



HAL
open science

(Re)constuire la temporalité d'un événement médiatique sur Twitter : une étude contrastive

Tatiana Kondrashova, Alexander Frame, Sergey Kirgizov Kirgizov

► To cite this version:

Tatiana Kondrashova, Alexander Frame, Sergey Kirgizov Kirgizov. (Re)constuire la temporalité d'un événement médiatique sur Twitter : une étude contrastive. Temps, temporalités et information-communication, SFSIC, Jun 2016, Metz, France. hal-02116677

HAL Id: hal-02116677

<https://hal.science/hal-02116677>

Submitted on 1 May 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

(Re)constuire la temporalité d'un événement médiatique sur Twitter : une étude contrastive

Tatiana Kondrashova

Doctorante à l'Université de Bourgogne, CIMEOS

Alexander Frame

MCF à l'Université de Bourgogne, TIL

Sergey Kirgizov

ATER à l'Université de Bourgogne, Le2i

Mail : Tatiana.Kondrashova@u-bourgogne.fr

Résumé : En examinant la temporalité d'un « événement » sur Twitter, à travers les tweets d'acteurs politiques dans quatre pays, cette étude contribue à enrichir notre compréhension du processus de médiatisation de la communication politique via les réseaux socio-numériques. A partir des traces laissées sur le réseau par ses utilisateurs, la contribution cherche à identifier un « événement » médiaté qui se manifesterait dans des discours des acteurs politiques comparés à la twittosphère.

Mots clés : Temporalité d'un événement médiatique, communication politique, Twitter, analyse contrastive

(Re)constructing the temporality of media events on Twitter: a contrastive study

Abstract : This study proposes to enrich our understanding of the mediatization of political communication via digital social networks, by examining the temporality of an "event" on Twitter, through the tweets of politicians in four countries. It seeks to identify a mediatized "event" on Twitter based on the traces left on the platform by its users. The objective is to better understand the way politicians use the tool before, during and after the "event" as manifested on the network.

Keywords : Media event, temporality, political communication, Twitter, contrastive analysis.

Les Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) ont profondément bouleversé notre relation au temps en bousculant la linéarité de circulation de l'information propre aux médias traditionnels. Inscrit dans le contexte de mondialisation, un événement devient « décentralisé » (Volkmer, 2008) dans la mesure où il est communiqué par une variété de plateformes médiatiques, y compris par le biais des réseaux socio-numériques, où les utilisateurs deviennent co-constructeurs du sens. En effet, l'identification et la définition même d'un événement deviennent difficiles à saisir, du fait de la temporalité des médias et des médias socio-numériques en particulier, qui n'est pas celle des « faits objectifs ». « L'événement » sur les réseaux, marqué par une intensité d'activité autour d'un même sujet, peut ne pas correspondre, sur le plan temporel, à « l'événement » tel qu'il est vécu par ceux qui y sont impliqués. Cette possibilité d'une reconfiguration de la temporalité médiatique mérite une analyse plus approfondie.

Notre contribution s'intéresse ainsi à la temporalité des « événements » médiatiques et politiques, et à la manière dont la communication massive en « temps réel » via les réseaux socio-numériques participe à la reconfiguration de cette dernière. En nous appuyant sur les cadres épistémologiques de la médiatisation (Krotz, 2007 ; Couldry et Hepp, 2013) et de la postmodernité et ses simulacres (Baudrillard, 1985), nous cherchons à identifier et à analyser les relations entre des « faits » du monde réel et la manière dont l'« événement » est construit socialement, discursivement, à partir de ces « faits », sur les réseaux et notamment en communication politique sur l'exemple des tweets.

Prenant l'exemple de Twitter, et de tweets en langues allemande, anglaise, française, et russe, envoyés pendant le mois de mai 2014, en relation avec les tensions géopolitiques autour de la Crimée, nous examinons la relation entre la chronologie des faits politiques, sociaux et environnementaux qui ont lieu dans le monde réel et l'écho

de ces faits en tant qu'« événements » (Mercier, 2006) socialement construits dans la twittosphère. L'analyse établit d'abord la temporalité de ces « événements » sur Twitter, telle qu'elle peut être mesurée à partir des tweets utilisant certains hashtags dans les quatre langues. Une comparaison des quatre corpus linguistiques met par la suite en évidence les différences entre les « événements » perçus selon la langue. Une deuxième phase d'analyse a pour objectif d'identifier la temporalité propre aux discours politiques autour de ces mêmes « événements » et la manière dont certains acteurs politiques allemands, britanniques, français et russes construisent, alimentent, prétextent et réagissent à ces « événements » à travers leurs tweets.

