



HAL
open science

Les Gilets Jaunes : quatre ans plus tard, tentative d'archéologie médiatique

Laurent Thiong-Kay

► **To cite this version:**

Laurent Thiong-Kay. Les Gilets Jaunes : quatre ans plus tard, tentative d'archéologie médiatique. Actes du Colloque " De la valse des ronds-points aux cahiers de la colère ", dirigé par Della Sudda M., Lefèvre J-P., Robin P., Rebellio Editions, pp. 169-182., 2023. hal-04710872

HAL Id: hal-04710872

<https://hal.science/hal-04710872v1>

Submitted on 26 Sep 2024

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.

LES GILETS JAUNES : QUATRE ANS PLUS TARD, TENTATIVE D'ARCHÉOLOGIE MÉDIATIQUE¹

Par Laurent THIONG-KAY *

Apparu à la fin de l'année 2018, le mouvement social des Gilets jaunes a su s'imposer dans l'espace public. Cette mobilisation protéiforme² se caractérise alors d'emblée puis durablement par son événementialité complexe³. En effet, le traitement journalistique dont bénéficie le mouvement diffère en fonction des types de médias (presse audiovisuelle, presse papier nationale/régionale, *pure-players* d'informations en ligne, etc.). Le regard de la presse évoluera également à considérer la trajectoire du conflit qui l'oppose au gouvernement. Le champ journalistique n'a toutefois pas le monopole du récit sur le mouvement. Les réseaux socionumériques, dans leur diversité technique, sont utilisés par les membres de cette mobilisation ou par ses opposants. Ces dispositifs socio-techniques véhiculent alors des représentations, des discours et des contenus qui qualifient cette contestation inédite dans ses répertoires d'actions collectives⁴ et dans son hétérogénéité idéologique et sociale⁵.

Notre intérêt pour cet objet de recherche s'est concrétisé avec la constitution d'un collectif interdisciplinaire de chercheurs du Laboratoire d'Études et de Recherches Appliquées en Sciences Sociales (LERASS) de Toulouse. Dès le début du mouvement, il nous a semblé que les acteurs de la sphère médiatique s'empressaient de

¹ Les notes de bas de page renvoient aux références bibliographiques publiées en fin d'article.

*** Docteur en Sciences de l'Information et de la Communication, Laboratoire d'Études et de Recherches Appliquées en Sciences Sociales (LERASS).

² Sedda, 2022.

³ Sebbah, Mercier 2022.

⁴ Tilly, 1995.

⁵ Collectif d'enquête sur les Gilets jaunes, 2019.

qualifier un mouvement dont on ne savait rien. Dans le même temps, nous avons été surpris par l'utilisation massive, stratégique et expressive des réseaux socionumériques par la mobilisation, d'abord avec la pétition de Priscillia Ludosky, puis avec la création et l'animation de nombreux Groupes Facebook. À l'aide de la méthode d'enquête lexicométrique et du logiciel libre *Iramuteq* qui nous permet de constituer puis d'analyser d'importants corpus de données (presse, réseaux socionumériques), notre collectif du LERASS a souhaité objectiver le traitement médiatique de presse écrite sur les Gilets Jaunes, puis documenter ce que les membres de cette mobilisation disaient d'eux même sur Internet.

Sans prétendre à l'exhaustivité, nous souhaitons revenir ici sur les traits les plus saillants et originaux de cette médiatisation. Pour ce faire, nous nous appuyerons empiriquement sur les cinq rapports de recherche que nous avons à l'époque réalisés en temps réel¹. Ces analyses seront complétées par les travaux que nos collègues d'autres laboratoires en Sciences Humaines et Sociales ont mené depuis. Notre démarche sera, en un sens, chronologique. Nous partirons de l'éclosion du mouvement sur Facebook, avant d'analyser synthétiquement la manière dont la mobilisation est appréhendée puis traitée journalistiquement. Ce point sur le rapport du champ journalistique au mouvement nous permettra d'introduire, enfin, la manière dont la mobilisation cherche à produire un contre-récit : comme bien d'autres mouvements sociaux contemporains, les Gilets Jaunes se sont constitués avec l'intégration continuellement réflexive de leur représentation dans les médias dominants. Ils cherchent ainsi à y répondre, et les réseaux socionumériques leur offrent aussi cette possibilité.

