

Les amitiés brisées, Facebook et les élections brésiliennes 2014

Mariana Guimarães Jorge de Lara – Université de Montréal

Milton N. Campos – Université de Montréal

Abstract

Researches concerning political interactions on social networks, including Facebook, rarely devote to the consequences that they may have on friendships. In 2014, it took place the most contested elections for the position of President of Brazil since 1989. The electoral climate invaded the social network sites, which made the Brazilian presidential election the most commented subject on Facebook in the world that year. In this paper we seek to explore if during the elections Facebook friendships were affected as well as their impact on face-to-face interpersonal relationships. We adopted grounded theory, a theory that understands itself as an empirical method of data collection and analysis, applied to Skype or FaceTime qualitative interviews with ten Brazilian youths. Results suggest that posts were considered risk-taking which could lead users' "friends" to *unfriend* or *unfollow* them, or change their status.

Keywords

Friends, Facebook, Social networks sites, Social media, Political discussion, Elections, Unfriending.

Résumé

Les recherches à l'égard des interactions politiques sur les réseaux sociaux, notamment Facebook, se consacrent rarement aux conséquences qu'elles peuvent avoir sur les amitiés. En 2014 ont eu lieu les élections les plus disputées au poste de président du Brésil depuis 1989, ce qui a fait des présidentielles le sujet le plus commenté sur Facebook dans le monde cette année-là. Dans cet article, nous cherchons à explorer si lors des élections les amitiés Facebook ont été affectées et à mieux comprendre le rôle des conversations politiques, ainsi que ses conséquences sur les rapports interpersonnels en face à face. Nous avons adopté la théorie ancrée, une méthode empirique de collecte et d'analyse de données, qui a été appliquée à des entrevues qualitatives médiées par Skype ou FaceTime avec dix jeunes internautes brésiliens. Les résultats suggèrent que les publications ont été considérées comme une affaire risquée, pouvant mener des utilisateurs à supprimer leurs « amis », à arrêter de les suivre ou à changer leur statut en ligne.

Mots-clés

Amitiés, Facebook, réseaux sociaux numériques, médias sociaux, discussion politique, élections, *unfriending*.

INTRODUCTION

En décembre 2014, Facebook (Facebook, s.d.a) a annoncé que les élections brésiliennes 2014 avaient été, jusqu'à ce moment-là [1], les plus commentées de l'histoire de la plateforme. Les commentaires et les discussions sur les élections tenues sur le réseau social ont généré 674,4 millions d'interactions, soit trois fois plus que les élections 2014 en Inde (J. Lisauskas, attaché de presse de Facebook Brésil, communication personnelle, 24 février 2015). D'après Facebook, les conversations autour des élections brésiliennes ont mobilisé 48,3 millions de personnes – 51% de tous les utilisateurs actifs de Facebook au Brésil.

Pendant les élections – et après la diffusion des résultats de vote –, certains journaux brésiliens ont publié des reportages pour informer leurs lecteurs d'un phénomène nouveau et surprenant : les discussions politiques avaient ébranlé de nombreuses amitiés Facebook (Landim, 2014, 12 octobre; Araujo, 2014, 13 octobre ; Tokarnia, 2014, 23 octobre). D'après ces journaux, une vague d'électeurs a supprimé des « amis » ou a arrêté de les suivre à cause de différends concernant leurs points de vue politiques.

Il faut souligner que la politique a toujours été un tabou dans les rapports interpersonnels au Brésil. Un proverbe populaire brésilien dit que « la politique, le soccer et la religion, on n'en discute pas » [2]. C'est comme une règle informelle : la politique serait un sujet qu'il vaut mieux ne pas toucher. Néanmoins, le partage d'opinions et les conversations autour de la politique sur Facebook semblent avoir pris de l'ampleur parce que les internautes, de plus en plus nombreux, n'ont pas adopté des positions politiques en ligne dans lesquels le proverbe dont nous avons parlé plus haut ait été mentionné. Au Brésil, les présidentielles de 2014 ont été les premières élections massives où les opinions ont pu se retrouver de manière considérable sur Facebook. La période a été perçue par les participants de notre recherche comme une période tendue, d'extrême polarisation politique – ce qui a radicalisé les discussions en ligne, ce qui ne se passerait probablement pas en face-à-face.

L'intérêt académique pour la politique et la participation citoyenne sur Facebook a commencé à attirer l'attention des chercheurs après les élections américaines de 2006 de mi-mandat (Williams et Gulati, 2007; Williams et Girish, 2012). Lors des élections présidentielles de 2008, les recherches sur le sujet ont augmenté de façon significative (Smith et Rainie, 2008; Levenshus, 2010; Williams et Girish, 2012). La plupart des travaux mettent l'accent sur l'usage de Facebook par les politiciens pendant les campagnes électorales (Bimber, Davis et Davis, 2003; Williams et Gulati, 2007; Levenshus, 2010; Yanoshevsky, 2010; Williams et Girish, 2012) ou analysent la mobilisation des utilisateurs pendant des élections (Woolley, Limperos, Oliver, 2010; Vitak, Zube, Smock, Carr, Ellison et Lampe, 2011) ou contre les gouvernements sur les RSN – réseaux sociaux numériques (Mlaiki, 2011; Papaioannou et Olivos, 2013). Bien que quelques études portant sur l'analyse des discussions politiques entre les « amis » Facebook aient envisagé la problématique, elles sont quand même assez rares (Fix, 2013). Sans se rallier nécessairement à la politique, un certain nombre de recherches analyse les raisons pour lesquelles des internautes décident de supprimer ou de ne plus suivre les profils et les conversations d'« amis » Facebook (Sibona et Walczak, 2011; Rainie et Smith, 2012; Penã et

Brody, 2014).

Cet article cherche à mieux comprendre le rôle des conversations politiques en ligne dans la gestion [3] des amitiés Facebook, ainsi que les conséquences qu'elles peuvent avoir sur les rapports interpersonnels en face à face. Bien que la fin des relations fasse partie de la nature humaine, l'intérêt de cette recherche est celui d'étudier les réactions extrêmes sur la plateforme Facebook et comment se déroule la fin de l'amitié à cause des différends politiques sur ce RSN.

L'ÉTAT DE CONNAISSANCES SUR LE SUJET

LES RÉSEAUX SOCIAUX NUMÉRIQUES

Avant l'émergence des Réseaux sociaux numériques (RSN), de nombreuses recherches portant sur la communication médiatisée par ordinateur ont exploré et étudié les possibles effets des ordinateurs sur les individus et les interactions entre eux. Les chercheurs Nie et Erbring (2000, et aussi Nie, 2001) ont en ce sens affirmé qu'Internet pourrait causer un sentiment de solitude, provoquer des formes de dépression, ainsi qu'affaiblir les relations de face à face. Plus nuancée, la recherche de Kraut, Kiesler, Boneva, Cummings, Helgeson et Crawford (2002) suggère que les effets négatifs pourraient disparaître après quelques mois d'utilisation. Aussi, dans cet ensemble d'études, plusieurs ont défendu comme hypothèse que l'utilisation d'Internet enclenchait des conséquences sociales et psychologiques plutôt positives (Kraut et al., 2002; Kavanaugh, Carroll, Rosson, Zin et Reese, 2001; Bargh et McKenna, 2004). Il est intéressant de remarquer que parmi les aspects positifs envisagés, un certain nombre de recherches a exploré le rôle de l'anonymat dans l'amélioration des rapports sociaux en ligne. Selon ces études, certains sites web pourraient motiver des individus ayant des identités stigmatisées dans la société – comme les homosexuels et les personnes ayant des convictions politiques minoritaires – à participer à des groupes de discussion en ligne (McKenna et Bargh, 1998), de sorte à encourager la mise en relation et, qui sait, l'amitié.

Toutefois, des recherches plus récentes montrent que les interactions sur les Réseaux sociaux numériques (RSN) se produisent parfois de façon différente de celles d'autres types de communication médiée par ordinateur. Kujath (2011) relève au moins deux distinctions : 1) dans les RSN tels que MySpace et Facebook, les gens doivent s'identifier et l'anonymat est presque inexistant – ce qui fait en sorte que les RSN sont considérés comme plus fiables ; 2) la majorité des relations interpersonnelles sur les RSN ont une composante hors ligne.

Plusieurs recherches suggèrent également que les RSN sont plutôt utilisés dans le but de préservation des relations hors ligne déjà existantes, et rarement pour connaître de nouvelles personnes (Lampe, Ellison et Steinfield, 2006; Ellison, Steinfield et Lampe, 2007; Lewis et West, 2009; Kujath, 2011, Assunção et Matos, 2014). Finalement, les RSN en général et Facebook plus spécifiquement permettent aux personnes de nourrir des réseaux sociaux plus nombreux et complexes (Ellison, Steinfield et Lampe, 2007; Bryant et Marmo, 2009).

FACEBOOK

En juin 2016, Facebook était le RSN avec le plus d'utilisateurs au monde, fort des 1,71 milliard de personnes accédant à la plateforme tous les mois (Facebook Newsroom, s.d.). Au Brésil, il y avait 108 millions d'utilisateurs actifs (Facebook, s.d.b). Il s'agit du troisième pays au monde en nombre d'utilisateurs Facebook, après les États-Unis et l'Inde (Statista, 2016). D'après son site web, Facebook « vise à favoriser le partage entre les gens et à rendre le monde plus ouvert et connecté. Les utilisateurs de Facebook souhaitent rester en contact avec leurs amis et leur famille, savoir ce qui se passe dans le monde, partager et exprimer ce qui leur tient à cœur » (Facebook Newsroom, s.d.). Afin de remplir ce mandat, les développeurs ont élaboré la plateforme de manière à ce qu'elle puisse permettre différents types d'interactions. Nous allons donc présenter quelques fonctionnalités, actives pendant la campagne électorale de 2014 – de juillet à novembre.

Pour commencer, il a été décidé que c'est aux utilisateurs de choisir leurs « amis » Facebook. Pour cela, les internautes doivent *envoyer une invitation* à un ami ou *confirmer* celle d'une personne inscrite sur le réseau. Il faut cependant que l'invitation soit confirmée par celui qui l'a reçue.

Le *mur* est un autre outil de réseautage : il s'agit d'un panneau d'affichage sur lequel l'utilisateur peut publier ses propres pensées, des textes, des photos et des vidéos, ou encore publier des liens vers d'autres sites web. Il est possible également de partager une *publication* émise à l'origine par d'autres utilisateurs Facebook. Les « amis » de chaque utilisateur peuvent également publier sur le mur.

Sur le *timeline* ou *fil d'actualité*, l'utilisateur peut voir ses propres publications ainsi que celles de ses « amis ». Lorsqu'une invitation d'amitié est acceptée, les deux profils se connectent : nous sommes alors abonnés aux profils de nos « amis » comme ceux-ci le sont au nôtre. Cependant, le public peut être remanié par l'utilisateur lui-même : celui-ci choisit alors les « amis » auprès desquels il veut *s'abonner* ou qu'il veut *suivre* (c'est-à-dire, les amis dont les publications feront partie de son *fil d'actualité*).

Ce qui apparaîtrait sur le fil d'actualité d'un utilisateur est aussi défini par l'algorithme utilisé par Facebook. Pendant la période des élections, cet algorithme répondait à quelques signaux de l'utilisateur en question, comme la fréquence à laquelle un utilisateur interagit avec un « ami » ou une page ; le nombre de « j'aime », de partages et de commentaires qu'une publication reçoit des utilisateurs Facebook en général, mais aussi des « amis » de l'utilisateur ; combien de fois l'utilisateur a interagi avec ce type de publications auparavant ; et si l'utilisateur ou quelqu'un de la communauté Facebook a masqué ou signalé une publication particulière.

Cependant, Facebook permet aussi à l'utilisateur de définir lui-même les « amis » qui peuvent avoir accès à ses propres publications, choisir de rendre *publique* une *publication*, *taguer* ou *d'identifier* un « ami » sur une publication ou décider de passer systématiquement à un contrôle de validation toute identification réalisée par un ami en changeant les paramètres de son profil, de sorte à décider quelle publication pourra être vue par les amis de sa propre liste. Chaque *publication* permet l'addition de *commentaires* à propos d'une publication. Il est possible

également d'envoyer des *messages privés*

Contrairement à la validation d'une *invitation d'amitié*, la *suppression* d'une personne de la liste d'« amis » – objet de cette recherche – peut être faite de façon unilatérale : la personne supprimée ne reçoit aucune notification de la suppression. Un autre cas de figure intervient lorsque la personne qui l'a supprimé ou, encore, un autre « ami », raconte la suppression (Bevan, Pfyl et Barclay, 2012). Il est possible également de garder un « ami » dans sa liste de contacts sans voir ses publications dans le *fil d'actualité* : il suffit de *ne plus suivre* cet « ami ». Mais cela ne lui empêche pas de voir nos publications et de les commenter. Une autre manière de supprimer est celle de *bloquer* une personne. La différence entre *supprimer* et *bloquer* un « ami » est que dans la deuxième option, la personne *bloquée* ne peut ni contacter par message privé la personne qui l'a *bloquée* ni faire une nouvelle demande d'amitié. Pour que la personne *bloquée* devienne son « ami » à nouveau, il est nécessaire de défaire le *blocage* et de faire une nouvelle demande d'amitié.

Il est possible aussi de *masquer* de votre fil d'actualité un contenu publié par un « ami » ou la page originale de cette publication sur Facebook – textes, images et vidéos. La première option de masque est celle de *masquer la publication*, la deuxième est celle *ne plus suivre* l'ami qui a publié le contenu, la troisième est celle de *tout masquer*. Si l'utilisateur considère une publication inappropriée, il peut aussi *signaler la publication* et envoyer un message à l'« ami » qui l'a publiée, en donnant son avis à propos de cette publication.

LES AMIS FACEBOOK

L'étude menée par Subrahmanyam, Reich, Waechter, et Espinoza (2008) suggère que les réseaux sociaux en ligne et hors-ligne dans lesquels échangent de jeunes adultes se chevauchent, et, qu'en plus, ces « deux mondes » sont fortement connectés. La majorité des répondants a affirmé que l'utilisation des RSN n'a eu aucune influence dans les relations qu'elle nourrissait avec ses amis. Cependant, l'étude de Bryant et Marmo (2009 et 2012) a exploré les amitiés, identifiant trois principales catégories : les « amis proches », les « amis occasionnels » et les « connaissances ». Les « amis proches » – ceux avec qui les personnes ont des relations bien établies hors-ligne – sont presque toujours présents sur Facebook, mais ne constituent pas la majorité et que ce type d'amitié est considéré comme une extension des rapports en face à face, qui demande des stratégies complémentaires de communication (Bryant et Marmo, 2009; Assunção et Matos, 2014). Même si la plupart des « amis proches » hors ligne sont présents sur les RSN, ils ne sont pas la majorité – ce qui renvoie à plus de liens faibles plutôt que forts (Lewis et West, 2009), et renforce les thèses des recherches sur la faiblesse des liens qui s'établissent sur Internet (Donath et Boyd, 2004; Leung et Lee, 2005; Aguiton et Cardon, 2007; Ellison, Steinfield et Lampe, 2007). En ce qui concerne les « amis occasionnels », ceux avec qui les gens ont des contacts hors ligne sans l'établissement de relations plus intimes, Facebook est considéré un outil important car il ne demande pas beaucoup d'efforts pour garder le contact (Ellison, Steinfield et Lampe, 2007; Bryant et Marmo, 2009; Lewis et West, 2009). Finalement, les « connaissances » renvoient aux amis que les utilisateurs Facebook ont rencontrés une ou deux fois hors ligne, mais avec qui ils souhaitent tout de même garder un lien sur le réseau

social. On pourrait dire en ce sens qu'il s'agit plutôt de contacts (Ellison, Steinfield et Lampe, 2007; Lewis et West, 2009; Bryant et Marmo, 2009; 2012). Il s'avère néanmoins que les rapports entre les « connaissances » sont parfois plus proches en ligne qu'en face à face (Assunção et Matos, 2014).

DES RÈGLES INFORMELLES D'INTERACTION

Afin d'éviter des interactions négatives, plusieurs règles informelles ont été créées sur Facebook et d'autres RSN par leurs utilisateurs (Bryant et Marmo, 2009 et 2012; McLaughlin et Vitak, 2012; Miller et Munday, 2015). L'étude de Miller et Munday (2015) auprès de jeunes adultes américains a soulevé trois principales règles identifiées et suivies par la majorité des participantes : « (1) *Not sharing too much information, particularly if too personal or possibly incriminating* ; (2) *Not using SNS (Social Network Sites) in order to spy on or stalk someone* ; and (3) *Primarily 'friending' people you already know* » (p. 191). Les auteurs défendent l'idée selon laquelle les gens qui ne respectent pas ces règles sont vus de façon négative, et que les conséquences au franchissement de ces frontières sont les mêmes pour les amitiés en ligne et en face à face.