En comparant, pour chaque pays, la temporalité de ces événements (a) sur Twitter en général et (b) dans les tweets politiques, cette étude contribue à la compréhension de ce phénomène de la reconstruction temporelle d'un événement dans les tweets, tout en enrichissant notre compréhension du processus de médiatisation de la communication politique via les réseaux socio-numériques. Il s'agit de questionner la temporalité de discussions autour d'un événement dans les tweets politiques comparée à toute la twittosphère. Quelles sont les stratégies mises en place par les acteurs politiques pour « exister » au sein de cet espace ? Du point de vue de l'analyse temporelle, quel est le rôle des acteurs politiques dans la construction même de ces événements médiatiques sur Twitter : leurs tweets jouent-ils un rôle de « catalyseurs d'événements » (caisse de résonance) ou cherchent-ils plutôt à surfer sur la crête d'un hashtag déjà populaire ?

Ancrage théorique : médiatisation de la politique et temporalité des TIC

Le modèle épistémologique de la médiatisation confère aux médias une place importante dans la description des événements, mais aussi un rôle majeur dans la modélisation même des attitudes envers ces derniers (les concepts d'*agenda-setting*, *framing*, *priming*) (Couldry et Hepp, 2013). Ce méta-processus (Krotz, 2007) influence le développement de la société dans ses différentes facettes et, entre autres, de la sphère politique. Celle-ci n'obéirait plus à des logiques purement politiques (*political logic*) mais serait amenée à intégrer les logiques (temporelles, formelles) des médias (*media logic* : Altheide et Snow, 1979 ; Klinger et Svensson, 2014). En adaptant leur communication aux contraintes des médias (personnalisation du politique, autoproduction d'images et de *soundbites*, sensationnalisme, *politainment*...), les

acteurs politiques cherchent à tirer profit d'une couverture médiatique accrue ou perçue comme davantage favorable.

La temporalité accélérée des réseaux socio-numériques (Colson *et al.*, 2013) et les phénomènes de « double écran » (Mercier, 2006 ; Laborde 2013) ou *second screen* ou *dual screening* (Vaccari, 2015) tendent à bousculer encore la linéarité convenue des médias traditionnels. De cette façon, la réalité médiatique construite presque *im-média-tement* durant un « événement » peut sembler encore plus signifiante que l'« événement » en lui-même (Strömbäck, 2008). Elle prend des proportions plus importantes en faisant naître des pseudo-événements et des événements médiatiques (Mercier, 2006) qui sont des produits médiatiques purs.

Parmi ces réseaux socio-numériques, Twitter est devenu un dispositif de prédilection pour un certain nombre d'acteurs politiques dans différents pays, comme en témoigne la riche littérature scientifique dans ce domaine (cf. Jackson et Lilleker, 2011 ; Ausserhofer et Maireder, 2013). Une majorité des études dénonce le manque d'interactivité que témoignent les tweets des politiques, lorsqu'ils se contentent de « diffuser des informations », leur reprochant souvent de ne pas exploiter le potentiel du dispositif pour interagir avec leur électorat. Or, il semblerait que ce n'est pas l'intérêt principal de l'outil perçu par les acteurs politiques, pour qui c'est l'instantanéité et l'ubiquité du dispositif qui semblent primer sur sa fonction interactive : il leur permet de rester au courant de l'actualité politique et médiatique et de 'prendre la parole' en continu et en temps réel, même lorsqu'ils n'ont pas accès à d'autres médias (Frame, 2015). D'autres études se penchent sur l'analyse contrastive des tweets politiques de différents pays (Frame et Brachotte, 2013 ; Thimm *et al.*, 2016 ; Graham *et al.*, 2014) et mettent en avant des logiques plus ou moins spécifiques en fonction des contextes nationaux politiques, médiatiques et sociaux.

L'événement médiatique et l'espace public sur Twitter

Partant d'une conception de l'événement en tant que construit social, cette étude s'intéresse tout particulièrement à ce que Bernard Lamizet (2006) appelle l'« événement médiaté », c'est-à-dire un événement auquel les médias donnent « la matérialité et la consistance d'un signe, en l'inscrivant dans une sémiotique de l'écriture et, plus généralement, de la culture. Dans ces conditions, l'événement médiaté a un double statut. Il est à la fois une matière première, la cause à partir de quoi s'engage le processus réel qui donnera naissance aux

médias et aux formes de la communication dans l'espace public, et un ensemble de formes symboliques, dont la signification fait l'objet d'une interprétation et d'une reconnaissance par ceux qui appartiennent à l'espace de la sociabilité » (Lamizet, 2006 : 56).