¹ Pour consulter ces rapports, voir le site de l'OPSN du LERASS : <https://www.lerass.com/opsn/>.

Les Gilets jaunes sur Facebook : organisation et axiologie de l'action collective

Dans la droite lignée des Nouveaux Mouvements Sociaux, ce « *paradigme interprétatif, qui analysant des formes inédites de mobilisation, veut repenser les mouvements sociaux d'une société postindustrielle, d'un "après" du monde ouvrier¹* », les Gilets Jaunes sont composés d'individus – politisés au préalable ou non – qui entretiennent un rapport distancié vis-à-vis des organisations politiques et syndicales traditionnelles. L'irruption spontanée du mouvement ainsi que son absence d'organisation et de théorisation préalables en font un mouvement de type « *préfiguratif²* », construisant le sens de son engagement dans l'action. Ce relatif déficit théorique et organisationnel, ainsi que sa très nette décentralisation avec l'occupation des ronds-points du territoire national amènent ses membres à spontanément utiliser les *affordances³* de Facebook pour s'organiser. Comme l'explique un collectif de chercheurs du Médialab de Sciences Po : « *certaines spécificités de l'architecture informationnelle de ce réseau social ont en effet révélé leurs affinités avec des traits importants de la sensibilité politique diffuse des Gilets jaunes. C'est d'abord le cas des jeux d'échelles de l'organisation des échanges sur Facebook qui rend possible, grâce aux paramètres de visibilité et aux logiques de proximité du réseau social, la création d'un écosystème de pages et de groupes associant des ancrages territoriaux circonscrits à des groupes globaux à forte visibilité internationale. [...] La distribution polyphonique de l'expression a aussi permis aux Gilets jaunes de faire de Facebook un espace de coordination sans avoir à créer une organisation commandée et centralisée. [...] Même si les Gilets jaunes ont trouvé d'autres formes de coordination, par exemple avec le dispositif de l'Assemblée des assemblées, la plateforme de l'entreprise de "Mountain View" apparaît ainsi de facto*

¹ Neveu, 2011, p.60.

² Pleyers, 2016.

³ Tüfekçi, 2019.

comme la principale structure organisationnelle du mouvement¹».

Le réseau socionumérique de Mark Zuckerberg est d'abord utilisé dans une optique d'organisation locale, *in situ*. Parmi les nombreux espaces numériques que nous avons étudiés avec le LE-RASS, l'on trouve par exemple le Groupe public « Manifestations du 17 novembre Cantal 15 », pour lequel, dès le début du mouvement, nous avons collecté 29188 commentaires. Ce groupe, comme bien d'autres, permet à ses utilisateurs d'identifier les lieux à occuper et sur lesquels se regrouper, de retrouver les infos pratiques sur le déroulement de la journée, d'aborder des questions de sécurité, de formuler des propositions d'initiatives conviviales, ou encore de poser des questions diverses et variées au collectif militant. Des débats y émergent : déjà sur l'organisation plus générale du mouvement, mais également sur les relations à entretenir vis-à-vis des forces de l'ordre, entre approbation de la présence de la police et appels au calme, puis nécessairement, une défiance suivant la trajectoire que prend la répression du mouvement².

Facebook, cependant, n'est pas qu'un dispositif permettant l'organisation strictement locale de l'occupation des ronds-points. Il est également utilisé dans une optique nationale, ou tout du moins son utilisation par les Gilets Jaunes témoigne d'une prise en compte de l'impact du mouvement et de son entrée dans les agendas politiques et médiatiques nationaux. À cette période, le groupe du Cantal fait déjà émerger un « nous » solidaire qui a les traits d'une « classe parlée », c'est-à-dire d'un groupe social « *qui reprend la parole sur [lui]-même* »³. Un cinquième des commentaires de notre corpus renvoie alors à des motifs d'engagement et de colère vis à vis d'un adversaire désigné, le pouvoir exécutif. Les Gilets Jaunes considèrent leur mouvement comme la représentation légitime du peuple contre les professionnels de la politique.