Bryant et Marmo ont également identifié des règles informelles similaires : « *I should expect a response from this person if I post on his/her profile* » ; « *I should not say anything disrespectful about this person on Facebook* » ; « *I should consider how a post might negatively impact this person's relationships* » ; « *if I post something that this person deletes, I should not repost it* » ; et « *I should communicate with this person outside Facebook* » (2012, p. 1024). Cette étude suggère que les gens sont plus enclins à protéger, en ligne et hors-ligne, leurs « amis proches ». En ce qui concerne les « connaissances », les utilisateurs de Facebook manquent d'engagement. Ils sont d'ailleurs plus disposés à les supprimer carrément si ces « connaissances » sont en mesure de compromettre leur image sur le réseau numérique (Bryant et Marmo, 2009; 2012; Lewis et West, 2009).

Différents types de réactions à la violation d'une règle informelle dans le cadre d'une relation avec un ami et avec une connaissance ont été remarqués par McLaughlin et Vitak (2012). Les chercheurs ont analysé la façon dont les normes sur les RSN évoluent dans le temps et comment les violations à ces normes ont un impact sur la présentation de l'utilisateur Facebook. Les auteurs ont également souligné les réactions aux violations de ces normes et aux violations de l'attente des utilisateurs: le nombre excessif de publications ; les publications trop émotionnelles ; les interactions chaleureuses et les insultes ; ainsi que l'action d'identifier (*taguer*) des utilisateurs Facebook dans certaines photos et publications qui pourraient avoir des effets négatifs.

Les recherches de McLaughlin et Vitak (2012) et Bryant et Marmo (2012) – suggèrent aussi que les réactions aux violations des normes varient selon le type d'amitié, soulignant que des violations plus sérieuses – comme identifier quelqu'un sur une photo pouvant compromettre la présentation de quelqu'un – provoquent en général la suppression du fautif si celui-ci n'est au final qu'une connaissance. Toutefois, dans le cas d'une violation dont l'auteur est un ami proche,

l'utilisateur Facebook tend vers une confrontation et cherche à en discuter avec lui – peu importe la gravité de la violation.

Assunção et Matos (2014) remarquent aussi cette différence de traitements selon le type d'amitié sur Facebook. D'après eux, les utilisateurs Facebook estiment que l'amitié qu'on éprouve pour un « ami proche » reste la même, que son cadre soit réel ou virtuel. Mais lorsqu'il s'agit de « connaissances », les mondes *réel* et *virtuel* se distinguent bien chez l'internaute Facebook.

Les études ci-dessus n'abordent pas avec profondeur la question des amitiés rompues. Quelques-unes mentionnent à peine l'effacement d'amis comme une pratique peu courante. Penã et Brody (2014) laissent croire que les utilisateurs de Facebook ont peur qu'un « ami » Facebook découvre la suppression. Cela aurait pour conséquence, non pas une dissémination des pratiques de suppression d'amis de la liste personnelle des utilisateurs, mais plutôt une tendance à cesser de les suivre. Les recherches suggèrent également qu'en général, les utilisateurs évitent de ne pas accepter ou de supprimer un « ami », quoique les raisons pour ce genre de comportement ne soient pas suffisamment claires (Lewis et West, 2009).

UNFRIENDING

En 2009, « New Oxford American Dictionary » a considéré l'expression « *unfriend* » comme le mot de l'année. Le dictionnaire l'a ainsi défini comme : « *to remove as a 'friend' on a social networking site such Facebook* ». Dans une recherche menée par l'institut américain Pew Internet (Madden, 2012) sur la gestion de la vie privée sur les RSN, 63% des Américains interviewés ont déjà supprimé des gens de leurs listes d'amis sur Facebook. D'après les résultats, d'autres 44% ont reconnu avoir déjà supprimé des commentaires et 37% ont enlevé leurs noms des photos où ils avaient été identifiés. Toutefois, les recherches ayant étudié les raisons pour lesquelles les gens suppriment des amis Facebook restent rares.

Sibona et Walczak (2011) ont associé les demandes d'amitié à la suppression d'amis sur Facebook. Les résultats montrent que les gens initiant une demande pour être « ami » sur Facebook sont davantage supprimés par d'autres utilisateurs que ceux qui acceptent les demandes et rarement les initient. Le sondage a aussi relevé que 37% des internautes ayant supprimé des amis ont été motivés par des messages ayant un contenu politique. De plus, les amis ayant une relation de longue durée se sont généralement avérés plus en accord entre eux concernant les sujets controversés, contrairement à ceux qui se connaissaient depuis peu de temps.

Quercia, Bodagghi et Crowcroft (2012) ont étudié les facteurs qui peuvent influencer la décision de supprimer quelqu'un sur les RSN. Les résultats suggèrent que les relations plus durables ont moins de probabilité d'être rompues – ce qui est en accord avec la recherche de McLaughlin et Vitak (2012). Dans une étude plus récente, Peña et Brody (2014) relèvent que la suppression des amis sur Facebook est rare chez les étudiants universitaires, et que ceux-ci ont généralement tendance à ne plus les suivre et à ne plus consulter leurs publications sur le fil

d'actualité. La recherche indique aussi que l'intention de supprimer un « ami » augmente lorsque les jeunes adultes se rendent compte qu'il y a eu des publications ou commentaires dont le contenu pourrait affecter leur relation.

Trois autres études analysent la suppression des amis Facebook du point de vue de ceux qui ont été supprimés par un « ami ». Elles indiquent que la suppression d'un « ami » sur Facebook peut avoir des conséquences sur les relations de face à face. Bevan, Pfyl et Barclay (2012) indiquent qu'être supprimé d'une liste d'« amis » représente une forme de cessation de relation qui peut susciter des émotions négatives et de la rumination. Ces conséquences peuvent gagner en intensité selon une utilisation accrue de Facebook, mais également si l'identité de l'auteur de la suppression est connue, si l'individu supprimé perçoit qu'il a été supprimé par ses comportements sur Facebook, et si la demande d'amitié a été faite par l'individu qui a été supprimé.

Cette étude a amené Bevan, Ang et Fearn (2014) à analyser la suppression d'« amis ». Les résultats indiquent que la suppression sur Facebook est perçue comme la violation négative d'une attente. La perception de l'individu supprimé sera proportionnellement plus négative, et la suppression à l'égard d'une relation sera plus importante : plus les liens d'amitié sont forts, plus durable est l'amitié, plus Facebook est utilisé pour se connecter aux contacts déjà existants, et plus intense est son utilisation par l'individu supprimé.

La recherche de Sibona (2013) ajoute que la dissolution d'une amitié Facebook peut avoir des conséquences dans le monde réel : la réaction la plus fréquente a été celle de se sentir mal à l'aise lorsqu'ils ont été confrontés à l'auteur de la suppression. D'autres ont affirmé ne plus vouloir voir la personne qui les avait supprimés ; et certains répondants ont reconnu qu'ils pourraient même éviter une personne les ayant supprimés. Sibona (2013) suggère que Facebook peut mettre fin à des liaisons sur les RSN, bien qu'une amitié défaite en ligne ne soit pas toujours l'indice d'une fin de relation hors ligne.

DISCUSSIONS POLITIQUES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX NUMÉRIQUES

Le phénomène de la participation politique sur Internet est sujet à débat chez plusieurs auteurs. La littérature à ce sujet est vaste et couvre des domaines comme : l'Internet en tant qu'espace démocratique (Schneider, 1996; Dahlberg, 2001; Dahlberg et Siapera, 2007; Coleman et Blumler, 2009), les campagnes politiques sur Internet (Bimber, Davis et Davis, 2003; Williams et Gulati, 2007; Levenshus, 2010; Yanoshevsky, 2010; Lopes, 2011; Williams et Girish, 2012) et les manifestations sociales organisées sur Internet (Kelly Garrett, 2006; Mlaiki, 2011; Castells, 2013; Peruzzo, 2013). Les recherches déjà réalisées couvrent plusieurs types de plateformes comme les forums de discussion (Mancocchia, 2003; Papacharissi, 2004; Mancocchia, 2006; Wojcieszak et Mutz, 2009), les blogues (Adamic et Glance, 2005; Mullen, et Malouf, 2006; Yano, Cohen et Smith, 2009), et les réseaux sociaux numériques (Williams et Gulati, 2007; Clarke, 2010; Yanoshevsky, 2010; Tumasjan, Sprenger, Sandner et Welpe, 2010; Marques et Sampaio, 2011). De façon plus spécifique, plusieurs recherches abordent l'existence ou l'absence de pluralité d'opinions politiques dans les discussions sur Internet.

Un nombre important d'études (McPherson, Smith-Lovin et Cook, 2001; Kim, 2011; Sibona et Walczak, 2011), pour n'en nommer que quelques-unes, indiquent que les personnes tendent à s'associer avec des gens partageant des valeurs similaires ou de mêmes orientations politiques. Par conséquent, les discussions autour de sujets controversés, au lieu de favoriser des débats argumentatifs en ligne, conduiraient à des comportements de refus, plus radicaux, tels que ceux de ne plus suivre un « ami » ou de le supprimer carrément de sa liste.

L'étude de Rowe (2015) indique que l'anonymat joue un rôle important dans les discussions en ligne et peut favoriser des commentaires plus incivils et s'orienter davantage, de façon plus ciblée, vers d'autres participants. Toutefois, bien que l'anonymat ne soit pas envisageable dans les RSN, le fait que les gens ne soient pas toujours confrontés en face à face peut conduire à des déclarations politiques plus audacieuses, même en ayant en tête l'identité de la personne à laquelle ils se dirigent. C'est ce que soutient Fix (2013) dans sa recherche. Pourtant, ce contexte pourrait favoriser également la résolution d'autres questions moins controversées, car elles seraient plus faciles à régler en ligne (Assunção et Matos, 2014).

Les difficultés associées aux débats en ligne ont aussi été l'objet d'études en psychologie sociale. Pour Greffet et Wojcik (2008) (pour ne citer qu'eux), des travaux dans ce domaine impliquent que les gens qui participent à des discussions en ayant déjà des opinions fermes sur une thématique donnée peuvent sortir des débats avec des points de vue plus extrêmes. Paradoxalement, la participation à des groupes de discussion pourrait réduire la possibilité d'être en contact avec des opinions divergentes au lieu d'en favoriser (Mutz, 2002; Dumoulin, 2002; Kim, 2011).

Selon Molaei (2014), il est plus difficile pour des individus présentant des opinions divergentes de participer à une discussion au sein d'un groupe où la pensée se polarise déjà autour d'un point de vue spécifique. La peur de l'isolement ou la crainte d'un retour inapproprié de la part des membres du groupe pourraient expliquer cette polarisation. Greffet et Wojcik (2008) ajoutent que le manque de diversité dans ces groupes peut justement renforcer des opinions partagées, au lieu de favoriser la discussion. McPherson, Smith-Lovin et Cook (2001) renforcent également l'idée que les gens tendent à se connecter avec d'autres personnes similaires à eux – c'est ce qu'ils appellent le principe de l'*homophilie*. Il y aurait, plus précisément, deux types d'*homophilie* (Lazarsfeld et Merton, 1954) : le « *status homophily* » – basée sur le statut informel, formel ou attribué, comme la race, le genre et la classe sociale – et la « *value homophily* » – basée sur les valeurs, les attitudes ou les croyances. La deuxième catégorie serait plus difficile à identifier. Ainsi, pour McPherson, Smith-Lovin et Cook (2001), ce qui semble être de la « *value homophily* » pourrait devenir une somme de perceptions erronées à propos des croyances et des attitudes de leurs amis : « *people tend to assume that their friends are like them, when in fact areas of disagreement simply are not discussed* » (p. 429).

Wojcieszak et Mutz (2009) vont dans le même sens et renforcent cette idée. Ils soutiennent que la possibilité de rencontrer des personnes ayant des convictions différentes est plus importante lorsque la discussion politique est menée dans des contextes où le contenu du

débat cible plusieurs thèmes qui semblent être d'autre nature. Brundidge (2010) complète les connaissances des chercheurs que nous avons relevées jusqu'ici en arguant que les gens n'évitent pas nécessairement les divergences politiques lorsqu'ils y sont exposés en ligne par « inadvertance » (p. 687)

Pour Kim (2011), les racines de cette problématique se trouvent dans le fait que les plateformes de discussion en général, et sur Facebook en particulier, n'ont pas été conçues pour favoriser les discussions politiques. Mais pour ce chercheur, les RSN permettent aux gens d'être plus exposés à diverses divergences politiques, au contraire des forums de discussions ou des blogs. Kushin et Kitchener (2009) défendent également le fait que Facebook puisse faire converger des gens ayant des points de vue contraires dans les discussions politiques en ligne. Ainsi, bien que la recherche de Goel, Mason et Watts (2010) suggère que dans les RSN la diversité d'opinions n'est pas trop apparente pour ses membres, d'autres ouvrages affirment qu'il peut en être autrement. Un sondage réalisé par l'Institut Pew Internet auprès d'Américains utilisant les RSN, a montré que 38 % d'entre eux ont découvert, à travers les publications de leurs amis, que les convictions politiques de ceux-ci étaient différentes de celles qu'ils imaginaient (Rainie et Smith, 2012).

Une autre recherche, conduite par Pew Internet (Rainie, Smith, Schlozman, Brady et Verba, 2012), a relevé que 66 % des Américains ayant participé au sondage ont déjà publié des commentaires ou des contenus politiques sur Facebook, mais que les gens qui ne sont pas d'accord avec les commentaires politiques ne leur répondent généralement pas. Lorsque les utilisateurs de Facebook ne sont pas en accord avec ce qu'un ami a écrit, 66 % ignorent la publication, 28 % lui répondent et 5 % affirment qu'une possible réaction dépend des circonstances (Rainie et Smith, 2012). La recherche de Vickery (2009) suggère également que les gens tendent à ignorer des publications et commentaires avec lesquels ils ne sont pas d'accord. Supprimer quelqu'un ou cesser de suivre un utilisateur Facebook est une pratique moins commune selon l'auteure.

Ce domaine de la recherche a également exploré d'autres dimensions des rapports sociaux virtuels en lien avec les processus de suppression, même lorsque ceux-ci ne sont pas politiques. La recherche de Kim (2011), par exemple, indique qu'une publication désagréable réalisée par un « ami » n'a pas trop d'effets sur la relation amicale quand le partage est fait sur son propre mur. Cependant, lorsque la situation est différente et que des réactions négatives sont présentées dans des commentaires ou en réponse à leurs propres publications, l'impact est plus important, et peut mener l'auteur d'un commentaire ou d'une réponse à être supprimé.

D'après une autre étude menée par Sibona et Walczak (2011), la publication fréquente de contenus politiques par des amis a été la principale raison pour que des participants aient supprimé un ami. Cependant, l'étude de Vickery (2009) suggère que les gens sont plus enclins à protéger leur relation avec leur famille, en limitant l'accès de quelques membres à certaines publications controversées.

Mais il y en a plus encore. La recherche de Das et Kramer (2013), a montré que la plupart

des gens ont tendance à s'autocensurer sur la plateforme. Les résultats ont montré que 71 % des participants ont censuré un contenu au moins une fois, 51 % ont censuré au moins une publication et 44 % ont censuré au moins un commentaire. La recherche suggère également que les utilisateurs ayant un ensemble diversifié de contacts dans leur liste « d'amis » tendent à plus s'autocensurer que ceux avec un public en ligne plus homogène.

Concernant l'autocensure, Thorson (2014) en dit qu'elle serait une façon de gérer les multiples publics présents sur Facebook. La recherche de Thorson (2014) amène surtout l'idée que les jeunes ont des manières bien distinctes de gérer leurs différents publics, notamment ceux sensibles aux sujets controversés, comme les discussions politiques. Bien que certains prennent plaisir à susciter le débat, la majorité préfère garder une certaine neutralité et ne pas parler de politique, ou restreindre certaines publications à un groupe d'amis. Même ceux qui aiment parler de politique de temps en temps ne se sentent pas à l'aise sur Facebook

Kwon, Moon et Stefanone (2015) suggèrent aussi que l'exposition à un auditoire divers sur Facebook contribue à un dispositif d'autocensure. Les résultats ont montré que les utilisateurs Facebook préoccupés par l'isolement social avaient plus tendance à censurer leurs opinions politiques. Nonobstant, l'exposition à un public plus diversifié n'a pas été associée à la publication de contenus politiques dans l'analyse. Kwon, Moon et Stefanone (2015) indiquent que d'autres recherches sont nécessaires pour éclairer le sujet.