Parlant des formes symboliques qui naissent dans l'espace de la sociabilité, engendrées par un événement médiaté, Lamizet évoque un espace public qui ne constitue pas l'espace de la circulation des sujets, mais bien celui de la circulation des signes et des représentations. Cette réflexion rejoint la représentation de l'espace public chez Eric Dacheux (2008), en ses trois facettes politique, économique et symbolique. Dans le contexte de la mondialisation et de la médiatisation, qui contribue à la porosité des frontières nationales, Volkmer (2008) propose de parler des médias comme d'une partie de l'espace public globalisé. Dans cette logique, la twittosphère, définie comme l'espace public des échanges symboliques sur la plateforme Twitter, est ici considérée comme faisant partie de cet espace public globalisé. La twittosphère intègre ainsi, techniquement, tous les tweets dans toutes les langues, mais elle est socialement construite dans l'usage en sous-espaces linguistiques, thématiques, d'affinité, etc. Parmi ces sous-espaces, on peut distinguer des utilisateurs qui envoient des messages sur Twitter liés à un événement particulier, ce que Caja Thimm (2015) propose d'appeler des '*mini-publics*'. Sur Twitter, ces *mini-publics* peuvent être structurés autour d'un ou de plusieurs hashtag(s), ou encore d'un ou de plusieurs compte(s) d'utilisateurs, voire d'une combinaison de ces éléments. Le fait de suivre un compte ou de rechercher un hashtag permet aux utilisateurs de Twitter (les « twittos ») d'accéder aux messages associés à ces éléments et éventuellement de réagir et d'échanger avec d'autres twittos à ce propos. Les *mini-publics* peuvent être de différentes natures, explique Thimm, mais nous nous intéressons dans cet article à ceux créés autour des événements (les « *event-driven mini-publics* »).

Les limites de la notion d'« événement médiaté » sont difficilement définissables puisqu'il subsiste une confusion constante entre « événement » (*event*) et « actualités » (*news*) selon Seeck et Rantanen (2015), que les médias rendent « médiatiques ». Les médias contribuent à définir, par leur logique propre, quels faits atteignent le statut d'événements *médiatés*. Ils effectuent un tri en fonction de la nature même du fait réel, de sa valeur émotionnelle, de la possibilité de le couvrir médiatiquement mais aussi de son accessibilité au niveau culturel, sa coïncidence avec les habitudes, les croyances et les traditions nationales (Mercier, 2006). Néanmoins, comme aujourd'hui le public

devient un « co-producteur » de sens à côté des médias, nous pouvons parler de « l'événement médiatique hybride », qui est co-construit par les médias et le public (Vaccari, 2015).

Cependant, il est important de souligner la distinction faite ici entre, d'une part, les « événements médiatiques » ou « *media events* » au sens classique de Dayan et Katz (1992), appliqués à la télévision et, d'autre part, les faits réels auxquels on peut attribuer le statut d'« événement » médiatique, à l'âge d'internet et des médias sociaux. Une fois médiatisé, l'événement devient médiaté au sens de Lamizet : il acquiert une dimension représentative et symbolique, et par conséquent, peut donner suite à un événement médiatique (un produit médiatique pur).

Or, lorsqu'on applique le terme aux médias sociaux, le statut d'événement est directement lié au degré d'intérêt et d'activité visible suscités par tel ou tel fait réel dans les médias, de la part des utilisateurs. Sur le plan méthodologique, cette distinction a son importance, car il s'agit alors non pas de répertorier seulement les événements anticipés, annoncés et mont(r)és comme tels dans les médias, mais aussi de définir l'événement en fonction du « bruit » généré sur les réseaux.

Dispositif d'analyse : méthodologie et corpus

La problématique abordée ici est celle de la temporalité des discussions autour d'un événement, à partir d'un fait réel - « le réel de l'événement » qui lui-même est privé de la temporalité, vu qu'il n'est décrit qu'une fois l'événement passé (Lamizet, 2006) - et jusqu'à la création éventuelle des événements médiatiques relatifs à ce fait par les médias et leurs utilisateurs, y compris les figures politiques de différents pays. Les tweets des acteurs politiques seront comparés, sur un axe temporel, aux événements médiatés ou aux discussions y reportant qui circulent dans la twittosphère.

L'étude porte sur un corpus constitué de l'ensemble des tweets contenant au moins un parmi une liste de 12 hashtags pour chaque langue, liés au rattachement de la Crimée à la Russie et aux tensions géopolitiques qui l'ont suivi (à titre d'exemple #Crimée, #Ukraine, #Poutine...), collectés pendant le mois de mai/début juin 2014. A partir de ce corpus global, divisé par langue, les tweets des élus nationaux russes et des candidats aux élections européennes en Allemagne, en France et en Grande-Bretagne ont été isolés.

