant à la mesure dans laquelle les utilisateur.rices choisissent de publier des contenus politiques et quant à la mesure dans laquelle les contenus politiques de différents types sont rendus saillants et accessibles aux autres. Comme on le sait, Facebook utilise un puissant algorithme qui crée un fil d'actualité personnalisé composé principalement de publications de personnes avec lesquelles nous avons des liens étroits. Les discussions politiques entre ami.es sont susceptibles d'impliquer des positions et des interprétations convergentes, tandis que l'algorithme de la plateforme peut favoriser la présentation aux utilisateur.rices de points de vue similaires aux leurs. Sur Twitter, tout le contenu est accessible publiquement, bien que le fil d'actualité personnalisé soit façonné par les personnes que chaque utilisateur.rice choisit de suivre. Dans le même

temps, les utilisateur.rices peuvent également retrouver des contenus par hashtags, qui peuvent recouper divers points de vue politiques. Sur WhatsApp, les contenus sont façonnés par les membres d'une conversation ou d'un groupe, qui peuvent être plus ou moins hétérogènes. Les groupes WhatsApp que nous étudions ici comprennent des membres intéressé.es par la politique qui sont relativement hétérogènes sur le plan politique.

En ce qui concerne l'affordances pour le discours politique, nous considérons que les affordances au sens technologique vont au-delà des caractéristiques de conception, émergeant plutôt de l'interaction entre la conception d'une technologie et les choix faits par ses utilisateur.rices. Ici, nous allons considérer les trois plateformes à travers deux affordances principales : la connectivité (la capacité à construire des liens) et l'expressivité (la capacité à construire du contenu). Nous considérons que ces possibilités façonnent - mais ne déterminent pas - l'expression politique qui en résulte.

En termes de structuration des liens, les amitiés basées sur l'acceptation de Facebook concentrent la plupart des interactions des utilisateur.rices sur des liens sociaux forts, mais permettent également aux utilisateur.rices de suivre de manière asymétrique certaines pages publiques. Les liens asymétriques, qui ne nécessitent aucune confirmation de la part de l'utilisateur.rice suivi, sont caractéristiques de Twitter. Par conséquent, sur Twitter, il est beaucoup plus facile d'établir des liens qui ne sont pas étayés par des relations existantes, ce qui facilite la formation de réseaux divers. Sur WhatsApp, les utilisateur.rices décident indépendamment des groupes auxquels ils/elles veulent adhérer, mais ont peu de contrôle sur la composition du groupe. Et sur Facebook, il est probable qu'ils/elles créent des interactions principalement avec d'autres personnes ayant des positions et des interprétations similaires. Les réseaux Twitter devraient être un peu plus diversifiés, tandis que les groupes WhatsApp étudiés ici peuvent exposer les utilisateur.rices à un éventail de voix plutôt varié.

En ce qui concerne l'expressivité, l'étroite limite de caractères de Twitter facilite les brèves expressions de soutien ou de contestation, mais repose sur le contenu lié pour une élaboration plus poussée. L'organisation peu structurée des tweets contribue également à la fragmentation des discussions. En revanche, la capacité de Facebook à transmettre des messages multimédias complexes facilite la publication de messages plus substantiels et de

conversations en continu. La structure séquentielle de WhatsApp favorise les discussions en cours, mais concentre les interactions sur des conversations quasi simultanées, tandis que le contenu passé disparaît rapidement de la vue.