LES ÉLECTIONS BRÉSILIENNES SUR FACEBOOK

Dans le premier scrutin du 5 octobre 2014, onze candidats se disputaient le poste de président du Brésil. Comme aucun d'entre eux n'a reçu plus de 50 % du vote, les deux candidats avec le plus de bulletins valides – Dilma Rousseff (41,61 %) et Aécio Neves (33,53 %) – sont donc passés au second tour le 26 octobre 2014. Plus de 112 millions de personnes ont voté lors de ce second scrutin. La candidate à la réélection, Dilma Rousseff, du Parti des travailleurs (PT), a remporté l'élection avec 51,65 % des votes valides contre 48,35 % d'Aécio Neves, du Parti de la démocratie sociale brésilienne (PSDB). Trois candidats ont concentré plus de 96 % des votes, partagés par Dilma Rousseff, Aécio Neves, et Marina Silva, du Parti socialiste brésilien – PSB, qui a comptabilisé 21,32 % des bulletins valides.

Le débat électoral a ainsi été le sujet de 674,4 millions d'interactions sur Facebook, ce qui fait des élections brésiliennes les plus commentées dans l'histoire de ce RSN (Facebook, 2014) et dans le monde. Les journalistes ont été les premiers à relever que, bien souvent, les débats s'avéraient féroces en ligne. En plein vote en octobre 2014, quelques journaux du pays ont rapporté qu'une vague de suppressions d'amis Facebook avait eu lieu en raison de discussions politiques. Des interviewés ont rapporté aux médias que le manque de respect, les publications discriminatoires et des offenses ont constitué quelques motifs pour supprimer des « amis » de leurs listes Facebook. Certains reportages se sont même attardés sur des amitiés de longue date, réalisées dans un cadre hors ligne, brisées par les discussions politiques (Landim, 2014, 12 octobre; Araujo, 2014, 13 octobre ; Tokarnia, 2014, 23 octobre).

POLITIQUE ET AMITIÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX NUMÉRIQUES

La revue de littérature présentée indique que l'influence des discussions politiques sur les « amitiés » Facebook n'a pas encore été suffisamment explorée par les chercheurs. Telles que présentées ci-dessus, et ceci malgré le fait que plusieurs études aient déjà analysé les élections et la participation politique sur Facebook en Amérique du Nord (Williams et Gulatti, 2007; Williams et Gulati, 2008; Woolley, Limperos, Oliver, 2010; Vitak, Zube, Smock, Carr, Ellison et Lampe, 2011; Goodman, Bastedo, LeDuc et Pammatt, 2011; Dumitrica, 2014), en Europe (Yanoshevsky, 2010; Túnñez et Sixto, 2011; Vesnic-Alujevic, 2012; Larsson et Kalsnes 2014), en Amérique Latine (Bustamante et Muñoz, 2012; Slimovich, 2012; Peruzzo, 2013), et dans les pays arabes (Eltantawy et Wiest, 2011; Mlaiki, 2011; Papaioannou et Olivos, 2013), elles restent limitées en ce qui concerne la recherche que nous voulions mener. À l'exception de quelques travaux (Rainie et Smith, 2012; Fix, 2013), les thèmes concernant la discussion politique et l'« amitié » Facebook sont rarement étudiés ensemble.

L'influence de l'opinion politique sur les amitiés a été étudiée indirectement dans des recherches sur l'*homophilie*, dans le cadre de conversations tenues en face à face. Ces études indiquent que les gens cherchent à être en relation avec d'autres personnes leur ressemblent (Lea et Duck, 1982; McPherson, Smith-Lovin et Cook, 2001), et cela en tenant compte des accointances politiques, religieuses, du degré d'éducation et de la classe sociale. McPherson, Smith-Lovin et Cook (2001) arguent que les adultes ont une tendance à s'associer avec des individus avec qui ils partagent la même orientation politique. Ces chercheurs indiquent néanmoins qu'il n'est pas suffisamment clair si ce type d'*homophilie* prend racine selon la similarité des points de vue politiques ou si cette similarité a d'autres caractéristiques sociales en lien avec différentes idéologies politiques (Verbrugge, 1977, 1983; Knoke, 1990, Huckfedlt et Sprague, 1995). De plus, les bris d'amitiés en face à face semblent être tout à fait différents de ceux en ligne également. Les amitiés hors ligne ont tendance à se dissoudre sans l'expérience d'une insatisfaction déclarée. Selon Rose, la plupart des amitiés brisées se manifestent progressivement en raison d'une perte de proximité ou d'un changement d'intérêt (1984).

En ce qui concerne les amitiés en ligne, les recherches qui présentent des analyses sur les raisons pour lesquelles les gens arrêtent de suivre des « amis » sur Facebook ou décident de les supprimer sont rares. Les recherches de Bryant et Marmo (2009, 2012) en sont des exemples, mais leurs études traitent plutôt du maintien des « amis » et non pas de leur suppression. En outre, la recherche scientifique dans ce domaine n'a pas non plus éclairé la façon dont la discussion politique en ligne peut avoir de l'influence sur les « amitiés » Facebook. Fix (2013) affirme que les recherches n'ont pas profondément analysé le rôle des idéologies politiques dans les décisions de suppression d'amis. Lewis et West (2009) suggèrent quant à eux que les nouvelles études devraient miser sur l'étiquette « ajouter » ou « supprimer » un ami sur Facebook, ainsi que les rejets passifs des demandes d'amitié. Penã et Brody (2014) relèvent également l'importance d'étudier le processus de déclenchement de la prise de décision de ne plus suivre ou de supprimer un « ami » Facebook.

Enfin, il faut remarquer que ces recherches ne se demandent pas si les amitiés rompues sur Facebook ont également été brisées en face à face. Tel que mentionné ci-dessus, la

dissolution d'amitiés en face à face semble être différente de celle en ligne. Celles-là ont plus tendance à se refroidir lentement jusqu'à leur extinction, alors que sur Facebook, il suffit d'appuyer sur le bouton « retirer de la liste d'amis » pour défaire une « amitié ». Toutefois, un nombre important de chercheurs affirment que les mondes « hors ligne » et « en ligne » se chevauchent (Subrahmanyam et al., 2008; Lewis et West, 2009; Vickery, 2009; Bryant et Marmo, 2012; Assunção et Matos, 2014; Miller et Munday, 2015) et que la plupart des amitiés en ligne étaient déjà des contacts hors ligne.

Par conséquent. Nous nous sommes posés les questions suivantes, comme résultat d'un écart de connaissance (*gap-spotting* : Sandberg et Alvesson, 2011) : (1) comment les publications concernant la politique en ligne ont-elles participé à supprimer, à cesser de suivre, ou encore à changer le statut d'un « ami » sur Facebook pendant la période électorale de 2014 ? ; (2) quel rôle les différentes formes d'amitié ont-elles joué dans la prise de décision de supprimer, de ne plus suivre, ou de changer le statut « d'ami » Facebook pendant la période électorale de 2014 ? (3) comment les publications concernant la politique sur Facebook pendant la période électorale de 2014 ont-elles participé à affecter les amitiés en face à face ?

ANCRAGE THÉORIQUE ET MÉTHODOLOGIE

Nous avons utilisé, instrumentalement, la théorie ancrée en tant que méthode de recherche et théorie. Développée par les sociologues américains Glaser et Strauss (1967), la théorie ancrée (*Grounded Theory*) propose « d'ancrer la théorie dans la recherche elle-même, afin qu'elle soit produite à partir des données » (Glaser et Strauss, 2010, p. 80). En l'adoptant, nous avons utilisé les données qui seront ci-dessous présentées, comme point de départ pour le développement d'une théorie, permettant l'émergence de points de vue inédits (Guillemette, 2006). Guillemette (2006) explique que la théorie ancrée permet non seulement d'étudier des sujets ou des questions de recherche jamais explorés, mais aussi « de jeter un regard neuf sur des phénomènes qui ont été déjà étudiés » (p. 46).

LA THÉORIE ANCRÉE – UNE THÉORIE-MÉTHODE

La théorie ancrée (Glaser et Strauss, 1967) propose la création d'une théorie à travers l'analyse comparative de données : « La théorie se développe par l'intégration des différentes catégories et de leurs propriétés grâce à des comparaisons continues, ce qui oblige le chercheur à extraire une signification théorique de chaque comparaison » (Glaser et Strauss, 2010, p. 213). Cependant, tel que présentée par Glaser et Strauss (1967), elle s'avère pourtant difficile à mettre en pratique (Bryant et Charmaz, 2007). Pour ancrer la théorie dans les données, Glaser et Strauss (2010) suggèrent « dans un premier temps, d'ignorer complètement la littérature scientifique du domaine étudié afin d'être certain que l'élaboration des catégories ne soit pas contaminée par des concepts plus spécifiques d'autres domaines » (p. 129). Cependant, Glaser et Strauss (1967, 2010) ont remarqué que le chercheur ne pourrait pas approcher la réalité comme une *tabula rasa*. Pour résoudre cette question, les auteurs ont créé le terme « sensibilité théorique » (*theoretical sensibility*) pour désigner l'habileté du chercheur à regarder les données

qui sont pertinentes (Kelle, 2007).

Malgré cette réserve, il n'était pas suffisamment clair pour le chercheur de savoir comment concilier « l'émergence » de la théorie à travers des données et la « sensibilité théorique ». Afin d'obtenir un équilibre entre objectivité et sensibilité, Strauss et Corbin (1990) suggèrent des techniques et procédures pour développer la théorie ancrée et permettre la construction d'une théorie : (1) le codage ouvert et la microanalyse des données (un examen détaillé des données ligne à ligne afin de laisser émerger de nouveaux concepts et relations et de développer des catégories) ; (2) le codage axial (les catégories et sous-catégories développées lors du codage ouvert sont mises ensemble sur le plan de leurs propriétés et dimensions) ; (3) le codage sélectif et le développement de la théorie (une fois que les catégories ont été développées et liées avec leurs sous-catégories, il faut les intégrer et les redéfinir afin de développer un schème théorique plus large). Pour Strauss et Corbin (1990, 1998), cette étape est la plus difficile de l'analyse : ils proposent également la comparaison des résultats avec les données brutes, et de présenter la théorie aux participants de la recherche. Bien qu'une théorie puisse ne pas s'adapter à chaque aspect d'un cas en question, ses concepts plus généraux doivent pouvoir s'appliquer à tous les cas.

L'approche constructiviste

Une des différences entre les approches de Glaser et Strauss et Corbin est l'utilisation de la connaissance et de la littérature par le chercheur. Glaser et Strauss (1967, 2010) défendent l'idée que le chercheur doit être en mesure de commencer son analyse en faisant *tabula rasa*, laissant seulement les données parler. D'autre part, Strauss et Corbin (1990, 1998) considèrent qu'il n'est pas possible pour le chercheur d'être complètement libre de sa partialité.

Nous nous appuyons sur l'idée défendue par Fourez (2002) selon laquelle il est impossible d'interpréter une observation sans rendre compte de la subjectivité du chercheur – ce qu'il a de particulier et d'individuel, ainsi que sa vision de monde, construite au sein d'une culture : « les observateurs en chair et en os ne sont jamais « seuls », mais sont toujours préhabités de toute une culture et d'un langage » (p. 55). Blais et Martineau (2006) mettent aussi en lumière le rôle du chercheur dans la construction de sens. Selon leur analyse, c'est le chercheur qui doit « dégager le sens que l'acteur a construit à partir de sa réalité » (p. 3). En procédant de cette façon, le chercheur peut aller « au-delà de ce que les données brutes disent *a priori* » (p. 3). Guillemette (2006) est un autre auteur pour qui l'émergence n'est jamais pure et qui dit qu'« induction » et « déduction » travaillent ensemble : « On ne peut pas procéder exclusivement par induction ; il y a toujours aussi de la déduction dans la « conversation » entre les données de terrain et la sensibilité théorique de l'analyste » (p. 44). Guillemette met l'accent sur le fait que ni le chercheur ni le répondant ne sont exempts d'interprétations. Durant ses analyses, le chercheur formule également des hypothèses, basées sur des données, et doit retourner alors sur le terrain afin de les tester. De cette manière, « la déduction est au service de l'induction » (p. 44).

C'est pourquoi nous avons décidé d'utiliser les techniques développées par Strauss et

Corbin (1998) – faisant émerger des catégories –, mais aussi l’approche constructiviste de la théorie ancrée développée par Charmaz (2006). Selon cette approche, les données et l’analyse qui en découle sont « créées » à partir des expériences partagées du chercheur et des participants de la recherche :

« *Constructivists study how participants construct meanings and actions, and they do so from as close to the inside of the experience as they can get. Constructivists also view data analysis as a construction that not only locates the data in time, place, culture, and context, but also reflects the researcher’s thinking. Thus, the sense that the researcher makes of the data does not inhere entirely within those data.* »

(Charmaz, 2001, p. 677).

La circularité de la théorie ancrée

Strauss et Corbin (1998) mettent l’accent sur l’importance d’un travail simultané de collecte de données, d’analyse et de vérification. Selon eux, l’analyse commence dès les premiers entretiens, avant même que le chercheur ait fini la collecte de données. Cette analyse aide le chercheur à mieux s’orienter dans les prochains entretiens (Paillé, 1994). La vérification est aussi faite de façon simultanée. Construire la théorie ancrée de cette façon la différencie des théories traditionnelles, lesquelles sont d’abord créées puis vérifiées. Quand on utilise la théorie ancrée, la construction et la validation de la théorie émergente se produisent simultanément, en confrontant la réalité observée avec ce qui a déjà émergé pendant l’analyse (Paillé, 1994).

Charmaz (2006) compare cette dynamique à un jeu de « casse-tête » : le chercheur peut insérer de nouvelles pièces pendant la recherche et durant l’analyse. Si certaines questions émergent au cours de la recherche, le chercheur peut retourner sur le terrain afin de recueillir de nouvelles données. La recherche de Guillemette et Lapointe (2012) indique aussi que les questions posées aux participants peuvent être ajustées au fil de la collecte de données.

Ainsi, la théorie ancrée permet-elle plusieurs allers-retours qui vont enrichir la compréhension du phénomène étudié. Toutefois, afin de bien appliquer la théorie ancrée, il faut prendre en considération le fait qu’elle exige des méthodes de collecte de données et d’échantillonnage bien spécifiques, comme nous l’expliquerons dans les prochaines sections.

ÉCHANTILLONNAGE DES SUJETS

Contrairement à d’autres méthodes de recherche, la théorie ancrée demande un échantillonnage tout particulier. Comme nous l’avons souligné, ce sont les analyses continues des premiers entretiens qui vont guider les suivants. Strauss et Corbin (1998) appellent cela l’« échantillonnage théorique » (*theoretical sampling*). Ils le définissent comme : « *Data gathering driven by concepts derived from the evolving theory and based on the concept of ‘making comparisons’, whose purpose is to go to places, people, or events that will maximize opportunities to discover variations among concepts and to densify categories in terms of their properties and dimensions* » (p. 201). Pour les auteurs, ce type d’échantillonnage prend son importance dans l’exploration de nouveaux domaines, car il permet de choisir des voies

d'échantillonnage qui peuvent lui donner un retour théorique plus riche. Ainsi, le processus de collecte de données est contrôlé par la théorie émergente (Strauss, 1987). Par conséquent, le choix des participants doit être guidé par la richesse des données. Celles-ci permettent de mieux comprendre le phénomène et contribuent au développement d'une théorie. Guillemette (2006) indique qu'il faut choisir l'échantillon, non pas avec un critère de représentativité, mais en prenant compte « des échantillons de situations dans lesquelles le chercheur pourra cueillir des données « théorisables », c'est-à-dire des données qui permettent de toujours mieux comprendre le phénomène plutôt que de simplement le documenter » (p. 40-41). LeCompte et Preissle (1993, cités par Savoie-Zacj, 2007, p. 102) parlent de la construction de l'échantillon en tant que processus évolutif. Nonobstant, Bryant et Charmaz (2007) recommandent au début de la recherche de commencer avec un groupe homogène et, après avoir compris le phénomène étudié, de chercher des contextes et groupes différents.

Nous avons commencé l'analyse avec des Brésiliens qui ont été responsables par la plupart des conversations sur Facebook pendant les élections. Celles-ci ont été menées par des hommes et des femmes de 18 à 34 ans, habitant l'État de São Paulo, et ayant participé à des discussions politiques pendant les élections présidentielles 2014. Ces personnes ont cessé de suivre, supprimé, ou bloqué, au moins un « ami » sur Facebook pendant la période électorale en raison des dissensions concernant leurs points de vue politiques. Dans la première étape de recherche des participants, nous ne nous sommes pas affairée à les équilibrer selon leurs points de vue politiques. Mais nous sommes aperçus, au début de l'analyse des premières entrevues, de l'importance de comparer et mettre en relief trois groupes : l'un plus enclins à la candidate à réélection, Dilma Rousseff, un autre plus favorable au candidat de l'opposition, Aécio Neves, et un troisième resté neutre durant le deuxième tour de l'élection, ou qui a critiqué les deux candidats et leurs programmes de gouvernement comme nous le verrons plus tard.