Cette approche « bottom up » de l'événement médiaté cherche à détecter ou à définir les événements en fonction de l'activité sur les

réseaux sociaux. Il a été décidé de partir non pas d'une liste de faits réels qui se sont produits pendant la période en question pour voir comment la temporalité des tweets peut correspondre à cette réalité, mais bien de partir des tweets eux-mêmes, filtrés selon la liste préétablie d'hashtags, afin de chercher des pics d'activité qui pourraient constituer ou non des « événements »¹.

La détection des événements, dans le cadre de ce projet, a consisté à isoler des changements d'intensité d'utilisation d'hashtags et d'établir des marqueurs de début et surtout de fin d'« événement ». Pour ce faire, une application web a été développée (Kirgizov *et al.*, 2015) qui permet de sélectionner un intervalle correspondant à un événement supposé, puis de lancer différents algorithmes afin d'en obtenir une description en termes de hashtags ou d'utilisateurs les plus populaires [Figures 1-8]².

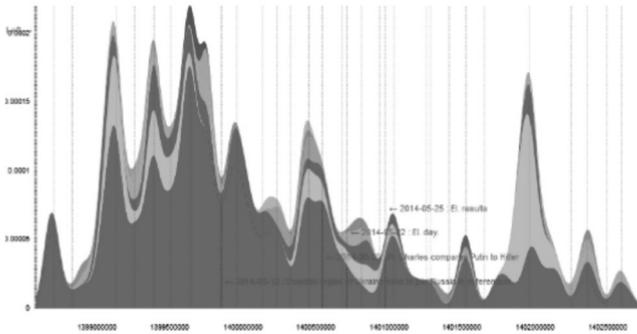


Figure 1 - Politiques France

1. Ces pics pourraient aussi représenter des artefacts de la méthode utilisée, au cas où, par exemple, tel ou tel hashtag sélectionné est utilisé de manière fréquente mais sans rapport avec un fait du monde réel, ou alors en lien avec un fait qui ne rentre pas dans le domaine étudié. A titre d'exemple, le championnat du monde de hockey sur glace a créé un pic d'utilisation dans le corpus russe (*infra*), mais celui-ci a été écarté de l'analyse car non directement en lien avec la situation géopolitique en Ukraine.

2. D'un point de vue informatique, les réseaux complexes que nous étudions, deviennent de plus en plus grands. Ils changent leurs structures au fil du temps. Pour étudier l'évolution de la structure de ces réseaux, pour visualiser un grand nombre de liens à la fois, pour localiser et décrire les événements, en appliquant l'intuition et les théorèmes de l'analyse mathématique, il est pertinent de « passer du discret au continu » et commencer à envisager des réseaux dynamiques avec une fonction de présence continue, c'est-à-dire de type Temps R . La version normalisée de cette fonction (Temps $[0,1]$) peut être considérée comme la probabilité d'avoir un lien à un moment donné. Ce passage permettrait d'élargir le champ des outils applicables et d'avoir une meilleure compréhension de ce qui se passe dans les grands réseaux. Nous proposons de « passer du discret au continu » via l'estimation par noyau (Rosenblatt *et al.*, 1956, Parzen, 1962). Ce passage nous permet de visualiser un grand nombre de tweets à la fois, de localiser et de décrire/caractériser les « événements ».