¹ Ramaciotti Morales et al., 2021, p.43-44.

² Sebbah et al., 2018.

³ Fillieule et al., 2020.

Cette représentation s'observe ailleurs. Ainsi, l'analyse du Groupe Public national « La France en colère » (du 2 au 5 décembre 2018, 37 251 publications) atteste d'un discours d'auto-institutionnalisation, qui fait des Gilets Jaunes un nouvel acteur central du débat public. Surtout, son analyse permet d'identifier les préférences axiologiques du mouvement. La première consiste en un fort attachement au pouvoir démocratique, entre prise de distance avec les organisations traditionnelles et revendication de « l'apolitisme ». Cet apolitisme est défendu comme le moyen de se prémunir de toute récupération par la représentation conventionnelle, mais aussi comme une garantie de l'unité du mouvement. La seconde préférence axiologique concerne la dénonciation des inégalités sociales et fiscales. Contrairement au discours circulant déjà dans les médias, ce sont bien des revendications structurées qui sont formulées. Des réformes sont souhaitées afin de mieux rémunérer le travail, augmenter le pouvoir d'achat et favoriser une redistribution des richesses (revalorisation du SMIC, des retraites, restauration de l'Impôt Sur la Fortune et augmentation des tranches d'imposition)¹. Ces revendications apparaissent notamment en réaction aux propositions formulées par le gouvernement pour apaiser le conflit, qui sont jugées aux antipodes des valeurs défendues par les Gilets Jaunes. C'est donc bien une économie morale des Gilets Jaunes, à entendre comme « *ce que devrait être un bon fonctionnement, au sens moral, de l'économie* »² qui se trouve très précocement signifié par le mouvement sur Facebook.

Les Gilets Jaunes par les médias : enjeux de visibilité et de politisation

Nous l'avons évoqué en introduction, le mouvement des Gilets jaunes doit également composer avec sa médiatisation par la presse écrite et audiovisuelle. En guise de contexte médiatique, et donc de récit journalistique sur les Gilets jaunes, rappelons en effet que les médias dominants de la télévision ont une lecture évolutive de la mobilisation. Si dans un premier temps, le mouvement

¹ Sebbah et al., 2018.

² Hayat, 2018.

fait l'objet d'un traitement plutôt compréhensif, notamment sur les chaînes de télévision en continu¹ et les talk-shows, comme *Touche Pas à Mon Poste* (TPMP), la couverture médiatique du mouvement par ces médias change pour devenir « à charge »². Les experts de plateaux télé et les éditorialistes persistent à présenter le mouvement sous des accents poujadistes et enferment l'analyse de la mobilisation sous un prisme identitaire³.

En ce qui concerne la presse écrite nationale, dans nos différents rapports de recherche, nous constatons également une forte évolution du cadrage médiatique. Celui-ci est d'abord structuré autour de quatre angles : comprendre les raisons de la colère, couvrir les mobilisations sur le mode du micro-trottoir, relayer les prises de position du personnel politique et qualifier le mouvement. Par conséquent, au début de la mobilisation, il arrive à la presse écrite de couvrir la mobilisation en empruntant des cadrages politisant qui font monter cette dernière en généralité. Le contexte social et économique, le creusement des inégalités, la dégradation des conditions de vie pour les ménages les plus pauvres sont régulièrement évoqués comme facteurs explicatifs de la mobilisation.