Pour commencer, nous avons utilisé la technique de *snowball sampling* (Biernacki et Waldorf, 1981). Cette technique consiste à recruter des personnes de départ (dans notre cas, *via* les réseaux sociaux numériques) et de les inciter à nous indiquer des personnes de leur entourage ayant le profil recherché, lesquelles pourront, pour leur part, nous indiquer une troisième branche de réseau, comme en un effet « boule de neige ». Quatre groupes distincts ont été utilisés. Ces quatre groupes, responsables de la majorité des interactions sur Facebook pendant les élections brésiliennes, se composent, selon les données de Facebook (2014) : 1) de femmes de 25 à 34 ans; 2) de femmes de 18 à 24 ans; 3) d'hommes de 18 à 24 ans; et 4) d'hommes de 25 à 34 ans. Bien que le sondage Facebook n'ait aucune valeur académique, il s'agissait de la seule source disponible, et nous l'avons considéré valable pour restreindre notre échantillon.

LA COLLECTE DES DONNÉES

L'entretien semi-dirigé approfondi

Puisque notre objectif a été de regarder la réalité telle que vécue par les individus (Strauss et Corbin, 1990), nous avons utilisé une approche qualitative adoptant la technique d'entrevue par entretiens semi-dirigés approfondis. En plus, nous avons préparé un guide d'entretien qui

groupe des questions ouvertes selon des thèmes. L'idée était de permettre aux participants de décrire leurs expériences et d'y réfléchir sous une perspective différente, avec un recul qui les éloignerait des réflexions usuelles de la quotidienneté (Charmaz, 2006). Le guide a été testé avant le début de la recherche et s'est effectivement relevé comme un guide plutôt que comme une grille.

Les entretiens séquentiels par Skype et FaceTime

Les entretiens n'ont pas été réalisés en une fois, mais de façon séquentielle afin de permettre l'analyse simultanée des données. Nous avons décidé de réaliser les entretiens par Skype et FaceTime, des logiciels téléchargés qui permettent des appels vidéo à travers une connexion Internet. Dans le cas de FaceTime, pour les utilisateurs d'équipements Apple.

Des recherches récentes (Bertrand et Bourdeau, 2010; Hanna, 2012; Deakin et Wakefield, 2013; Nehls, Smith et Schneider, 2015; Seitz, 2015) relèvent les pour et les contre des entretiens entrepris par le biais d'applications de vidéoconférence comme Skype ou FaceTime, en les comparant à ceux réalisés en face à face. Au sujet des avantages, les chercheurs mettent l'accent sur la possibilité d'être mis en contact avec des participants physiquement éloignés, en économisant du temps et de l'argent. La possibilité d'enregistrer l'entretien grâce à des logiciels facilement téléchargeables est aussi considérée par les chercheurs – si on la compare surtout avec l'utilisation d'un dictaphone, technologie dépendant de batteries et dont l'enregistrement peut s'avérer laborieux à écouter lors de la phase de transcription (Bertrand et Bourdeau, 2010; Hanna, 2012). De plus, ces logiciels sont également disponibles sur les appareils cellulaires, ce qui les rend encore plus accessibles (Deakin et Wakefield, 2013).

Comme relevé dans les recherches de Deakin et Wakefield (2013) et de Nehls, Smith et Schneider (2015), les entretiens par Skype se sont avérés plus riches que ceux réalisés en face à face. Deakin et Wakefield (2013) affirment que ce type d'entretien met plus à l'aise le chercheur et le répondant. Nous avons ainsi considéré l'utilisation de Skype et/ou FaceTime comme l'option la mieux adaptée à la présente recherche, puisqu'elle m'a permis d'analyser les données de façon continue, comme proposé par Paillé (1994).

Il nous faut, pour finir, mentionner une remarque importante concernant le contexte de la recherche. Les entretiens ont été réalisés un an environ après les élections brésiliennes de 2014. Ce distancement a eu ses avantages. Westbury et Dennett (2000) écrivent à ce propos que tous les événements du monde ont des effets, mais que seuls certains sont sauvegardés à l'état de souvenirs. McGaugh (2003) ajoute que les événements considérés comme les plus importants sont ceux dont on se souvient le plus vivement et qui réveillent le plus d'émotion. Ce sont donc les événements les plus marquants dans la mémoire des participants qui nous ont intéressé (Gauer, 2005). Bien que les participants aient reconnu quelque temps après les élections avoir réparé des amitiés brisées pendant la campagne électorale, d'autres amis sont restés à l'écart plus d'une année après les élections.

L'anonymat

Avant de fixer les dates des entrevues, tous les participants ont reçu, par courriel, message privé Facebook, ou Skype, un formulaire de consentement contenant les informations concernant la recherche et leur participation à celle-ci, ainsi que notre engagement à respecter leur anonymat. Les formulaires ont été téléchargés par les participants, puis signés et renvoyés par courriel. En plus de cette formalité, ce même formulaire a été relu avant le début des entretiens, et les participants ont donné chaque fois leur consentement verbal, lequel a été bien évidemment enregistré. Tous les entretiens réalisés par Skype ont été enregistrés à l'aide de l'application Evaer, qui permet l'enregistrement de la voix et des vidéos des conversations par Skype. Ceux réalisés par FaceTime ont été enregistrés grâce à l'application d'enregistrement de voix de Windows 8 et/ou de iPhone 4S. Seule la transcription des entretiens a été utilisée dans l'analyse, et cela pour aider à garder une uniformisation des données. Chaque participant a reçu un nom fictif afin de protéger son identité. Les indicateurs de genre ont néanmoins été conservés.

ANALYSE DES DONNÉES

LES ENTRETIENS

Comme mentionné plus tôt, bien que les entretiens aient été menés avec un décalage (plus d'une année après l'annonce des résultats des élections), les tensions politiques ne se sont pas estompées depuis. Le prolongement d'un tel climat s'explique par la révélation d'une importante enquête sur affaire de corruption, de détournement de fonds et de blanchiment d'argent. Cette enquête a mis au banc des accusés l'entreprise pétrolière Petrobras, contrôlée par l'État, des entreprises du secteur de la construction, ainsi que plusieurs politiciens. Les entreprises sont accusées de surfacturer des travaux d'infrastructure. Des membres de la coalition du gouvernement auraient reçu en contrepartie des pots-de-vin qui auraient financé, entre autres, les campagnes politiques de l'ex-président Luiz Inácio Lula da Silva et de la présidente Dilma Rousseff, les deux membres du Parti des travailleurs, qui ont gouverné le Brésil entre 2002 et 2016. En parallèle, le président de la Chambre des communes a lancé, à la fin de l'année 2015, une procédure de destitution de la présidente Dilma Rousseff sous l'accusation selon laquelle le gouvernement aurait maquillé des comptes d'État en 2014. Des millions de personnes ont participé à des manifestations en faveur et en opposition à la destitution de la présidente. La crise politique s'est aggravée avec des enquêtes sur l'ex-président Lula et sur son retour au gouvernement en tant que chef de cabinet. La présidente a été accusée de protéger l'ex-président en lui offrant un poste qui, selon la loi, donne au fonctionnaire public le privilège d'être jugé uniquement par la Cour suprême, au lieu des tribunaux locaux. Fin avril 2016, la Chambre des communes vote la destitution de la présidente. Le 11 mai, le Sénat fédéral vote la suspension de la présidente pour 180 jours ; le jugement est rendu le 31 août 2016.

Première séquence des entretiens

Les cinq premiers entretiens ont été réalisés entre janvier et mars 2016 – près d'une année après la fin des élections présidentielles au Brésil. Bien que l'agitation politique n'ait pas

cessé totalement en raison des accusations contre la présidente du Brésil, ces entretiens ont tout de même été menés avant que l'enquête contre l'ex-président Lula ne soit devenue publique, et avant que le processus de destitution de Dilma Rousseff ait été recommandé par la Chambre des communes, ainsi que sa suspension pour 180 jours. La période a été considérée par quelques participants comme une période relativement calme si on la compare à celle vécue à la fin de 2014 et tout au long de l'année de 2015.

Le même guide d'entretien a été utilisé avec les cinq personnes interviewées. Mais les questions ont parfois été posées dans un ordre différent, selon le déroulement de l'entretien. Parmi les questions, les termes « discussion politique », « participation pendant les élections », et « commentaires et publications sur Facebook pendant la campagne électorale », ont été utilisés pour se référer aux publications concernant les élections.

Une remarque importante à mentionner est celle de la méconnaissance des termes utilisés par Facebook pour identifier les plusieurs outils de contrôle de l'audience et de la liste d'amitié. Souvent, les interviewés utilisaient le terme « bloquer » en faisant référence à l'outil « ne plus suivre » quelqu'un. Nous leur avons alors demandé d'expliquer ce qu'ils avaient en tête lorsqu'ils parlaient de certains outils. Cela nous a permis de corriger des erreurs de vocabulaire et de nous assurer à quels outils ils faisaient vraiment référence.

L'analyse des premiers entretiens

L'analyse a commencé dès le premier entretien. La microanalyse a produit des centaines de codes. La même chose est arrivée avec l'analyse ligne par ligne de la deuxième interviewée, Éva. Comme le suggèrent les développeurs de la Théorie ancrée (Glaser et Strauss, 1967 ; Strauss et Corbin, 1998), nous avons utilisé, dans un premier moment, des codes *in vivo*. Pendant le codage, nous avons écrit des mémos – de brèves réflexions écrites à propos d'extraits analysés. Quelques rapports entre les premiers codes ont émergé à partir de la première lecture, ainsi que pour les suivantes.

Ensuite, nous avons renommé les codes et nous les avons regroupés, en utilisant des termes utilisés par les participants, ceux plus généraux, et aussi ceux fondés sur la littérature. Ce regroupement a permis l'extraction de quelques catégories principales, de sous-catégories, ainsi que de quelques relations entre elles. L'analyse des trois entretiens suivants a aidé à mieux comprendre les phénomènes. À travers des comparaisons continues concernant les phénomènes discutés, les catégories ont été raffinées et renommées avec l'utilisation de termes plus abstraits.

La deuxième séquence des entretiens

La deuxième séquence a été faite entre le 7 mai et le 7 juin. À l'exception d'un des cinq entretiens, ils ont été faites après que le Sénat fédéral ait décidé de suspendre la présidente brésilienne Dilma Rousseff pour 180 jours. Le choix des participants a été guidé par l'analyse en cours – ce que Strauss et Corbin (1998) appellent l'« échantillonnage théorique » (*theoretical sampling*). Pendant les analyses de ces entretiens, les éléments qui avaient émergé pendant la

première séquence ont été approfondis davantage. Ceux qui avaient besoin d'être éclaircis ont reçu encore plus d'attention, grâce à la formulation de questions de repère. À la fin du processus, nous avons interviewé dix personnes : quatre personnes qui ont voté pour la candidate Dilma Rousseff au deuxième tour, quatre qui ont voté pour Aécio Neves, et deux qui ont voté pour d'autres candidats au premier tour. Concernant ces derniers, ils ont annulé leurs bulletins de vote dans le deuxième tour des élections. La quantité de participants a dépendu de la recherche, c'est-à-dire, lorsque les nouveaux entretiens ne contribuaient plus à la formulation de nouvelles catégories.

LES CATÉGORIES ÉMERGENTES

L'analyse des entretiens nous a permis de faire émerger plusieurs codes. Ces codes ont été regroupés et les éléments en commun, comparés. L'analyse comparative des entretiens a généré quelques éléments principaux qui seront présentés par la suite.

La gestion Facebook

Le but d'utilisation

Chaque participant considère Facebook à sa façon. La plateforme est utilisée, par exemple, comme source d'information, passe-temps/divertissement et outil de transformation. Les participants ont utilisé plusieurs expressions pour décrire leurs motivations lors de l'utilisation de Facebook. Bien que quelques participants n'aient pas beaucoup publié de contenus politiques lors des élections – surtout pendant le deuxième tour – les conversations autour de la politique ont été le sujet principal sur la plupart des leurs murs.

Contrôle de l'auditoire

Il s'agit de qui peut lire les publications des utilisateurs. Comme présenté dans la revue de littérature, les recherches indiquent que la plupart des amis Facebook sont des amis « occasionnels » et des « connaissances ». C'était le cas des participants de notre recherche. Bien que Facebook permette le contrôle individualisé du public à chaque publication, mais aussi de séparer les amis en deux listes principales – « amis proches » et « connaissances », seuls deux participants de notre recherche ont été amenés à réaliser ce genre de scission. La majorité a opté pour une seule liste et leurs publications étaient visibles à tous ceux qui font partie de cette liste. Le contrôle de l'auditoire n'a pas été rigide non plus.

Contrôle de ce qui s'affiche dans le fil d'actualité

Facebook permet à l'utilisateur de choisir les « amis » dont il verra les publications. Les participants interviewés utilisent notamment deux façons de le faire : ils mettent certaines personnes sur la liste de « connaissances » ou ils choisissent de ne pas s'abonner ou de cesser de suivre une personne, une page ou un groupe. Comme dans le contrôle de l'auditoire, le contrôle de ce qui s'affiche dans le fil d'actualité est aussi dynamique et cette gestion peut être faite en tout temps.

Prise de risque

Les interviewés ont beaucoup parlé de la polarisation politique sur Facebook pendant les élections, surtout au second tour. Ils ont souligné, par exemple, le fait que les gens semblaient avoir adopté des positions extrêmes, comme s'ils étaient des partisans d'une équipe de soccer ; qu'il y avait trop de mensonges ; que la teneur des publications était souvent agressive ; et qu'il n'y avait pas d'équilibre dans les discussions - une personne ne pouvait pas critiquer les deux candidats. Émettre une opinion ou prendre une position était donc considéré une affaire risquée. Quelques participants ont déclaré n'avoir pas beaucoup publié de contenus politiques au début. Mais ils se sont sentis poussés plus tard à « entrer dans la discussion ».

Positionnement politique du participant par rapport à son réseau

Comme expliqué dans la catégorie de « Gestion de Facebook », c'est à l'utilisateur de choisir ceux qui feront partie de sa « liste d'amis » ainsi que ceux qui pourront regarder ce qu'il publie. Cependant, la littérature (Greffet et Wojcik, 2008; Thorson, 2014; Das et Kramer, 2013) indique que l'utilisateur est plus à l'aise de partager son opinion si la majorité de sa liste a le même alignement politique. D'un autre côté, il est plus difficile de prendre position lorsque l'utilisateur est une voix minoritaire – bien qu'être minoritaire ne signifie ici que prendre aucun des deux positionnements majoritaires sur Facebook pendant les élections. Ainsi, les données qui ont émergé des entretiens s'alignent aux recherches citées ci-dessus, indiquant que le positionnement politique du participant par rapport à son réseau joue un jeu important dans la prise de risque.

Raisons de prendre ou ne pas prendre de risque

Bien que quelques participants aient choisi de ne pas publier des contenus politiques au début de la campagne électorale, la majorité a reconnu l'avoir fait à un certain moment. Les publications considérées comme des mensonges, des positionnements extrêmes et des attaques pleines de préjugés ont été mentionnées comme des raisons suffisantes pour prendre un risque. Exprimer son opinion politique était considéré aussi comme une façon de s'opposer à ce qui était dit dans les médias – accusés par certains d'avoir pris position contre la présidente et candidate à la réélection Dilma Rousseff.

Façon dont on prend un risque

Les données indiquent que la prise de risque est influencée par l'entourage (le réseau) et varie selon la façon de partager l'opinion. Bien que toutes les publications en lien avec la politique, pendant la campagne électorale, pourraient être considérées potentiellement comme une « prise de risque », la façon de les présenter les rendrait plus ou moins risquées ou acceptables. La plupart des participants, par exemple, avaient pour habitude de publier sur leurs propres murs des liens de reportages, vidéos ou blogues. Qu'elles aient été suivies ou non par de brefs commentaires, ces publications ont constitué la principale façon d'exprimer l'opinion des participants pendant la campagne électorale. Il était rare, cependant, que ceux-ci écrivent

leurs propres textes. Inversement, d'autres ne publiaient que très peu, mais réagissaient aux publications des « amis » par des commentaires pour présenter leur accord ou désaccord.

Gestion du désaccord

Les catégories ont parfois des éléments communs. C'est le cas de la gestion du désaccord et de la prise de risque. Il arrive qu'une façon de gérer le désaccord passe par des commentaires et des réponses aux opinions d'autrui – ce qui constitue également une prise de risque. Il y a néanmoins d'autres façons de gérer le désaccord.