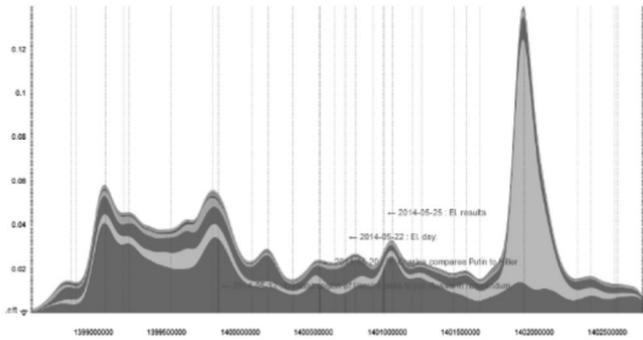


Figure 2 - Twittosphère France

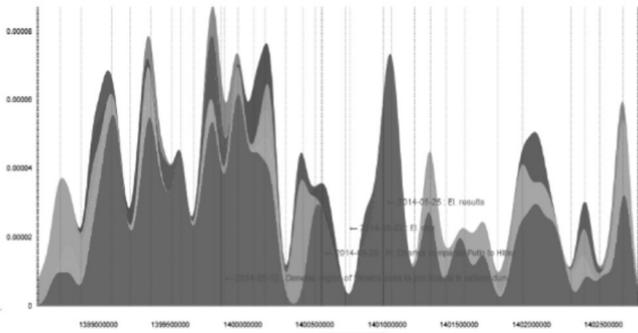


Figure 3 - Politiques Allemagne

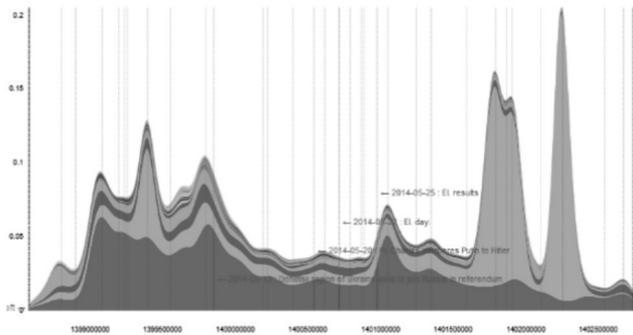


Figure 4 - Twittosphère Allemagne

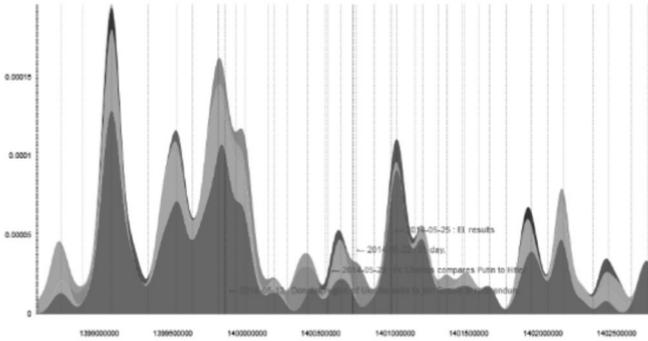


Figure 5 - Politiques Royaume-Uni

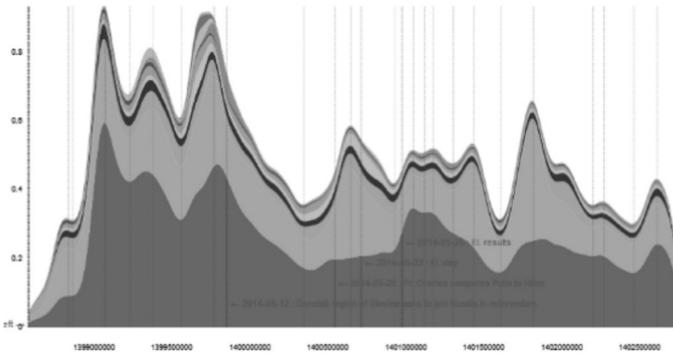


Figure 6 - Twittosphère Royaume-Uni

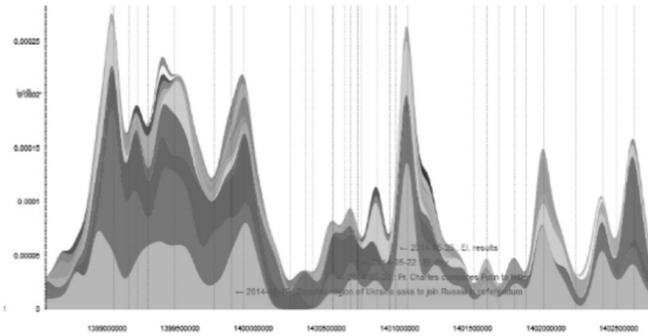


Figure 7 - Politiques Russie

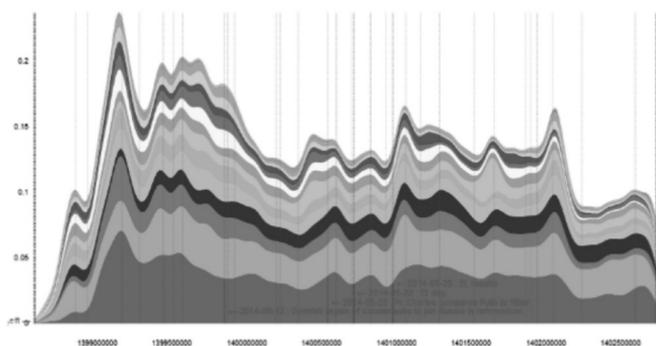


Figure 8 - Twittosphère Russie

Cette application nous a permis d'isoler des pics d'utilisation des hashtags, afin de distinguer des périodes pouvant correspondre à des événements médiatisés en relation avec les mots clés préalablement déterminés, pour chaque corpus national/linguistique. Cette visualisation met en avant les décalages entre le réel de l'événement, sa mise en avant dans la twittosphère [Figures 2, 4, 6, 8], et dans les discours des acteurs politiques de chaque pays [Figures 1, 3, 5, 7]. Elle nous a également permis d'identifier les pics convergents entre les graphiques représentant la twittosphère nationale et les discours des politiques de chaque pays respectivement. Les fourchettes de tweets des hommes/femmes politiques correspondant à des pics les plus marquants des twittosphères nationales ont été analysés plus en détails [Tableau 1] (analyse du contenu), afin d'étudier les thématiques abordées par les figures politiques ainsi que leur rôle (précurseur, réactif) par rapport à la temporalité de cet événement médiatisé sur Twitter.

Nombre de tweets par pays	France	Allemagne	Royaume-Uni	Russie
1 ^{er} fourchette de tweets	25	2	21	20
2 ^e fourchette de tweets	25	3	26	25
3 ^e fourchette de tweets	24	11	8	31
TOTAL	74	16	55	76

Tableau 1 - Récapitulatif des fourchettes de tweets correspondant aux pics de discussion dans la twittosphère

Résultats et discussion

En comparant, dans un premier temps, la temporalité de postage de tweets relatifs à notre «événement» par des hommes/femmes politiques et des événements médiatisés marqués par des pics dans chaque twittosphère nationale, nous remarquons d'emblée des divergences. Concernant la France, les acteurs politiques sont particulièrement actifs au début de la période ce qui peut s'expliquer par les élections à venir, tandis que la twittosphère francophone en général ne révèle pas de pics intenses en cette période. Un pic important converge après les élections pour les deux graphiques [Figure 1 et 2] dû à la popularité accrue de #Poutine (en orange). Dans le cas de l'Allemagne, l'activité avant les élections est également intense pour les candidats politiques. Il est intéressant de noter qu'un pic de discussion fut enregistré dans la twittosphère allemande autour de #Russia (violet), alors que #Russland (rose) en langue allemande est beaucoup moins présent [Figure 3, 4]. En ce qui concerne le Royaume-Uni [Figure 5,6], dans le discours politique nous observons des pics réguliers relativement espacés par rapport aux discours politiques d'autres pays. La twittosphère britannique révèle une