De manière concomitante, la presse papier adopte alors régulièrement un autre cadrage qui politise le mouvement, en s'intéressant aux relations entre Gilets Jaunes, organisations syndicales et partis politiques. Sans porte-parole officiels vers lesquels se tourner, mais confrontés à des entrepreneurs de mobilisation⁴ très présents en ligne⁵, la couverture journalistique achoppe sur la structure hétérodoxe du mouvement. Systématiquement posée, cette question de la structuration des Gilets Jaunes aura des conséquences sur le mouvement lui-même ; nous y reviendrons. Dans tous les cas, ces différents cadrages perdront leur centralité. Dès notre troisième rapport (recueil des données du 5 au 10 février

¹ Siroux, 2020.

² Granjon, 2021.

³ Geisser, 2019.

⁴ Mc Carty, Zald, 1987.

⁵ Maxime Nicolle, Eric Drouet, etc.

2019), nous remarquons que la parole des Gilets Jaunes dans la presse commence à être sérieusement concurrencée par celle d'experts. Ainsi « *les Gilets Jaunes n'ont plus le monopole de la grogne sociale ou des problèmes publics qu'ils avaient pourtant mis à l'agenda dès le mois de novembre* »¹. Cette forme d'invisibilisation apparaît au moment où les affrontements entre militants et forces de l'ordre deviennent une constante, le week-end. La couverture des ronds-points se trouve délaissée au profit des manifestations en centre-ville, sur un mode épisodique. Les journalistes ont alors tendance à adopter un cadrage qui les spectacularisent et les « fait-diversifient » concourant à leur dépolitisation².

Les Gilets par les Gilets Jaunes : caractéristiques d'un contre-récit sur les réseaux sociaux numériques

Ce traitement journalistique du mouvement est crucial, tant il conditionne le contre-récit que les Gilets jaunes cherchent à construire sur eux-mêmes, notamment sur Facebook. Les réseaux sociaux numériques mobilisés par le mouvement ne visent alors pas seulement à organiser l'action collective, mais sont aussi investis pour construire un rapport de force médiatique. Les groupes Facebook qui nous concernent voient alors leur statut s'hybrider. L'objectif des militants en ligne est de saisir l'opportunité de délivrer la propre « vérité » du mouvement. Ce contre-récit est ainsi composé de plusieurs piliers.

Structuration, représentation(s), RIC

Tout d'abord, les Gilets Jaunes cherchent à répondre à l'injonction politique et médiatique qui concerne la structuration de leur mouvement et la rationalisation de leurs revendications. La force de son organisation rhizomatique et horizontale³ semble alors se retourner en problème, et questionner les militants en ligne. Dans nos rapports, nous notons que les publications concer-

¹ Sebbah et al., 2019, p.3.

² Baisnée et al., 2021.

³ Souillard et al, 2020.

nant les manifestations du week-end cohabitent avec des réflexions sur la suite à donner au mouvement. Les propos concernent très explicitement la question d'une structuration (plus conventionnelle) de l'ensemble de la mobilisation des Gilets Jaunes. Les éléments discursifs se rapportant à la gouvernance interne et au partage du pouvoir démocratique représentent près d'un tiers du corpus de notre étude de décembre 2018. Lorsque la structuration du mouvement est le sujet de discussion, c'est essentiellement la question des représentants et de leur légitimité qui est débattue, souvent *ad hominem*, s'ils font partie des personnalités identifiées (Eric Drouet, Fly Rider et Priscillia Ludosky). S'agissant d'autres porte-paroles ou représentants potentiels, leur légitimité semble prise entre l'expression d'une méfiance à l'égard de parfaits inconnus et la reconnaissance de l'utilité que pourraient avoir des représentants issus de toutes les régions de France. Sur ce thème, un autre axe de discussion s'articule autour de la demande de citoyenneté active, au niveau de la prise de décision nationale¹. Dès le début décembre la revendication du référendum d'initiative citoyenne (RIC) est explicite et massive. Le RIC catalyse la revendication d'une expertise citoyenne d'usage et permet précisément de contester la nécessité d'un porte-parolat officiel. Il est considéré comme un dispositif permettant une participation plus directe des citoyens à la décision politique, mais aussi comme un levier de contrôle pour limiter le pouvoir des représentants, en rétablissant un principe de responsabilité des élus vis-à-vis des électeurs. Ce pôle de revendication atteste ainsi d'un fort attachement à l'imaginaire démocratique, entre d'une part – et non sans tension – une volonté de s'émanciper du jeu de la représentation politique, mais également, d'autre part, de s'y réinsérer à la condition d'en redéfinir les termes. Ces deux représentations du RIC est restée observable tout au long de nos travaux, *Vrai Débat* compris². Ces considérations autour du RIC sont à prendre en compte dans le contre-récit médiatique des Gilets Jaunes. En effet, on peut faire l'hypothèse que la pression politique et médiatique sur la structuration du mouvement et sur la mise en ordre de ses reven-