Ce qui vient influencer la gestion

La façon de gérer le désaccord est influencée par les rapports qui existent entre les publications et le type de relation établie avec l'auteur des publications. Ce réseau social réunit plusieurs auditoires (la famille, les amis proches et anciens, les collègues et ex-collègues de travail, les amis des amis, et d'autres connaissances). Donc, le type de relation et la présence ou non de rapports en face à face ont une influence directe sur la façon de gérer le désaccord. Les participants ont également fait mention de la gestion délicate du désaccord lorsque la personne avec qui ils avaient un différend est un membre de la famille. Les participants avaient alors tendance à ne plus les suivre afin de conserver de bons rapports interpersonnels. Néanmoins, certains participants ont reconnu avoir eu des problèmes plus sérieux avec des membres de leurs familles. La teneur des publications et leur fréquence ont été aussi signalées comme des éléments qui peuvent influencer la gestion du désaccord. Toutefois, les exemples donnés suggèrent que les participants sont plus enclins à changer le statut d'un « ami » qui est agressif et dont le positionnement politique est opposé, plutôt qu'à changer le statut d'un autre « ami », également agressif, mais dont le positionnement politique rejoint celui du participant. Dans ce cas-là, les participants ont plus tendance à s'adonner à l'information. De plus, le nombre de fois qu'une publication contraire au point de vue d'un participant apparaît dans le fil d'actualité constitue également un élément important dans la gestion du désaccord.

Façon de gérer le désaccord

La gestion du désaccord peut être faite par des commentaires écrits en réaction à ceux des autres, ou en « identifiant » un « ami » dans une publication. Cependant, les données suggèrent qu'elle peut être faite par d'autres manières. En ignorant une publication, par exemple ; en effaçant une publication ou un commentaire ; en envoyant un message privé dans une conversation en face à face ; ou à travers le contrôle de l'auditoire et de ce qui s'affiche dans le fil d'actualité – tel que discuté ci-dessus dans la catégorie « Gestion de Facebook ». Puisqu'une des conditions à la participation de cette recherche était d'avoir supprimé ou arrêté de suivre un « ami » pendant la campagne électorale 2014, tous nos participants ont utilisé les outils de contrôle : que ce soit pour *contrôler leur auditoire* – en plaçant un « ami » la liste de connaissances ou en rompant la relation (par suppression ou blocage), ou pour *contrôler ce qui s'affiche dans leur fil d'actualité* – en plaçant un « ami » la liste de connaissances, en cessant de le suivre ou en le supprimant. Néanmoins, d'autres outils ont été utilisés par les participants, en tenant compte toujours des rapports qu'ils ont établis avec l'« ami » avec qui ils n'étaient pas

d'accord, mais aussi du contenu de leurs publications.

L'étonnement

Un autre élément qui a émergé de nos données a été l'« étonnement ». La plupart de nos participants ont été étonnés par les publications de certains « amis », soit par la découverte de leurs positionnements politiques ou leurs valeurs à travers leurs publications, soit parce que la façon dont un « ami » partageait son opinion révélait un décalage entre ce que la personne démontrait être sur Facebook et l'image qu'ils en avaient d'elle à cause des rapports interpersonnels établis en face à face. Sous une autre perspective, l'étonnement s'est également avéré comme pouvant être positif, faisant gagner certains rapports interpersonnels en proximité, bien que ces « amis » ne se rencontrent plus en face à face.

Les conséquences de la prise de risque et de la gestion du désaccord

La dernière catégorie nous ramène à la conséquence des catégories deux et trois, que nous avons divisées en trois sous-catégories.

Des conséquences en ligne

Si les participants ont géré leurs désaccords de différentes manières, les « amis » des participants ont fait face eux aussi à des désaccords. Cela s'est fait par l'entremise de commentaires pouvant générer des discussions en ligne (avec des attaques personnelles) ou de commentaires et de publications où l'interlocuteur était « identifié » ; ainsi que de messages privés, de publications directement partagées sur le mur de la personne, ou d'outils Facebook de contrôle de l'auditoire et de ce qui était affiché sur leurs fils d'actualité.

Des conséquences en face à face

Bien que le désaccord ait émergé sur Facebook nonobstant la gestion menée sur la plateforme, les participants ont fait part de désagréments en ligne avec des conséquences sur les rapports en face à face. Cela ne signifie pas nécessairement qu'il y ait eu des conflits en face à face, mais que les rapports établis en face à face ont été affectés d'une façon quelconque. Plusieurs participants ont raconté avoir été étonnés par les publications de certains « amis ». Même ceux affirmant que les rapports interpersonnels n'ont pas été affectés en face à face, évitent de discuter de politique lors de rencontres afin de préserver leurs relations.

La réévaluation de l'utilisation

La prise de risque et la gestion du désaccord ont aussi généré la réévaluation de l'utilisation de Facebook par les participants de la recherche. Parmi eux, quelques-uns ont même changé leur utilisation pendant la période électorale, tandis que d'autres ont regretté avoir participé sur Facebook et vu leurs relations interpersonnelles affectées. D'autres ont rétabli leurs amitiés Facebook après les élections, ou ont décidé de suivre à nouveau un ami qu'ils avaient cessé de suivre. La participation aux élections sur Facebook a également conduit certaines

personnes à des réflexions concernant les limites de Facebook et des réseaux sociaux.

RÉSULTATS

Les rapports entre les catégories ont commencé à devenir perceptibles lors de la présentation des catégories, car elles se chevauchent.

Un lieu d'échange

On peut considérer Facebook comme un lieu d'échange : d'un côté nous avons l'utilisateur avec ses publications, aussi variées soient-elles. De l'autre, ses amis, dont les publications font partie de son fil d'actualité. Entre ces deux entités s'opèrent des échanges. L'utilisateur peut gérer ces échanges par un contrôle de l'auditoire et de ce qui s'affiche dans le fil d'actualité. Voici quelques aspects dynamiques de Facebook, que nous considérons centraux pour la compréhension du phénomène étudié.

Publications faites par l'utilisateur

Les élections brésiliennes ont été caractérisées par les participants comme une période tendue, d'extrême polarisation politique. Les publications concernant la politique étaient donc considérées comme une *prise de risque*. Quelques participants ont déclaré avoir évité de « rentrer dans la discussion ». Mais ils se sont sentis poussés à le faire à un moment donné. Concernant le *positionnement politique par rapport au réseau*, les participants considèrent qu'ils font partie de la majorité – c'est-à-dire que la plupart des gens dans leur liste d'amis auraient les mêmes orientations politiques qu'eux, bien que cela n'ait pas empêché des opinions opposées.

Au début de notre recherche, il semblait que le positionnement du participant par rapport à son réseau pouvait être une indication du risque pris lorsqu'une opinion était partagée. Cependant, la plupart de nos participants avaient un positionnement politique semblable à ceux de leurs « amis ». Bien qu'il n'ait pas été possible de vérifier l'influence du positionnement du participant par rapport à son réseau sur la prise de risque, les données suggèrent qu'à la fin des présidentielles, la liste d'« amis » des participants s'est encore moins diversifiée du point de vue des opinions politiques. En plus, quelques participants ont *contrôlé leurs auditoires* afin d'éviter les *conséquences de la prise de risque* ou de minimiser le risque. En outre, les entretiens nous indiquent que le *but d'utilisation* peut aussi avoir une influence sur la *prise de risque*. Les participants dont le *but d'utilisation* était principalement de passer le temps et de s'amuser ont pris moins de risques que ceux qui avaient le but de militer politiquement, d'influencer les autres et d'échanger des informations concernant la politique.

Partager un positionnement politique peut être un risque même s'il n'y a aucun commentaire ou réaction des « amis » sur la plateforme. Les gens se rendent compte des prises de position politique de leurs « amis » dans leurs publications et cela peut les « affecter » d'une façon quelconque. Parfois, l'*étonnement* n'est pas seulement lié à un positionnement politique, mais bien à la façon de partager l'opinion. Le participant ne peut pas savoir si quelqu'un a cessé de le suivre ou changé son statut (d'« ami » à « connaissance » par exemple). Il est rare aussi

de se rendre compte qu'on a été supprimé. Dans certains cas, les participants se sont rendu compte de la suppression par hasard. En plus, même s'il n'y a pas de suppression, le rapport en face à face peut être affecté. Après l'étonnement causé par les publications de certains « amis », la façon de les regarder peut changer aussi. Une autre *conséquence à la prise de risque* a été le déclenchement de longues discussions entre les personnes qui ne se connaissaient pas, mais qui ont été réunies grâce à la publication d'un « ami » commun.

Publications des « amis » de l'utilisateur

D'un autre côté, l'utilisateur fait aussi partie de l'auditoire de ses « amis ». Comme expliqué auparavant, la gestion de Facebook permet de trier les « amis » dont les publications seront affichées sur le fil d'actualité de l'utilisateur (contrôle de ce qui s'affiche dans le fil d'actualité). Seuls deux participants ont appliqué cette règle lors de l'acceptation d'un nouvel ami sur Facebook – en le mettant sur leurs listes de connaissances. Le système est réglé, dans ce cas pour que les « amis » de la liste de contacts d'un utilisateur apparaissent moins dans son fil d'actualité. De plus, lorsqu'une demande d'amitié est acceptée, les deux profils se connectent par défaut : on est alors abonné aux profils de ses « amis » comme ceux-ci le sont du nôtre. Pour être certain de ne pas voir ce que certains « amis » publient sans mettre une fin à l'amitié, il faut arrêter de les suivre – ce qui peut être fait en tout temps. Néanmoins, les participants n'ont pas pu éviter d'être exposés aux différentes opinions de leurs amis qui ont publié des contenus (pendant la campagne électorale, dans le cas de cette recherche) malgré l'utilisation des outils de *contrôle de ce qui s'affiche dans le fil d'actualité*.

Lorsqu'un participant est confronté à une publication avec laquelle il n'est pas d'accord, c'est à lui de décider *comment gérer ce désaccord*. La *gestion du désaccord* est influencée par le rapport que l'utilisateur a avec l'auteur de la publication, ainsi que le contenu et la fréquence de ce type de publication. Les désaccords ont été gérés de plusieurs façons par les participants de la recherche. Quelques fois, ils les ont tout simplement ignorés. D'autres fois, ils ont effacé une publication originale ou un commentaire, ou ont publié un commentaire sous une publication avec laquelle ils n'étaient pas d'accord et/ou ont entrepris une discussion en ligne. Ils ont, sinon, utilisé des outils pour la *gestion Facebook*, en contrôlant leur auditoire ou ce qui s'affichait dans leur fil d'actualité. La *façon de prendre un risque* a aussi augmenté les *conséquences du risque*. Toutefois, la plupart des participants ont remarqué qu'ils étaient plus tolérants avec les « amis » qui étaient agressifs, mais qui partageaient le même positionnement politique qu'eux. Il s'avère aussi que les participants dont le *but d'utilisation* est de s'amuser et de passer le temps sont moins tolérants envers des publications différentes de leurs points de vue et dont la fréquence est régulière.

Aussi bien que l'option « ne plus suivre » puisse être suffisante pour *contrôler ce qui s'affiche sur le fil d'actualité*, la *gestion du désaccord* prend également en compte les rapports interpersonnels. Si le lien est faible avec un « ami », les participants ont tendance à le supprimer. Néanmoins, les participants ont plus tendance à tolérer une publication si le lien avec l'auteur est fort. Le composant « face à face » est aussi important dans la gestion. C'est le cas d'une participante qui a raconté que, lorsqu'elle venait à ne plus voir d'anciens amis ou de collègues

de travail en face à face, elle s'est sentie plus à l'aise de les supprimer. D'un autre côté, la suppression d'une personne avec qui le participant peut se rencontrer en face à face a été plutôt rare.

La plupart des participants ont également été *étonnés* par les publications de certains « amis ». Bien que les cas négatifs d'étonnement aient été plus fréquents pendant la période électorale, quelques participants ont eu leur part d'agréables surprises. Il s'avère que des utilisateurs Facebook se sont rapprochés plus de certaines personnes avec qui ils avaient partagé les mêmes pensées. Du côté négatif, plusieurs participants ont raconté s'être rendu compte du fossé qui pouvait se creuser entre la façon dont les personnes se comportaient en face à face et leur comportement en ligne - comme s'il s'agissait de gens complètement différents. L'intensité du lien et l'établissement des rapports en face à face ont néanmoins influencé la *façon de gérer le désaccord*.

L'analyse des entretiens suggère que l'intensité de l'amitié a son importance : les participants ont ainsi cherché à ne pas prendre en compte ce que leurs « amis proches » ont écrit. Dans des cas semblables, lors des élections, l'outil de gestion « ne plus suivre » un ami visait la conservation des rapports interpersonnels et ne pas affecter négativement l'amitié en face à face ou, au moins, rendre les effets du désaccord sur l'amitié plus faibles. Cela n'a pas empêché les déceptions et les influences sur la façon de regarder les membres de la famille ou amis proches. Même après s'être étonnée du comportement de quelques « amis », une participante a déclaré que la *gestion du désaccord* dépend de ce qu'elle appelle le rapport entre 'coûts' et 'avantages' de l'« amitié ». Ce type d'évaluation a aussi été fait lorsque certains participants ont été surpris de façon négative par les gens avec qui ils avaient de faibles liens, comme des collègues de travail et d'études. Mais, dans ce cas, ils ont eu tendance à prendre davantage en considération ce que la personne « était » en ligne, et non la façon dont elle se montrait en face à face. Néanmoins, quelques suppressions sur Facebook ont été une façon de « couper » tous types de rapports interpersonnels avec quelqu'un. Dans la plupart des cas, c'étaient des personnes avec qui les gens n'avaient aucun rapport en face à face. La suppression sur Facebook représentait alors l'expulsion de ces gens leurs vies.

MODÈLE EXPLICATIF ET DISCUSSION

La théorie ancrée présuppose que l'analyse des données de laquelle émergent une catégorisation et une mise en relation des catégories mène à la construction d'une « théorie », c'est-à-dire, une explication à propos des phénomènes situés, capable de mettre en lumière des contextes particuliers, identifiant le problème et le phénomène principaux (Paillé, 1994). Voici le modèle théorique que nous avons construit :

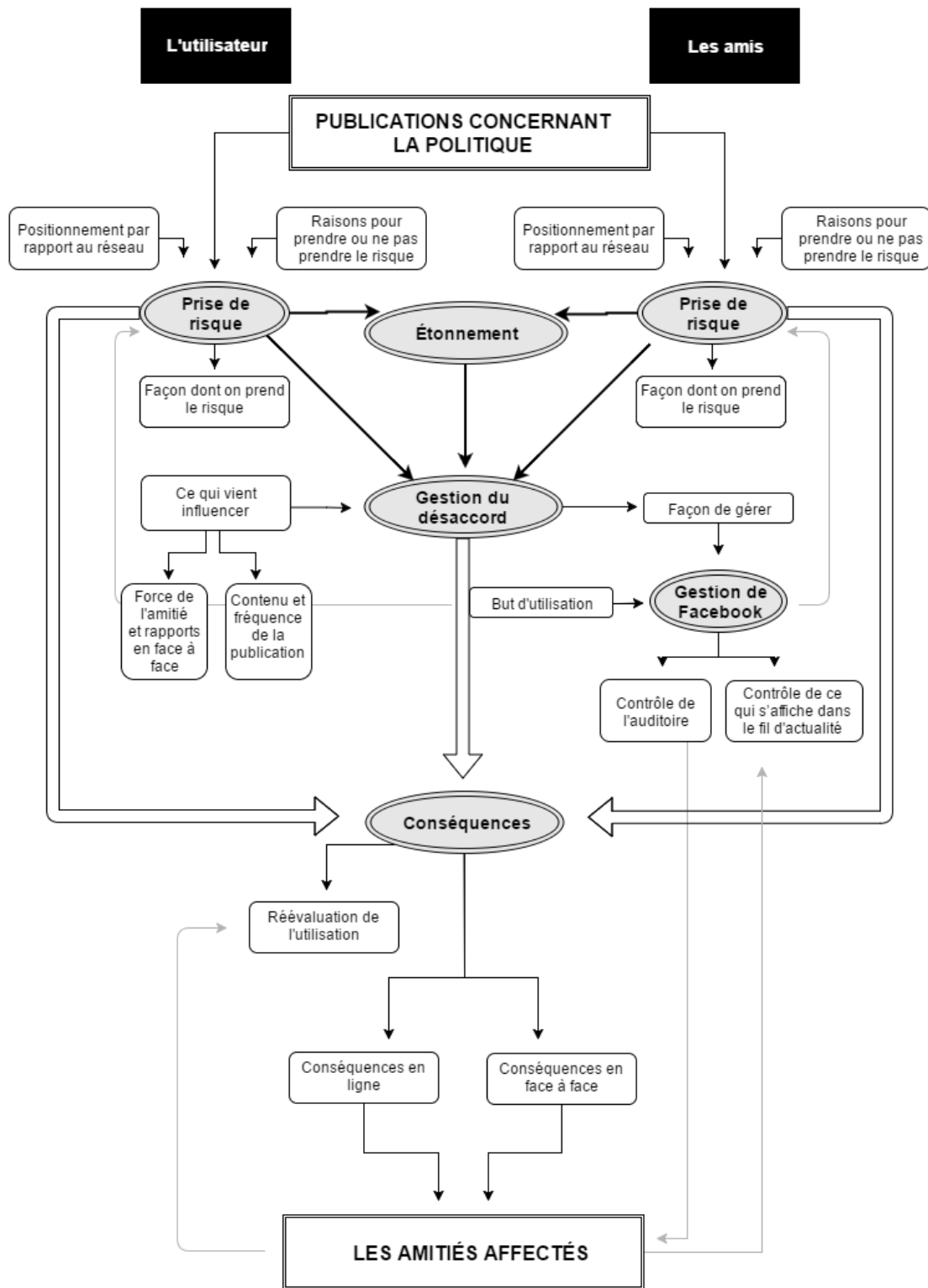


Figure 1– Modèle explicatif des phénomènes étudiés

Il faut toutefois considérer ce modèle non comme une « théorie générale », mais bien d'une théorisation « partielle, limitée et relative » (Paillé, 1994, p. 39). Strauss et Corbin (2008) argumentent que la généralisation n'est pas l'objectif des recherches qualitatives. Le but de la recherche qualitative, selon eux, serait de mieux comprendre un phénomène. Ainsi, bien que les observations se limitent au phénomène étudié – les amitiés Facebook affectées pendant les présidentielles brésiliennes 2014 –, elles peuvent toutefois aider à comprendre d'autres phénomènes similaires.