discussion constante autour des hashtags populaires (#Ukraine, #Russia) avec de légers pics. Enfin, pour la Russie, le hashtag le plus présent dans le discours politique est *Rossia* (en russe) ce qui le différencie de celui des homologues européens où le hashtag de base est #Ukraine. La twittosphère russe est marquée par la production abondante de messages relatifs à l'Ukraine, le hashtag le plus présent est #Ukraine (en anglais), et se différencie d'autres twittosphères par la diversité thématique et l'activité intense constante [Figure 7, 8].

En scrutant la fréquence de publication de tweets dans des fourchettes de tweets soumises à l'analyse du contenu [Tableau 1], nous remarquons également des décalages entre les discours politiques et les twittosphères nationales. Ils sont plus flagrants dans le cas de l'Allemagne où deux des plus grands pics de discussion dans la twittosphère correspondent à des creux d'activité pour les tweets politiques (fourchettes 1 et 2). Par contre, le troisième pic relativement modeste dans la twittosphère allemande correspond à un pic de discussion d'envergure dans les discours politiques (fourchette 3), visiblement lié à la rencontre entre Lavrov et Steinmeier. Un autre panorama se dessine dans le cas de la France, où le pic de discussion le plus important dans la twittosphère française est comparable en intensité à celui des discours politique (fourchette 1), qui est provoqué

par une interview donnée par Poutine à la presse française. Le deuxième pic par importance pour la twittosphère française est aussi un pic d'envergure pour les politiques. L'analyse du contenu montre que la source de ce dernier est le feu à Odessa (fourchette 2). Le troisième plus grand pic de la twittosphère française correspond à un pic moins prononcé dans le cas des discours politiques et il porte sur l'Eurovision (fourchette 3). Dans le cas du Royaume-Uni, les deux premiers pics manifestent une convergence harmonieuse en intensité de postage entre les discours politiques et la twittosphère. L'analyse du contenu montre que le premier pic dans le cas des tweets politiques est concentré sur la discussion autour du feu à Odessa et le deuxième – sur l'Eurovision (en partie) (fourchettes 1 et 2). Le troisième pic de la twittosphère britannique ne correspond pas explicitement à un pic de discussion dans le cas des candidats politiques, l'analyse du contenu montre que ce dernier porte sur le débat autour des citations de William Hague (fourchette 3). Concernant la Russie, les résultats sont ambivalents, le premier pic important de la twittosphère russe correspond à un pic modéré des discours politiques dont la thématique est le feu à Odessa (fourchette 1), tandis que le deuxième pic de la twittosphère n'est que la fin de la discussion dans le cas des tweets politiques (il porte sur la victoire dans la Seconde Guerre Mondiale, fourchette 2). Enfin, le troisième pic relativement modéré dans la twittosphère russe correspond à un pic bien prononcé dans le discours politique (fourchette 3), son sujet principal est le championnat du monde de hockey.