¹ Sebbah et al., 2018.

² Marchand et al., 2019.

dications a contribué à faire monter le RIC, au point où il a fini par supplanter les autres. Le RIC a ainsi les traits d'une revendication « omnibus », dont l'adoption première permettrait la réalisation, tôt ou tard, des secondes.

La violence : controverse, documentation, esthétisation

Le second élément de cette mise en récit alternative concerne la question des violences. Dans notre analyse du Groupe « La France en colère » de décembre 2018, cette thématique occupe presque la moitié de notre corpus, en émergeant des discussions autour des actions de terrain, appels au renforts, dénonciation des violences policières, messages de soutien et d'encouragement aux manifestants blessés et/ou choqués par la montée en conflictualité¹. Sur cet espace numérique et sur d'autres dispositifs socio-techniques d'Internet, on voit également fleurir bon nombre de vidéos témoignant des rixes entre Gilets Jaunes et forces de l'ordre. Sur *Twitter*, par exemple, où l'on trouve des adjuvants et des opposants au mouvement, les contenus vidéos servent « *d'appuis à l'argumentation pour justifier le point de vue exprimé, elles deviennent progressivement le support d'un affrontement de principe, moral et axiologique* »². En ce qui concerne les soutiens du mouvement, les vidéos des affrontements actent la pratique de « l'automédia », observée sur d'antérieurs théâtres de mobilisation³. Ces vidéos ont souvent un but défensif, réalisées dans l'optique de documenter les agissements voire les exactions policières, sur le mode du *copwatching*⁴. Mais dès lors que ces contenus alimentent l'espace médiatique⁵ et cherchent à sensibiliser le public⁶, ils ont alors tendance à esthétiser la mobilisation en se rapprochant ou en s'inscrivant explicitement dans le registre du *riot*

¹ Sebbah et al., 2018.

² Bouté, Mabi, 2020, p.31-32.

³ Carlino, 2020.

⁴ Gunthert, 2020.

⁵ Thiong-Kay, 2020.

⁶ Traïni, 2009.

porn. La violence filmée produit ainsi : « d'un côté, des tentatives de décrédibilisation d'un mouvement que l'on essaie de diviser ; de l'autre, la construction et l'entretien de consciences indignées en livrant des contenus reprenant notamment les codes de la culture populaire et/ou geek (blockbusters, séries TV, mêmes Internet) censés faire référence et sens pour le plus grand nombre et, plus particulièrement, pour la jeunesse »¹. Qu'elle soit jugée comme un problème ou une opportunité info-communicationnelle, la question de la violence est au cœur du contre-récit des Gilets Jaunes.

Autonomisation partielle vis-à-vis du champ journalistique

Enfin, le troisième élément de ce contre-récit des Gilets Jaunes concerne le rapport du mouvement aux médias. Comme nous l'avons évoqué au moment d'analyser le traitement journalistique de la mobilisation, les Gilets Jaunes sont dans un premier temps visibles par la presse audiovisuelle et papier, avant que celle-ci ne l'invisibilise au moyen d'opérations éditoriales variées (substitution par des experts, dépolitisation des enjeux, déclasserement de la mobilisation dans l'agenda médiatique). Cette invisibilisation ne passe pas inaperçue chez les militants qui ne cachent plus leur défiance vis-à-vis du journalisme². Le recours aux technologies numériques permet alors, au-delà de l'organisation de l'action collective, de délivrer une autre information, sur un mode « expressiviste »³. Les *lives* Facebook, notamment, qui sont très utilisés par les Gilets Jaunes, se teintent d'une forte affectivité, de telle sorte que : « ce qui est énoncé compte finalement moins que la manière dont cela est exprimé »⁴.