L'analyse des entretiens des participants de cette recherche suggère que, lors des présidentielles 2014, les publications concernant la politique sur Facebook étaient considérées une *prise de risque*. Pourtant, c'est intéressant de se rendre compte qu'au cours de la campagne électorale les participants ont pris conscience du risque lorsqu'ils publiaient des contenus en lien avec la politique. C'est le cas d'une de nos participantes, qui a été la cible d'attaques personnelles et de menaces, ce qui l'a menée à contrôler son auditoire. Même ainsi, la plupart des participants n'ont pas évité de publier des contenus politiques. Fix (2013) suggère qu'en dépit de l'absence d'anonymat dans les RSN, le fait que les gens ne soient pas toujours confrontés en face à face peut conduire à des déclarations politiques plus audacieuses, même en ayant en tête l'identité de la personne à qui ils se dirigent. Cela pourrait expliquer pourquoi quelques participants ont entrepris des discussions en ligne avec des « amis » sur des sujets dont ils ne discutaient pas en face à face. Plusieurs participants ont affirmé ne pas aborder de sujets « politiques » en face à face pour ne pas détériorer les rapports interpersonnels. Les recherches suggèrent en ce sens que les gens évitent les situations où la discussion politique peut émerger, et qu'ils sont plus à l'aise de discuter de politique avec ceux avec qui ils partagent des opinions politiques semblables (Mutz, 2002; Huber et Malhorta, 2013; Levinsen et Yndigejn, 2015). La recherche de Levinsen et Yndigejn (2015), par exemple, indique que les jeunes discutent de politique avec les parents qui ont des opinions similaires aux leurs. Mais ils évitent le sujet lorsque leurs points de vue divergent.

De plus, plusieurs recherches (McPherson, Smith-Lovin et Cook, 2001; Kim, 2011; Sibona et Walczak, 2011; et Huber et Malhorta, 2013) révèlent que les gens ont tendance à s'associer à des personnes qui ont des valeurs ou des points de vue politiques similaires. Ils seraient donc moins exposés aux opinions divergentes des leurs. Toutefois, d'autres chercheurs, comme Wojcieszak et Mutz (2009) et Brundidge (2010), soutiennent que la possibilité de rencontrer des personnes ayant des convictions différentes est plus importante lorsque la discussion politique est menée dans des contextes dans lesquels le contenu du débat cible plusieurs thèmes apparemment d'autres natures. Les différences politiques ne seraient alors pas évitées lorsque les individus s'exposent en ligne par « inadvertance ».

McPherson, Smith-Lovin et Cook (2001) signalent également que les gens peuvent s'associer à d'autres en raison d'une perception erronée à propos des croyances et des attitudes de leurs amis, et ne pas s'apercevoir des désaccords qui existent entre eux. Ceci s'expliquerait du fait que certains sujets ne sont pas du tout discutés. Les chercheurs concluent en ce sens que le principe de l'« homophilie », la « *value homophily* » – basée sur les valeurs, les attitudes ou les croyances – expliquée au début de cet article, serait plus difficile à identifier. Les résultats

de notre recherche sont en accord avec ce raisonnement. Un des éléments qui a émergé lors de l'analyse a été l'étonnement. Bien que tous les participants aient soutenu connaître la majorité de leur liste d'« amis » dans le monde hors ligne, et avoir des positions politiques similaires aux leurs, ils se sont tout de même étonnés de ce qu'ils ont pu découvrir à travers des publications de leurs « amis » sur Facebook. Ce type de situation est arrivé aussi bien avec des amis proches qu'avec des membres de la famille. Cela confirme les thèses de Kushim et Kichner (2009), ainsi que celles de la recherche de Rainie et Smith (2012), qui soulignent que les gens se rendent compte des opinions politiques des leurs « amis » grâce à leurs publications sur Facebook. La recherche de Rainie et Smith indique, par exemple, que 38% des Américains interviewés découvrent les idées politiques de leurs « amis » à travers de ce qu'ils publient sur Facebook. Le principe de l'« homophilie » se confirme une fois encore. À la suite du vote, la plupart des participants a reconnu que leur liste d'« amis » se composait majoritairement d'« amis » aux points de vue politiques similaires aux leurs. Toutefois, tel que mentionné dans la section précédente, les participants n'ont pas analysé leurs listes d'amis en détail. Cela les a empêchés de les assurer s'ils font partie d'une majorité d'« amis » qui pensent comme eux. Il faut considérer néanmoins que ce qui s'affiche dans le fil d'actualité n'est pas seulement défini par les outils de contrôle Facebook, mais aussi par toutes les interactions qui s'établissent entre les utilisateurs, lesquelles sont prises en compte par l'algorithme du logiciel qui détermine ce qui va plus ou moins apparaître dans le fil d'actualité d'un utilisateur donné. En ce sens, la recherche n'offre pas d'éléments suffisants pour affirmer qu'une majorité de participants a émergé d'un réseau d'« amis » qui pensent comme eux, ni quel rôle leur liste d'« amis » joue dans la prise de risque. Cependant, elle suggère qu'au fil du temps les participants ont essayé de garder leurs fils d'actualité le plus homogène possible en ce qui a trait à leurs points de vue politiques.

Malgré tout, chaque participant a été exposé à des publications avec lesquelles il n'était pas d'accord. La façon de gérer les désaccords a varié. Quelques fois, les participants ont juste toléré la publication sans rien faire sur la plateforme, tandis que d'autres ont réagi par des commentaires placés en dessous des publications de leurs « amis » ; ou encore, ils ont choisi d'utiliser les outils de contrôle Facebook. Les résultats suggèrent que la façon de gérer les désaccords est à la fois influencée par le contenu – la teneur et la fréquence – et par le type de rapport interpersonnel qui subsiste entre les « amis ». Parmi les publications jugées inacceptables, les participants ont cité des mensonges, des insultes et des attaques personnelles. Cela rejoint d'autres recherches ayant analysé les règles informelles des RSN et les violations plus courantes (McLaughlin et Vitak, 2012; Bryant et Marmo, 2012; Miller et Munday, 2015). L'étude de McLaughlin et Vitak (2012) indique aussi que les violations à ces règles informelles sont gérées de façon différente selon le type d'amitié. Les chercheurs soulignent également que lorsqu'il s'agit de simples connaissances, la réponse des utilisateurs varie selon la nature de la violation. Si la violation est moins sérieuse, ils tendent à l'ignorer ou à ne plus suivre son auteur. Mais si la violation est perçue comme plus sérieuse, l'auteur est généralement supprimé de la liste d'amis.

Les résultats font part également de comportements considérés comme inacceptables par les participants. Ainsi, la haute fréquence des publications, les mensonges, les critiques sans fondement, les attaques personnelles, le manque de respect, l'agressivité, le discours de haine

et les préjugés, sont-ils perçus comme la violation de principes implicites. Ces « violations » renvoient à celles présentées dans l'étude de McLaughlin et Vitak (2012), où les participants ont désigné comme « violations » le nombre excessif de publications ; les publications trop émotionnelles ; les interactions chaleureuses et les insultes ; et l'action d'identifier (*taguer*) des utilisateurs Facebook dans certaines photos et publications qui pourraient avoir des effets négatifs.

Notre étude suggère néanmoins qu'il y a encore d'autres facteurs qui ont aussi leur influence sur la façon de gérer les désaccords, comme l'existence de rapports interpersonnels en face à face. Aucune des recherches citées ci-dessus n'en fait mention. Les participants de notre recherche ont eu tendance à ignorer les publications avec lesquelles ils n'étaient pas d'accord, mais qu'ils ne considéraient pas comme inacceptables. Ce type de publication s'avérait suffisant pour motiver une suppression si la fréquence venait à déranger le participant et que les rapports interpersonnels en face à face s'avéraient inexistantes. Lorsque les publications sont considérées comme étant inacceptables, les participants ont davantage tendance à supprimer les « connaissances » avec qui ils ne se voient plus en face à face. Dans ce cas, la fréquence n'est que trop peu importante. Mais, lorsqu'il s'agit d'une connaissance avec qui le participant a des rapports interpersonnels en face à face – comme des collègues de travail ou d'études – les participants évitent également de les supprimer, préférant ne plus les suivre ou les mettre dans une liste qui ne permet pas de voir ce qu'ils publient.

Ces résultats indiquent que les connaissances ou les amis occasionnels avec qui les utilisateurs Facebook ont des rapports en face à face ne doivent pas être mis dans la même catégorie que ceux qui n'ont déjà plus de rapports en face à face. Cette remarque s'oppose, en partie, aux résultats de la recherche de Bryant et Marmo (2009), qui ne fait pas vraiment ce type de distinction. Leur recherche prend en compte la force de l'amitié, mais pas nécessairement l'existence ou l'absence de rapports interpersonnels. Aussi, les participants ont-ils eu plus tendance à tolérer les publications divergentes d'amis proches ou de membres de la famille. Si le contenu a été considéré comme étant inacceptable, ils ont eu tendance à ne plus suivre l'ami proche ou le membre de la famille en question. La suppression a été rare dans ces cas-là. Les situations où les participants ont discuté directement ou se sont confrontés avec les amis proches ou les membres de la famille des publications dont le contenu posait problème ont été aussi rares. Ce constat s'oppose à la recherche de McLaughlin et Vitak (2012), qui suggère que ce genre de situation est la façon la plus commune de gérer les violations. Il faut rappeler néanmoins que leur recherche a ciblé exclusivement des étudiants de premier cycle, et que le sujet « politique » n'a pas été abordé dans telle étude.

En réalité, notre recherche semble indiquer que, même dans les cas de publications considérées comme inacceptables par les participants, ces derniers ont eu plus tendance à ne plus suivre les « amis » de ce type – soit parce qu'ils ne se sont pas sentis à l'aise avec l'idée de suppression, soit parce qu'ils préféreraient ne plus regarder ce qu'ils écrivaient, afin d'éviter de se sentir poussés à répondre et/ou venir ébranler l'amitié subsistante. En effet, les participants ont indiqué ne pas s'être sentis à l'aise avec la suppression de quelqu'un avec qui ils ont des rapports en face à face. Cette donnée est en accord avec la recherche de Penã et Brody (2014),

qui affirme que les utilisateurs Facebook craignent que leurs « amis » découvrent la suppression. Cela pourrait s'expliquer par les résultats de l'étude de Bevan, Ang et Fearn (2014). Pour ces chercheurs, la perception de l'individu supprimé sera proportionnellement plus négative, et la suppression à l'égard d'une relation sera plus importante, puisque plus les liens d'amitié sont forts, plus durable est l'amitié, plus Facebook est utilisé pour se connecter aux contacts déjà existants, et plus intense est l'utilisation de Facebook par l'individu supprimé.

De plus, la plupart des « amis » supprimés étaient des connaissances avec qui les participants n'avaient plus de contacts en face à face. Ils ont tout de même affirmé que leur suppression était une façon de mettre une fin à la relation. Ceci suggère que Facebook constituait la principale ou la seule manière de garder les liens avec des connaissances. En fait, il est possible que, sans Facebook, leurs amitiés aient déjà été affaiblies (Cummings, J., Lee, J, et Kraut, R., 2006), ce qui explique qu'elles soient arrivées à leur fin. On peut remarquer cela en comparant les constituantes des rapports amicaux d'aujourd'hui avec ceux d'un temps où Internet et les réseaux sociaux n'avaient pas pris une telle ampleur. Un bon exemple pour appuyer cela se trouve dans la recherche de Rose (1984), qui a étudié les raisons par lesquelles les gens mettaient fin à leurs amitiés. Quatre raisons ont alors été soulevées : la séparation physique, le remplacement des anciens par de nouveaux amis, le mariage ou le début d'une relation amoureuse, et une aversion grandissante envers un ami. On pourrait dire que les deux premières causes ont moins de sens aujourd'hui parmi ceux qui utilisent les RSN. Même éloignés, les amis sont capables de garder le contact à travers des RSN. Cependant, on peut tout de même dire que sur Facebook, l'aversion grandissante envers un « ami » est encore un élément qui a des effets sur l'amitié, comme les résultats de cette recherche le suggèrent. D'après Rose (1984), certaines amitiés prennent fin lorsqu'un ami en question révèle ou fait à un autre ami quelque chose qui le mène à avoir une aversion envers cette personne, comme la manifestation d'une hostilité nouvelle, l'avènement de discordances religieuses, l'abus de drogues, la trahison, la violence physique et la critique. Dans notre étude, les divergences politiques et la façon de les partager ont fait en sorte que les participants sont passés à « aimer moins » ou même à « détester » des « amis ».

Néanmoins, aucun participant de notre recherche n'a vécu d'amitié brisée en face à face suite à des conversations politiques en ligne. La plupart des « amis » supprimés étaient de connaissances avec lesquelles ils n'avaient plus de rapport en face à face. Dans les rares cas de connaissances qui se rencontraient quelques fois en face à face et qui ont été supprimées sur Facebook, le rapport en face à face n'a pas été affecté. Toutefois, le sujet « politique » était toujours évité dans les conversations. Il est difficile de mettre en relation ces résultats, car nous n'avons trouvé aucune recherche ayant étudié le rôle des idéologies politiques dans la fin des amitiés en face à face. Au contraire, la plupart des recherches affirment que les gens cherchent à établir des rapports avec ceux qui ont les mêmes points de vue politiques que les leurs, comme mentionné au début de ce chapitre. De plus, d'autres études suggèrent que les amitiés en face à face ne se brisent que rarement, mais que leur intensité diminue petit à petit jusqu'à une perte complète de contact (Rose, 1984 ; Baxter, 1979, 1983 ; Ayres, 1982).

Finalement, notre recherche indique que les conversations autour de la politique en ligne

ont tout de même eu une influence remarquable sur les rapports interpersonnels en face à face. La recherche suggère deux types d'influence, suivant deux différentes directions : (1) les interactions en face à face ont une influence sur la gestion du désaccord sur Facebook, et (2) que les interactions sur Facebook ont affecté les perceptions des internautes en face à face. Ces résultats s'alignent avec les recherches affirmant que les mondes « hors ligne » et « en ligne » se chevauchent (Subrahmanyamet al., 2008; Lewis et West, 2009; Vickery, 2009; Bryant et Marmo, 2012; Assunção et Matos, 2014; Miller et Munday, 2015). Miller et Munday (2015) suggèrent, par exemple, que les jeunes adultes ajustent leurs comportements en ligne pour ne pas affecter la relation « hors ligne », car ils sont conscients de la connexion étroite entre les mondes « en ligne » et « hors ligne ».

CONCLUSION

La recherche proposée cherche à mieux comprendre l'impact des publications Facebook concernant la politique dans le cas des élections présidentielles brésiliennes 2014 sur les amitiés Facebook et en face à face, ainsi que le rôle de la force de l'amitié sur la façon de gérer le désaccord sur la plateforme par l'internaute en question. Les résultats qui ont émergé au cours de cette étude apportent une meilleure compréhension du phénomène étudié.