Le tableau suivant [Tableau 2] présente la comparaison thématique entre les objets de discussions circulants dans la twittosphère (exprimés en nombre de hashtags par pics) et ceux qui prévalent dans les discours politiques (exprimés en nombre de hashtags par fourchettes qui correspondent aux pics). La comparaison est basée sur trois hashtags les plus populaires d'un pic et d'une fourchette correspondante.

Ces résultats nous amènent à réfléchir sur les stratégies selon lesquelles les hommes/femmes politiques de différents pays utilisent les faits du monde réel en les transformant en événements médiatisés, voire médiatiques. Il est également à noter que les faits / événements en question (comme le feu à Odessa ou l'Eurovision) deviennent 'politisés' à travers les discours politiques qui leur confèrent le statut d'événements médiatisés. Les figures politiques semblent essayer de 'surfer' sur les événements populaires dans la twittosphère, comme, par exemple dans le cas de l'Eurovision, néanmoins, ils les inscrivent dans le contexte politique [Tableau 2, contexte britannique]. N'étant

pas toujours convergents avec les événements perçus comme tels par la twittosphère nationale, les acteurs politiques semblent se préoccuper de leur visibilité dans l'espace de sociabilité ou *mini-publics*, relatifs au sujet. Ils ont tendance à 'ramener' les tweets publiés aux sujets d'actualité en créant des 'événements médiatiques' tandis que les twittosphères nationales semblent être en mouvement constant avec des remontées périodiques autour des hashtags populaires.

Thématiques par pic (3 hashtags les plus populaires)	1 ^{er} pic et 1 ^{re} fourchette	2 ^e pic et 2 ^e fourchette	3 ^e pic et 3 ^e fourchette
France (les politiques)	21 #ukraine 7 #poutine 4 #russie	21 #ukraine 4 #eurovision 3 #urss	17 #poutine 6 #ukraine 3 #russie
France (twittosphère)	6 998 #ukraine 1 361 #russie 1 143 #odessa	6 810 #ukraine 1 744 #russie 1 252 #eurovision	18 796 #poutine 3 972 #ukraine 2 717 #russie
Allemagne* (les politiques)	9 #ukraine 2 #frankfurt 1 #flüchtlinge	-	-
Allemagne (twittosphère)	10 153 #ukraine 8 199 #russia 5 831 #sunset	19 677 #russia 18 498 #inspiration 18 497 #woman	25 307 #russia 25 121 #cge 25 054 #inspiration
Royaume-Uni (les politiques)	20 #ukraine 7 #russia 5 #odessa	7 #ukraine 3 #russia 1 #eu	21 #ukraine 7 #russia 4 #eurovisionsong-contest2014
Royaume-Uni (twittosphère)	108 571 #ukraine 36 736 #russia 20 112 #odessa	102 989 #ukraine 41 996 #russia 12 452 #putin	113 439 #ukraine 58 664 #russia 18 771 #eurovision
Russie (les politiques)	10 #украина 9 #одесса 8 #ukraine	9 #ukraine 8 #russia 8 #россия	17 #россия 8 #украина 7 #хоккей
Russie (twittosphère)	12 231 #ukraine 5 504 #украина 4 300 #russia (#odessa présent)	10 562 #ukraine 7 326 #russia 3 154 #россия	7 239 #ukraine 5 791 #russia 2 184 #россия (#hockey présent)

*Le nombre de tweets dans les deuxième et troisième fourchettes est trop peu important pour en juger.

Tableau 2 - La comparaison thématique à travers trois hashtags les plus populaires

BIBLIOGRAPHIE

ALTHEIDE D. L. & SNOW R. P. (1979). *Media Logic*. Beverly Hills, Calif, SAGE Publications.

AUSSERHOFER J & MAIREDER A. (2013). National Politics on Twitter. *Inf. Commun. Soc.* Vol. 16, n° 3, p. 291-314.

BAUDRILLARD J. (1985). *Simulacres et simulation*. Paris, Editions Galilee.

COLSON V, DE MEYER J. & LE CAM F. (2013). *Du Pigeon Voyageur À Twitter. Histoire Matérielles Du Journalisme*. Belgique, Espace de libertés.