En revanche, la production d'une information alternative au journalisme n'est pas synonyme d'une totale autonomie vis-à-vis de cet espace social. Cette observation, que nous avons faite au

¹ Granjon, 2021, p.311-312.

² Mercier, 2019 ; Baisnée et al., 2021 ; Lupovici, 2021.

³ Cardon, Granjon, 2010.

⁴ Granjon, 2021.

début du mouvement à l'aide de méthodes qualitatives¹ est désormais mieux étayée : si les Gilets Jaunes ont partagé de nombreux articles de presse de la part d'une presse alternative de gauche et de droite qui « *exprim[ait] souvent une sympathie explicite à l'égard du mouvement* », les Gilets jaunes ont « d'abord et avant tout partagé des informations issues des grands médias »². Cette ambiguïté du rapport des Gilets Jaunes au journalisme doit être appréhendée, ne serait-ce que pour s'opposer aux prénotions sur la supposée « haine des médias » à l'œuvre au sein de cette mobilisation.

Références bibliographiques

- Baisnée, O., Cavé A., Gousset, C., Nollet, J., (2021) « La “violence” des Gilets jaunes : quand la fait-diversification fait diversion. Les routines journalistiques à l'épreuve des manifestations à Toulouse (novembre 2018-juin 2019) », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*.
- Bigey M., Simon J., (2017) Chapitre 2. Analyse des discours d'escorte de communication sur Twitter : essai de typologie des tactiques d'accroches et de mentions, in Mercier A., Pignard-Cheynel N. (dir) *#Info, Commenter et partager l'actualité sur Facebook et Twitter*, Éditions de la Maison des sciences et de l'homme, Paris.
- Bouté, É., Mabi, C., (2020). Des images en débat : de la blessure de Geneviève Legay à la répression des Gilets Jaunes. *Études de communication*, 54, 29-52.
- Cardon, D., Granjon, F., (2010). *Médiactivistes*, Paris, Presses de Sciences Po.
- Carlino, V., (2020). « Vidéo en ligne et contestation politique radicale », *Terminal* [En ligne], 127, URL : <http://journals.openedition.org/terminal/5806>.

¹ Thiong-Kay, 2018.

² Ramaciotti Morales et al., 2021.

- Collectif d'enquête sur les Gilets jaunes, Bedock, C., Bendali, Z., Bernard de Raymond, A., Beurier, A., Blavier, P... & Walker, É. (2019). Enquêter *in situ* par questionnaire sur une mobilisation: Une étude sur les gilets jaunes. *Revue française de science politique*, 69, pp. 869-892.
- Fillieule, O., Hayat, S., Monchatre, S., (2020) « Trois regards sur le mouvement des “Gilets Jaunes” » », *La nouvelle revue du travail*, 17, URL: <http://journals.openedition.org/nrt/7377>.
- Geisser, V. (2019). Les gilets jaunes et le triptyque « islam, banlieues, immigration » : une machine à produire des fantasmes identitaires. *Migrations Société*, 175, 5-16.
- Gunthert, A., (2020). « L'image virale comme preuve. Les vidéos des violences policières dans la crise des Gilets jaunes », *Communications*, vol. 106, no. 1, pp. 187-207.
- Granjon, F., (2021). « Gilets jaunes et colères noires », *Questions de communication [En ligne]*, 40 | URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/27090>.
- Hayat, S., (2018). « Les Gilets jaunes, l'économie morale et le pouvoir ». URL : <https://samuelhayat.wordpress.com/2018/12/05/les-gilets-jaunes-leconomie-morale-et-le-pouvoir/>.
- Marchand, P., Sebbah, B., Renard, J., Cabanac, G., Thiong-Kay, L., Souillard, N., Loubère, L., (27 mars 2019), “Vrai débat : Sortir du débat pour négocier”, Rapport de recherche, LERASS.
- Mc Carthy J. D., Zald M., (1987) *Social Movements in an Organizational Society*, New York, Transaction Books.