Les résultats de notre étude pourront contribuer à la recherche académique dans plusieurs domaines thématiques : les élections sur les RSN, les rapports d'amitié sur Facebook, les influences de Facebook sur les rapports interpersonnels en face à face, et la relation entre politique et amitié, pour n'en citer que quelques-uns. Même en prenant en considération les limites de la recherche, l'étude a contribué de manière significative à mieux comprendre le phénomène de comportements des internautes lors d'élections présidentielles extrêmement divisées et leurs conséquences sur les amitiés, « en les mettant différemment en lumière » (Paillé, 1994, p. 149). Puisque cette recherche analyse les élections présidentielles brésiliennes de 2014 – les élections les plus commentées de l'histoire de Facebook à ce moment-là – les résultats contribueront certainement à enrichir la connaissance scientifique sur cette thématique, au Brésil et en Amérique du sud, où les études sur les discussions politiques et l'amitié Facebook sont encore très rares. Cet article, finalement, porte une contribution significative à la recherche internationale en communication, puisque Facebook reste encore le RSN le plus utilisé dans le monde, et parce que la problématique de l'amitié et des rapports interpersonnels en ligne, tel qu'explorée abondamment dans ce mémoire, au-delà d'être fondamentale pour les jeunes, n'ont été jusqu'à aujourd'hui que très peu explorés théoriquement.

NOTES

[1] En 2015, les discussions concernant les élections américaines 2016 ont dépassé celles des élections brésiliennes 2014, avec 1.5 milliard de commentaires.

[2] En portugais: « *política, futebol e religião não se discute* ».

[3] Dans cet article, le sens des mots « gestion » et « gérer » correspond à « lidar », en portugais, ou « deal with », en anglais.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Adamic, L. A., et Glance, N. (2005, August). The political blogosphere and the 2004 US election: divided they blog. In *Proceedings of the 3rd international workshop on Link discovery* (pp. 36-43). ACM. doi: 10.1145/1134271.1134277
- Aguiton, C., et Cardon, D. (2007). The strength of weak cooperation: An attempt to understand the meaning of web 2.0. *International Journal of Digital Economics*, 65/1, 51-63. Repéré à <http://mpira.ub.uni-muenchen.de/4581/>
- Araújo, G. (2014, 13 octobre). Discussão política no Facebook abala relações de internautas com amigos. *G1*. Repéré à <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2014/10/discussao-politica-no-facebook-abala-relacoes-de-internautas-com-amigos.html>
- Assunção, R. S., et Matos, P. M. (2014). Perspetivas dos adolescentes sobre o uso do Facebook: um estudo qualitativo. *Psicologia em Estudo*, 19(3), 539-547. <http://dx.doi.org/10.1590/1413-73722133716>
- Ayres, J. (1982). Perceived use of evaluative statements in developing, stable, and deteriorating relationships with a person of the same or opposite sex. *Western Journal of Communication (includes Communication Reports)*, 46(1), 20-31. doi: 10.1080/10570318209374062
- Barcelos, C. (1992). *Rota 66: A História da Polícia que Mata*. São Paulo: Editora Globo.
- Bargh, J. A., et McKenna, K. Y. (2004). The Internet and social life. *Annu. Rev. Psychol.*, 55, 573-590. Repéré à <http://dx.doi.org/10.5210/fm.v14i11.2645>
- Baxter, L. A. (1979). Self-disclosure as a relationship disengagement strategy: An exploratory investigation. *Human Communication Research*, 5(3), 215-222. doi: 10.1111/j.1468-2958.1979.tb00635.x
- Baxter, L. A. (1983). Relationship disengagement: An examination of the reversal hypothesis. *Western Journal of Communication (includes Communication Reports)*, 47(2), 85-98. doi: 10.1080/10570318309374109
- Blais, M., et Martineau, S. (2006). L'analyse inductive générale: description d'une démarche visant à donner un sens à des données brutes. *Recherches qualitatives*, 26(2), 1-18. [http://www.recherche-qualitative.qc.ca/documents/files/revue/edition_reguliere/numero26\(2\)/blais_et_martineau_final2.pdf](http://www.recherche-qualitative.qc.ca/documents/files/revue/edition_reguliere/numero26(2)/blais_et_martineau_final2.pdf)
- Bertrand, C., et Bourdeau, L. (2010). Research interviews by Skype: A new data collection method. In *Proceedings of the 9th European Conference on Research Methodology for Business and Management Studies*, 70-79.
- Bevan, J. L., Ang, P. C., et Fearn, J. B. (2014). Being unfriended on Facebook: An application of expectancy violation theory. *Computers in Human Behavior*, 33, 171-178.

- Bevan, J. L., Pfyl, J., et Barclay, B. (2012). Negative emotional and cognitive responses to being unfriended on Facebook: An exploratory study. *Computers in Human Behavior*, 28(4), 1458-1464. doi:10.1016/j.chb.2012.03.008
- Biernacki, P., et Waldorf, D. (1981). Snowball sampling: Problems and techniques of chain referral sampling. *Sociological methods & research*, 10(2), 141-163.
- Bimber, B. A., Davis, R., et Davis, R. (2003). *Campaigning online: The Internet in US elections*. New York: Oxford University Press.
- Boulay, S., et Francoeur, C. (2014). Donner priorité aux données : adopter l'induction au cours d'une recherche sur les relations publiques et le journalisme. *Approches inductives : Travail intellectuel et construction des connaissances*, 1(1), 38-69. doi : 10.7202/1025745ar
- Bryant, A., et Charmaz, K. (Eds.). (2007). The Discovery of Grounded Theory in Practice: The Legacy of Multiple Mentors. Dans *The SAGE Handbook of Grounded Theory*. London, England: SAGE Publications Ltd. doi: <http://dx.doi.org/10.4135/9781848607941>
- Bryant, E. M., et Marmo, J. (2009). Relational Maintenance Strategies on Facebook. *Kentucky Journal of Communication*, 28(2), 129-150.
- Bryant, E. M., et Marmo, J. (2012). The rules of Facebook friendship: A two-stage examination of interaction rules in close, casual, and acquaintance friendships. *Journal of Social and Personal Relationships*, 29(8), 1013-1035. doi: 10.1177/0265407512443616
- Brundidge, J. (2010). Encountering "difference" in the contemporary public sphere: The contribution of the Internet to the heterogeneity of political discussion networks. *Journal of Communication*, 60(4), 680-700. doi: 10.1111/j.1460-2466.2010.01509.x
- Burgoon, J. K., et Jones, S. B. (1976). Toward a theory of personal space expectations and their violations. *Human Communication Research*, 2(2), 131-146.
- Bustamante, B. G., et Muñoz, G. H. (2012). Campañas digitales: ¿ branding o participación política?: el rol de las redes sociales en la última campaña presidencial chilena. *Más poder local*, (12), 32-39. Repéré à <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4013864>
- Castells, M. (2013). *Networks of outrage and hope: Social movements in the Internet age*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Charmaz, K. (2001). Qualitative Interviewing and Grounded Theory Analysis. Dans Jaber F. Gubrium, et James A. Holstein (Eds.). *Handbook of Interview Research*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc. doi: <http://dx.doi.org/10.4135/9781412973588>
- Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis (Introducing Qualitative Methods Series)*. London : SAGE.
- Chmurak, E. (2015, 31 décembre). U.S. Presidential Race No.1 Social-Media Topic of 2015. *Fox Business*. Repéré à <http://www.foxbusiness.com/features/2015/12/17/2016-us-presidential-race-1-topic-2015.html>
- Clarke, A. (2010). *Les médias sociaux: Utilisations politiques et conséquences pour la démocratie représentative*. Ottawa, Canada: Bibliothèque du Parlement.
- Coleman, S., et Blumler, J. G. (2009). *The Internet and democratic citizenship: Theory, practice and policy* (Vol. 1). Cambridge: Cambridge University Press.
- ComScore (2012). Facebook Blasts into Top Position in Brazilian Social Networking Market

- Following Year of Tremendous Growth. Repéré à <http://www.comscore.com/Insights/Press-Releases/2012/1/Facebook-Blasts-into-Top-Position-in-Brazilian-Social-Networking-Market>
- Cummings, J., Lee, J., et Kraut, R. (2006). Communication technology and friendship during the transition from high school to college. *Computers, phones, and the Internet: Domesticating information technology*, 265-278.
- Dahlberg, L. (2001). The Internet and democratic discourse: Exploring the prospects of online deliberative forums extending the public sphere. *Information, Communication & Society*, 4(4), 615-633. doi: 10.1080/13691180110097030
- Dahlberg, L., et Siaper, E. (2007). *Radical democracy and the Internet: interrogating theory and practice*. Palgrave Macmillan.
- Das, S., et Kramer, A. (2013). Self-Censorship on Facebook. Communication présentée à InICWSM. Repéré à <http://filelifter.de/assets/plugindata/poola/SelfCensorship%20on%20Facebook.pdf>
- De Ketele, J. M., et Roegiers, X. (1996). *Méthodologie du recueil d'informations: fondements des méthodes d'observations, de questionnaires, d'interviews et d'études de documents*. De Boeck Université.
- Deakin, H., et Wakefield, K. (2013). Skype interviewing: Reflections of two PhD researchers. *Qualitative Research*, 14(5), 603-616. Doi: 10.1177/1468794113488126.
- Donath, J., et boyd, D. (2004). Public displays of connection. *bt technology Journal*, 22(4), 71-82. Repéré à <http://judithdonath.com/papers/socialnetdisplay.draft.pdf>
- Dumitrica, D. (2014). Politics as "customer relations": social media and political authenticity in the 2010 municipal elections in Calgary, Canada. *Javnost-The Public*, 21(1), 53-102.
- Dumoulin, M. (2002). Chapitre 10: Les forums électroniques: délibératifs et démocratiques. *Internet et la démocratie*, 141-157. Repéré à http://www.erudit.org/livre/moniered/2002/livre15_div11.pdf
- Ellison, N. B., Steinfield, C., et Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168. doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x
- Eltantawy, N., et Wiest, J. (2011). The Arab Spring: Social Media in the Egyptian Revolution: Reconsidering Resource Mobilization Theory. *International Journal Of Communication*, 5, 1207-1224. Repéré à <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1242>
- Ericsson, K. A., et Simon, H. A. (1993). *Protocol analysis*. Cambridge, MA: MIT press.
- Ericsson, K. A. (1998) Protocol analysis. Dans W. Bechtel & G. Graham (Eds.), *A companion to cognitive science*, 425–432. Cambridge, MA: Basil Blackwell.
- Ericsson, K. A. (2006). Protocol analysis and expert thought: Concurrent verbalizations of thinking during experts' performance on representative tasks. *The Cambridge handbook of expertise and expert performance*, 223-242. Repéré à http://www.ida.liu.se/~nilda08/Anders_Ericsson/Ericsson_protocol.pdf
- Facebook Newsroom (s.d.) Company info. Repéré à <http://newsroom.fb.com/company-info/>
- Facebook (s.d.a) 2014 Year in Review. Repéré à <http://yearinreview.fb.com/2014>
- Facebook (s.d.b) 2015 Year in Review. Repéré à <http://yearinreview.fb.com/2015>

- Fix, R. (2013). *The role of political ideology in dissociative behavior on SNW* (Master of Arts, The University of Georgia, Athens, Georgia). Repéré à https://getd.libs.uga.edu/pdfs/fix_raphael_201312_ma.pdf
- Fourez, G. (2002). *La construction des sciences*, p. 21-55. Bruxelles: DeBoeck University.
- Gauer, G. (2005, Mai). *Memória autobiográfica: qualidades fenomenais da recordação consciente e propriedades atribuídas a eventos pessoais marcantes*. Thèse de Doctorat, Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Repéré à <http://hdl.handle.net/10183/5953>
- Glaser, B. (1978). *Theoretical sensitivity: advances in the methodology of grounded theory*. Mill Valley, CA: Sociology Press.
- Glaser, B., et Strauss, A. (1967). *The discovery grounded theory: strategies for qualitative inquiry*. Chicago, États Unis: Aline Publishing Company.
- Glaser, B., et Strauss, A. (2010). La découverte de la théorie ancrée. *Stratégies pour la recherche qualitative*. Paris, France: Armand Colin Éditeur.
- Goel, S., Mason, W., et Watts, D. J. (2010). Real and perceived attitude agreement in social networks. *Journal of personality and social psychology*, 99(4), 611. doi : 10.1037/a0020697
- Goodman, N., Bastedo, H., LeDuc, L., et Pammett, J. H. (2011). Young Canadians in the 2008 federal election campaign: Using facebook to probe perceptions of citizenship and participation. *Canadian Journal of Political Science*, 44(4), 859-881. doi:<http://dx.doi.org/10.1017/S0008423911000783>
- Greffet, F., et Wojcik, S. (2008). Parler politique en ligne. *Réseaux* 4(150), 19-50. doi: 10.3917/res.150.0019
- Grito. (s.d.) Dans le dictionnaire *Aulete digital*. Repéré à <http://www.aulete.com.br/grito>
- Guillemette, F. (2006). L'approche de la Grounded Theory; pour innover. *Recherches qualitatives*, 26(1), 32-50. Repéré à http://www.lar.univ-paris-diderot.fr/sites/default/files/fguillemette_ch.pdf
- Guillemette, F., et Lapointe, J.- R. (2012). Illustration d'un effort pour demeurer fidèle à la spécificité de la méthodologie de la theorisation enracinée. Dans J. Luckerhoff, & F. Guillemette (Éds), *Méthodologie de la théorisation enracinée : fondements, procédures et usages* (pp. 11-36). Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Hanna, P. (2012). Using internet technologies (such as Skype) as a research medium: a research note. *Qualitative Research*, 12(2), 239-242. doi: 10.1177/1468794111426607
- Heath, H., et Cowley, S. (2004). Developing a grounded theory approach: a comparison of Glaser and Strauss. *International journal of nursing studies*, 41(2), 141-150. doi:10.1016/S0020-7489(03)00113-5
- Huber, G., et Malhotra, N. (2013). Dimensions of political homophily: Isolating choice homophily along political characteristics. In *American Political Science Association annual meeting, New Orleans, LA*. Repéré à http://huber.research.yale.edu/materials/38_paper.pdf
- Huckfeldt, R. R., et Sprague, J. (1995). *Citizens, politics and social communication: Information and influence in an election campaign*. Cambridge University Press.
- Imbert, G. (2010). L'entretien semi-directif : à la frontière de la santé publique et de l'anthropologie. *Recherche en soins infirmiers*, (3), 23-34. doi :10.3917/rsi.102.0023

- Kavanaugh, A. L., et Patterson, S. J. (2001). The impact of community computer networks on social capital and community involvement. *American Behavioral Scientist*, 45(3), 496-509. doi: 10.1177/00027640121957312
- Kavanaugh, A., Carroll, J. M., Rosson, M. B., Zin, T. T., et Reese, D. D. (2005). Community networks: Where offline communities meet online. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(4). Repéré à <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2005.tb00266.x/full>
- Kelle, U. (2007). "Emergence" vs. "Forcing" of empirical data? A Crucial Problem of "Grounded Theory" Reconsidered. *Historical Social Research*, 19, 133-156. Repéré à <http://www.jstor.org/stable/40981074>
- Kelly Garrett, R. (2006). Protest in an information society: A review of literature on social movements and new ICTs. *Information, communication & society*, 9(02), 202-224. doi: 10.1080/13691180600630773
- Kim, Y. (2011). The contribution of social network sites to exposure to political difference: The relationships among SNSs, online political messaging, and exposure to cross-cutting perspectives. *Computers in Human Behavior*, 27(2), 971-977. doi:10.1016/j.chb.2010.12.001
- Knoke, D. (1990). Networks of political action: Toward theory construction. *Social forces*, 68(4), 1041-1063. doi : 10.1093/sf/68.4.1041
- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V., et Crawford, A. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of social issues*, 58(1), 49-74. doi : 10.1111/1540-4560.00248
- Kujath, C. L. (2011). Facebook and MySpace: Complement or substitute for face-to-face interaction?. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1-2), 75-78. doi: 10.1089/cyber.2009.0311
- Kushin, M. J., et Kitchener, K. (2009). Getting political on social network sites: Exploring online political discourse on Facebook. *First Monday*, 14(11). <http://dx.doi.org/10.5210/fm.v14i11.2645>
- Kuusela, H., et Paul, P. (2000). A comparison of concurrent and retrospective verbal protocol analysis. *The American journal of psychology*, 113 (3). Repéré à https://www.researchgate.net/profile/Pallab_Paul/publication/12326478_A_Comparison_of_Concurrent_and_Retrospective_Verbal_Protocol_Analysis/links/55b8eca808aed621de07fabd.pdf
- Kwon, K. H., Moon, S. I., et Stefanone, M. A. (2015). Unspeaking on Facebook? Testing network effects on self-censorship of political expressions in social network sites. *Quality & Quantity*, 49(4), 1417-1435. doi : 10.1007/s11135-014-0078-8
- Lampe, C., Ellison, N., et Steinfield, C. (2006). A Face (book) in the crowd: Social searching vs. social browsing. *Proceedings of the 2006 20th anniversary conference on Computer supported cooperative work*, 167-170. ACM. doi: 10.1145/1180875.1180901
- Landim, P. (2014, 12 octobre). Eleição faz amigos de anos se bloquearem e romperem laços nas redes sociais. *O Dia*. Repéré à <http://odia.ig.com.br/eleicoes2014/2014-10-12/eleicao-faz-amigos-de-anos-se-bloquearem-e-romperem-lacos-nas-redes-sociais.html>
- Larsson, A. O., et Kalsnes, B. (2014, 16 mai). 'Of course we are on Facebook': Use and non-use