COULDRY N. & HEPP A. (2013). Conceptualizing Mediatization: Contexts, Traditions, Arguments. *Commun. Theory*. Vol. 23, n° 3, p. 191-202.

DACHEUX E. (2008). Les trois dimensions de l'espace public. *Recherches en communication*, p. 10-27.

DAYAN D., & KATZ E. (1992). *Media Events. The Live Broadcasting of History*. Cambridge (MA): Harvard University Press.

FRAME A. & BRACHOTTE G. (2013). Les campagnes des campagnes: Mise en scène de la vie publique et privée. *Commun. Électronique En Quest*. Peter Lang, p. 387-402.

FRAME A. & BRACHOTTE G. 2015. Le tweet stratégique: Use of Twitter as a PR tool by French politicians. *Public Relat. Rev.* Vol. 41, n° 2, p. 278-287.

GRAHAM T., JACKSON D. & BROERSMA M. (2016). New platform, old habits? Candidates' use of Twitter during the 2010 British and Dutch general election campaigns. *New Media Soc.*, vol. 18, n° 5, p. 765-783

JACKSON N. & LILLEKER D. (2011). Microblogging, Constituency Service and Impression Management: UK MPs and the Use of Twitter. *J. Legis. Stud.* Vol. 17, n° 1, p. 86-105.

KIRGIZOV S., LECLERCQ E., SAVONNET M., FRAME A. & BASAILLE-GAHITE I. (2015). A web application for event detection and exploratory data analysis for twitter data. In *Twitter at the European Elections 2014 : International Perspectives on a Political Communication Tool*.

KLINGER U. & SVENSSON J. (2014). The emergence of network media logic in political communication: A theoretical approach. *New Media Soc.*

KROTZ F. (2007). The meta-process of 'mediatization' as a conceptual frame ». *Glob. Media Commun.* Vol. 3, n° 3, p. 256-260.

LABORDE B. (2013). Présidentielles 2012: Quand la campagne s'invite au grand journal de Canal+. *Télévision*. Vol. 1, n° 4, p. 43-60.

LAMIZET B. 2006. *Sémiotique de l'événement*. Paris, Lavoisier.

MERCIER A. (2006). Logiques journalistiques et lecture événementielle des faits d'actualité. *Hermès*. Vol. 46, n° 3, p. 23–35.

MERCIER A. (2015). Twitter as a Counter Public Sphere. Polemics in the Twittersphere during French Electoral Campaigns.

PARZEN E. (1962). On estimation of a probability density function and mode. *The annals of mathematical statistics*, Vol. 33, n°3, p. 1065–1076.

ROSENBLATT M. (1956). Remarks on some nonparametric estimates of a density function. *The Annals of Mathematical Statistics*, Vol. 27, n° 3, p. 832–837.

SEECK H. & RANTANEN T. (2015). Media events, spectacles and risky globalization: a critical review and possible avenues for future research. *Media, Culture & Society*. Vol. 37 n° 2, p. 163 –179.

STRÖMBÄCK J. (2008). Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *The International Journal of Press/Politics*. Vol. 13, n° 3, p. 228-246.

THIMM C., FRAME A., EINSPÄNNER-PFLOCK J., LECLERCQ E. & ANASTASIADIS M. (2016). The EU Election on Twitter: Comparison of German and French Candidates' Tweeting Styles. *Eur. 2014 Int. Stud. Zur Rolle Medien*. Springer VS, p. 176-204.

THIMM C. (2015). The mediatization of politics and the digital public sphere: the dynamics of mini-publics. In A. FRAME & G. BRACHOTTE (Eds.), *Citizen Participation and Political Communication in a Digital World*. New York: Routledge, pp. 167–183.

THIMM C., EINSPÄNNER J. & DANG-ANH M. (2012). Politische Deliberation Online – Twitter Als Element Des Politischen Diskurses. *Mediatisierte Welten: Forschungsfelder und Beschreibungsansätze*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, p. 95-117.

VACCARI C., CHADWICK A. & O'LOUGHLIN B. (2015). Dual Screening the Political: Media Events, Social Media, and Citizen Engagement. *Journal of Communication*, vol. 65, p. 1041–1061.

VOLKMER I. (2008). Conflict-related media events and cultures of proximity. *Media, War & Conflict*. Vol. 1 n° 1, p. 90–98.

ZEPPELZAUER M. & SCHOPFHAUSER D. (2016) Multimodal classification of events in social media, *Image Vis. Comput.* <http://dx.doi.org/10.1016/j.imavis.2015.12.004>, consulté le 30 mars 2016.