- Mercier A., 2019, « Pourquoi cette haine des médias chez certains “gilets jaunes” ? », *La Revue des médias*, 15 nov. Accès : <https://larevuedesmedias.ina.fr/gilets-jaunes-haine-medias-facebook>.
- Lupovici R., (2021), *Les Gilets jaunes, des critiques face aux institutions médiatiques ?*. IXe congrès de l'AFS, Association française de sociologie; RT37 - Sociologie des médias, Jul 2021, Villeneuve-d'Ascq, France.
- Neveu, E. (2011) *Sociologie des mouvements sociaux*. Paris : La Découverte.
- Pleyers, Geoffrey (2016). « Engagement et relation à soi chez les jeunes alteractivistes ». *Agora débats/jeunesses*, 72, pp. 107-122.
- Ramaciotti Morales, P., Cointet, J.-P., Benbouzid, B., Cardon, D., Froio, C., Metin, O. F., Ooghe-Tabanou, B., & Plique, G. (2021). Atlas multi-plateforme d'un mouvement social. Le cas des Gilets Jaunes. *Statistique et société*, 9(1-2), 39-77. <http://statistique-et-societe.fr/article/view/822>.
- Sebbah, B., Souillard, N., Thiong-Kay, L., Smyrnaioi N., (26 novembre 2018), “Les Gilets Jaunes, des cadrages médiatiques aux paroles citoyennes”, Rapport de recherche préliminaire, LERASS, Université de Toulouse.
- Sebbah, B., Loubère, L., Souillard, N., Thiong-Kay, L., Smyrnaioi N., (7 décembre 2018) “Les Gilets Jaunes se font une place dans les médias et l’agenda politique”, Rapport de recherche, LERASS, Université de Toulouse.
- Sebbah, B., Loubère, L., Souillard, N., Renard, J., Smyrnaioi N., (22 février 2019) “La dilution des Gilets Jaunes dans l'agenda politique et médiatique. Quand le mouvement ne fait plus l'événement mais tente de se consolider”, Rapport de recherche, LERASS, Université de Toulouse.

- Sebbah, B., Mercier, A, (2022). « Les défis journalistiques d'un mouvement social organisé sur les réseaux socionumériques », In Charon, J-M., Mercier, A, (Dir.), *Les Gilets Jaunes, un défi journalistique*, Presses de Panthéon Assas, Paris.
- Sedda, P., (2022). La mobilisation numérique : entre émancipation et rationalisation. *Approches Théoriques en Information-Communication (ATIC)*, N° 3 (2), pp.53-74.
- Thiong-Kay, L., (2018). “Gilets jaunes : analyser la communication, neutraliser l’excommunication”, URL : <https://usbeketrica.com/fr/article/gilets-jaunes-terrain-sociologie-critiques-facebook>.
- Thiong-Kay, L., (2020). L’automédia, objet de luttes symboliques et figure controversée. Le cas de la médiatisation de la lutte contre le barrage de Sivens (2012-2015). *Le Temps des médias*, 35, pp. 105-120.
- Tilly, C., (1995). « Contentious repertoires in Great Britain, 1758-1834 », *Repertoires and Cycles of Collective Action*, Durham (N.C.) : Duke University Press.
- Tüfekçi, Z., (2019), *Twitter et les gaz lacrymogènes. Forces et fragilités de la contestation connectée*, Caen, C&F Éditions, coll. « Société numérique ».
- Traïni, C., Siméant, J., (2009). Introduction. « Pourquoi et comment sensibiliser à la cause ? », *Émotions... Mobilisation*. Paris: Presses de Sciences Po, pp. 11-34.