- of social media among Swedish and Norwegian politicians. *European Journal of Communication*, 1-16. doi: 10.1177/0267323114531383
- Lazarsfeld, P. F., et Merton, R. K. (1954). Friendship as a social process: A substantive and methodological analysis. *Freedom and control in modern society*, 18(1), 18-66.
- Lea, M., et Duck, S. (1982). A model for the role of similarity of values in friendship development. *British Journal of Social Psychology*, 21(4), 301-310. doi : 10.1111/j.2044-8309.1982.tb00552.x
- Leung, L. et Lee, P.S.N. (2005). Multiple Determinants of Life Quality: The Roles of Internet Activities, Use of New Media, Social Support and Leisure Activities, *Telematics and Informatics*, 22(3), 161–80. doi:10.1016/j.tele.2004.04.003
- Levenshus, A. (2010). Online relationship management in a presidential campaign: A case study of the Obama campaign's management of its internet-integrated grassroots effort. *Journal of Public Relations Research*, 22(3), 313-335. doi: 10.1080/10627261003614419
- Levinsen, K., et Yndigegn, C. (2015). Political discussions with family and friends: exploring the impact of political distance. *The Sociological Review*, 63(S2), 72-91. doi : 10.1111/1467-954X.12263
- Lewis, J., et West, A. (2009). 'Friending': London-based undergraduates' experience of Facebook. *New Media & Society*, 11(7), 1209-1229. doi: 10.1177/1461444809342058
- Lopes, N. F. A. (2011, Maio). Política na rede: Papel das redes sociais da internet na campanha eleitoral para a Presidência da República no Brasil em 2010. *Anais do IV Congresso Latino Americano de Opinião Pública da Wapor*. Repéré à http://www.waporbh.ufmg.br/papers/Nayla_Fernanda_Andrade_Lopes.pdf
- Madden, M. (2012). Privacy management on social media sites. *Pew Internet Report*, 1-20. Repéré à http://www.isaca.org/Groups/Professional-English/privacy-data-protection/GroupDocuments/PIP_Privacy%20mgt%20on%20social%20media%20sites%20Feb%202012.pdf
- Marcoccia, M. (2003). Parler politique dans un forum de discussion. *Langage et société*, (2), 9-55. doi: 10.3917/lis.104.0009
- Marcoccia, M. (2006). Les webforums des partis politiques français : quels modèles de discussion politique?. *Mots. Les langages du politique*, (1), 49-60. Repéré à <http://mots.revues.org/512>
- Marques, F. P. J. A., et Sampaio, R. C. (2011). Internet e Eleições 2010 no Brasil: Rupturas e continuidades nos padrões mediáticos das campanhas políticas online. *Galáxia. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica*. ISSN 1982-2553, (22). Repéré à <http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/7065>
- McGaugh, J. L. (2003). *Memory and emotion: The making of lasting memories*. Columbia University Press.
- McKenna, K. Y., et Bargh, J. A. (1998). Coming out in the age of the Internet: Identity "demarginalization" through virtual group participation. *Journal of personality and social psychology*, 75(3), 681. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.75.3.681>
- McLaughlin, C., et Vitak, J. (2012). Norm evolution and violation on Facebook. *New Media &*

Society, 14(2), 299-315.

- McPherson, M., Smith-Lovin, L., et Cook, J. M. (2001). Birds of a feather: Homophily in social networks. *Annual review of sociology*, 415-444. Repéré à <http://www.jstor.org/stable/2678628>
- Méliani, V. (2013). Choisir l'analyse par théorisation ancrée: illustration des apports et des limites de la méthode. *Recherches qualitatives-Hors Série*, 15, 435-452. Repéré à http://www.recherche-qualitative.qc.ca/documents/files/revue/hors_serie/hs-15/hs-15-Meliani.pdf
- Miller, B., et Munday, P. (2015). Follow the rules and no one will get hurt: performing boundary work to avoid negative interactions when using social network sites. *Information, Communication & Society*, 18(2), 187-201. <http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2014.946433>
- Mlaïki, A. (2011). Mister President, Facebook is watching you! Révolution 2.0: l'exemple tunisien. *RiMe*, 6, 811-822. Repéré à <http://rime.to.cnr.it/2012/RIVISTA/N6/2011/articoli/Mlaiki.pdf>
- Molaei, H. (2014). The prospect of civility in Indonesians' online polarized political discussions. *Asian Journal of Communication*, 24(5), 490-504. doi: 10.1080/01292986.2014.917116
- Mullen, Tony, and Robert Malouf. "A Preliminary Investigation into Sentiment Analysis of Informal Political Discourse." *AAAI Spring Symposium: Computational Approaches to Analyzing Weblogs*. 2006. Repéré à <http://www.aaai.org/Papers/Symposia/Spring/2006/SS-06-03/SS06-03-031.pdf>
- Mutz, D. C. (2002). Cross-cutting social networks : Testing democratic theory in practice. *American Political Science Review*, 96(1)1, 111-126.
- Nehls, K., Smith, B. D., et Schneider, H. A. (2015). Video-Conferencing Interviews in Qualitative Research. Dans Shalin Hai-Jew. *Enhancing Qualitative and Mixed Methods Research with Technology*. IGI-Global. doi: 10.4018/978-1-4666-6493-7.ch006
- Nie, N. H., et Erbring, L. (2000). Internet and society. *Stanford Institute for the Quantitative Study of Society*. Repéré à <http://www-2009.timeuse.org/information/studies/data/downloads/usa/1999/PreliminaryReport.pdf>
- Nie, N. H. (2001). Sociability, interpersonal relations, and the internet reconciling conflicting findings. *American behavioral scientist*, 45(3), 420-435. doi: 10.1177/00027640121957277
- Nisbett, R. E., et Wilson, T. D. (1977). Telling more than we can know: Verbal reports on mental processes. *Psychological review*, 84(3), 231. Repéré à <http://www2.psych.ubc.ca/~schaller/Psyc590Readings/NisbettWilson1977.pdf>
- Orchard, L. J., et Fullwood, C. (2010). Current perspectives on personality and Internet use. *Social Science Computer Review*, 28 (2) : 155-169. doi : 10.1177/0894439309335115
- Oxford University Press (2009). Oxford Word of the Year 2009: Unfriend. Repéré à <http://blog.oup.com/2009/11/unfriend/>
- Papaioannou, T., et Olivos, H. E. (2013). Cultural identity and social media in the arab spring: Collective goals in the use of Facebook in the libyan context. *Journal of Arab & Muslim Media Research*, 6(2-3), 99-114. Repéré à http://dx.doi.org/10.1386/jammr.6.2-3.99_1
- Papacharissi, Z. (2004). Democracy online: Civility, politeness, and the democratic potential of online political discussion groups. *New Media & Society*, 6(2), 259-283.

doi: 10.1177/1461444804041444

- Paillé, P. (1994). L'analyse par théorisation ancrée. *Cahiers de recherche sociologique*, (23), 147-181. doi: 10.7202/1002253ar
- Peña, J., et Brody, N. (2014). Intentions to hide and unfriend Facebook connections based on perceptions of sender attractiveness and status updates. *Computers in Human Behavior*, 31, 143-150. doi:10.1016/j.chb.2013.10.004
- Peruzzo, C. M. K. (2013). Movimentos sociais, redes virtuais e mídia alternativa no junho em que “o gigante acordou”?. *MATRIZES*, 7(2), 73-93. Repéré à <http://myrtus.uspnet.usp.br/matrizes/index.php/matrizes/article/view/487>
- Prates, H. (2014). *Social criticism and political participation on the internet*. *Galáxia* (São Paulo), 14(27), 254-257.
- Quercia, D., Bodaghi, M., et Crowcroft, J. (2012, June). Loosing friends on facebook. *Proceedings of the 4th Annual ACM Web Science Conference*, 251-254. ACM. doi: 10.1145/2380718.2380751
- Rainie, L., et Smith, A. (2012). Social networking sites and politics. Washington, DC: *Pew Internet & American Life Project*, 1-16. Repéré à http://www.wininsights.com/wp-content/uploads/2012/01/PIP_SNS_and_politics.pdf
- Rainie, L., Smith, A., Schlozman, K. L., Brady, H., et Verba, S. (2012). Social media and political engagement. *Pew Internet & American Life Project*, 1-13. Repéré à http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2012/PIP_SocialMediaAndPoliticalEngagement_PDF.pdf
- Rose, S. M. (1984). How friendships end: Patterns among young adults. *Journal of Social and Personal Relationships*, 1(3), 267-277. doi : 10.1177/0265407584013001
- Rowe, I. (2015). Civility 2.0: a comparative analysis of incivility in online political discussion. *Information, Communication & Society*, 18(2), 121-138. doi : 10.1080/1369118X.2014.940365
- Sandberg, J., et Alvesson, M. (2011). Ways of constructing research questions: gap-spotting or problematization?. *Organization*, 18(1), 23-44. doi: 10.1177/1350508410372151
- Savoie-Zajc, L. (2007). Comment peut-on construire un échantillonnage scientifiquement valide?. *Recherches qualitatives*, 99-111. Repéré à https://www.researchgate.net/profile/Lorraine_Savoie-Zajc/publication/237504691_Comment_peut-on_construire_un_chantillonage_scientifiquement_valide/links/560951f408ae1396914a0131.pdf#page=102
- Schneider, S. M. (1996). Creating a Democratic Public Sphere Through Political Discussion - A Case Study of Abortion Conversation on the Internet. *Social Science Computer Review*, 14(4), 373-393. doi: 10.1177/089443939601400401
- Secretaria de Segurança Pública do Estado de São Paulo (s.d.). Organograma – CPChq – Comando de Policiamento de Choque. Repéré à http://www.ssp.sp.gov.br/institucional/organograma/pm_cpchq.aspx
- Seitz, S. (2015). Pixilated partnerships, overcoming obstacles in qualitative interviews via Skype:

- a research note. *Qualitative Research*, 1-7. Doi: 10.1177/1468794115577011.
- Sibona, C. (2013, January). Facebook fallout: Future contact avoidance after being unfriended on facebook. In *System Sciences (HICSS), 2013 46th Hawaii International Conference on* (pp. 3272-3281). IEEE.
- Sibona, C., et Walczak, S. (2011, January). Unfriending on Facebook: Friend request and online/offline behavior analysis. *System Sciences (HICSS), 2011 44th Hawaii International Conference on*, 1-10. IEEE. doi: 10.1109/HICSS.2011.467
- Slimovich, A. (2012). Apuntes sobre las discursividades políticas en el Facebook de Mauricio Macri. *Tram [p] as de la Comunicación y la Cultura*. <http://hdl.handle.net/10915/34797>
- Smith, A. et Rainie, L. (2008) Pew Internet & American Life Project. The Internet and the 2008 election. Repéré à http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2008/PIP_2008_election.pdf
- Statista (s.d.). Leading countries based on number of Facebook users as of May 2016 (in millions). Repéré à <http://www.statista.com/statistics/268136/top-15-countries-based-on-number-of-facebook-users/>
- Strauss, A.L. (1987). *Qualitative analysis for social scientists*. Cambridge University Press.
- Strauss, A. L., et Corbin, J. M. (1990). *Basics of qualitative research*. Newbury Park, CA: Sage.
- Strauss, A. L., et Corbin, J. M. (1998). *Basics of qualitative research*. (Deuxième édition). Newbury Park, CA: Sage.
- Strauss, A. L., et Corbin, J. M. (2008). *Basics of qualitative research*. (Troisième édition). Los Angeles [i. e. Thousand Oaks, Calif.] : Sage.
- Stromer-Galley, J. (2002). New voices in the public sphere: A comparative analysis of interpersonal and online political talk. *Javnost-The Public*, 9(2), 23-41. doi : 10.1080/13183222.2002.11008798
- Subrahmanyam, K., Reich, S. M., Waechter, N., et Espinoza, G. (2008). Online and offline social networks: Use of social networking sites by emerging adults. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 420-433. doi: 10.1016/j.appdev.2008.07.003
- Thorson, K., (2014). Facing an uncertain reception: young citizens and political interaction on Facebook. *Information, Communication & Society*, 17(2), 203-216. doi : <http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2013.862563>.
- Tokarnia, M. (2014, 23 octobre). Debate sobre eleições nas redes sociais abala amizades. *Agência Brasil*. Repéré à <http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2014-10/debate-sobre-eleicoes-nas-redes-sociais-abala-amizades>
- Tumasjan, A., Sprenger, T. O., Sandner, P. G., et Welpe, I. M. (2010). Predicting Elections with Twitter: What 140 Characters Reveal about Political Sentiment. *ICWSM*, 10, 178-185. Repéré à <http://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM10/paper/viewFile/1441/1852>
- Túñez, M. et Sixto, J. (2011). Redes sociales, política y Compromiso 2.0: La comunicación de los diputados españoles en Facebook. *Revista Latina de Comunicación Social*, 1-25. Repéré à <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81921340015>
- Verbrugge, L. M. (1977). The structure of adult friendship choices. *Social forces*, 56(2), 576-597. doi: 10.1093/sf/56.2.576

- Verbrugge, L. M. (1983). A research note on adult friendship contact: a dyadic perspective. *Social Forces*, 78-83. doi : 10.2307/2578348
- Vesnic-Alujevic, L. (2012). Political participation and web 2.0 in Europe: A case study of Facebook. *Public Relations Review*, 38(3), 466-470. doi:10.1016/j.pubrev.2012.01.010
- Vickery, J. (2009). *Facebook, ideological difference, and weak ties: A qualitative analysis*. Communication inédite présenté à *The Association of Internet Research Conference*, 10, Milwaukee. Repéré à https://www.academia.edu/2840302/Facebook_Ideological_Difference_and_Weak_Ties_A_Qualitative_Analysis.
- Vitak, J., Zube, P., Smock, A., Carr, C. T., Ellison, N., et Lampe, C. (2011). It's complicated: Facebook users' political participation in the 2008 election. *CyberPsychology, behavior, and social networking*, 14(3), 107-114. doi:10.1089/cyber.2009.0226.
- Westbury, C., et Dennett, D. C. (2000). Mining the past to construct the future: Memory and belief as forms of knowledge. Dans Schacter, D. L., et Scarry, E. (Éd.) *Memory, brain, and belief*, 11-32. Harvard University Press.
- Williams, C. B., et Girish, J. (2012). Social networks in political campaigns: Facebook and the congressional elections of 2006 and 2008. *New Media & Society*, 1-20. doi : 10.1177/1461444812457332.
- Williams, C. B., et Gulati, G. J. (2007, August). Social networks in political campaigns: Facebook and the 2006 midterm elections. In *annual meeting of the American Political Science Association*. Repéré à <http://blogs.bentley.edu/politechmedia/wp-content/uploads/2007/09/apsa-2007-facebook1.pdf>
- Williams, C., et Gulati, G. (2008). What is a social network worth? Facebook and vote share in the 2008 presidential primaries. *American Political Science Association*. Repéré à <http://hdl.handle.net/123456789/1021>
- Wojcieszak, M. E., et Mutz, D. C. (2009). Online groups and political discourse: Do online discussion spaces facilitate exposure to political disagreement?. *Journal of Communication*, 59(1), 40-56. doi:10.1111/j.1460-2466.2008.01403.x
- Woolley, J. K., Limperos, A. M., et Oliver, M. B. (2010). The 2008 presidential election, 2.0: A content analysis of user-generated political Facebook groups. *Mass Communication and Society*, 13(5), 631-652. doi : 10.1080/15205436.2010.516864.
- Yano, T., Cohen, W. W., et Smith, N. A. (2009, May). Predicting response to political blog posts with topic models. In *Proceedings of Human Language Technologies: The 2009 Annual Conference of the North American Chapter of the Association for Computational Linguistics* (pp. 477-485). Association for Computational Linguistics.
- Yanoshevsky, G. (2010). Les réseaux sociaux et l'échange entre l'homme politique et les internautes: le cas de Facebook après les élections présidentielles en France. *Argumentation et Analyse du Discours*, (5). Repéré à <http://aad.revues.org/1008>