

Twitter et l'affaire de Winnenden

Communication prononcée dans le cadre du colloque
Les journalismes : réalités plurielles, éthique commune ?
Université d'Ottawa 9 mai 2010

Barbara Witte, Hochschule Bremen
Internationaler Studiengang Fachjournalistik

Fondé en 2006, Twitter s'est fait connaître depuis par nous tous. À plusieurs titres, Twitter est devenu un synonyme de la société de réseau moderne. Rapide, de courte durée et, avant tout, formant un réseau. A priori, Twitter n'est pas une forme de journalisme, mais un service de microblogging. Conçu pour la communication rapide et brève. En 140 signes, les utilisateurs sont censés communiquer ce qu'ils ont à dire. Cela peut être lu par tous ceux qui y sont autorisés par l'auteur.

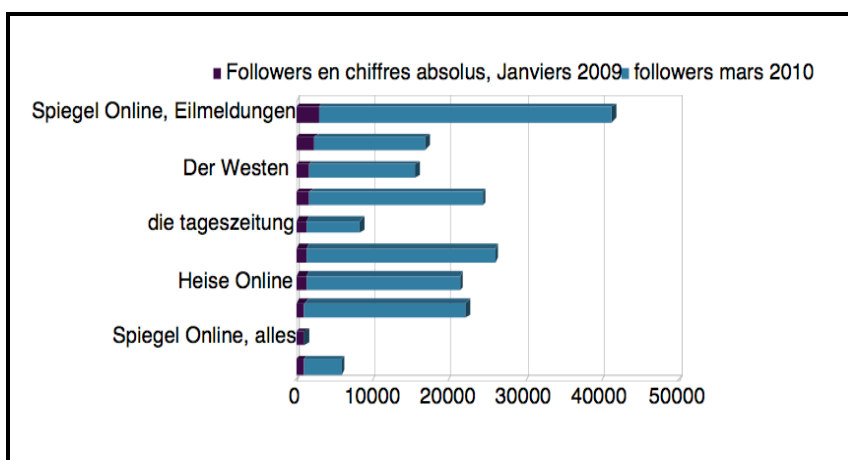
Ainsi, Twitter n'est pas du journalisme, mais une application. Un réseau social. Mais Twitter fait l'objet d'une discussion dans le contexte journalistique comme toutes les applications nouvelles. Nous allons discuter de l'utilisation de Twitter par les médias allemands et comment ils l'utilisent. Plus précisément. Nous nous intéressons à l'utilisation de Twitter dans le contexte de l'affaire de Winnenden.

Nous commencerons par quelques mots concernant l'utilisation de Twitter par les médias allemands en général, pour parler ensuite de la fusillade à l'école de Winnenden. Nous allons résumer le déroulement de cette fusillade, la façon dont cet événement a été couvert par les médias et la discussion sur ces méthodes journalistiques qui s'en est suivie. L'utilisation de Twitter sera démontrée sur l'exemple du magazine en ligne « *Focus Online* » (édition Internet de l'hebdomadaire allemand « *Focus* »).

On va voir que l'utilisation de Twitter dans le contexte de la fusillade de Winnenden montre que le journalisme ne sait pas encore se servir correctement de ces nouvelles possibilités techniques. L'utilisation actuelle soulève des problèmes éthiques dans le journalisme. Avec l'affaire de Winnenden, le journalisme allemand est tombé pour ainsi dire dans le piège du réseau social. Nous reviendrons sur ce piège à la fin de notre exposé, sous l'aspect de l'accélération et du réseau en temps réel.

Au début, Twitter n'a été perçu par le journalisme qu'en tant qu'objet, si tant est qu'il l'ait été seulement. On a écrit sur Twitter, mais on ne s'en est pas servi. À cette époque, le journalisme allemand avait des difficultés avec le phénomène Twitter. Son utilisation n'a commencé que de façon hésitante. Peu de rédactions connaissaient cet outil de communication, encore moins l'utilisaient. Cela n'a changé qu'au cours de l'année dernière. En février 2009, le « *Journaliste* » (journal spécialisé pour les journalistes en Allemagne) a titré : « bataille médiatique autour de Twitter » (Lücke 2009). Pourtant, à ce moment-là, le « bataille » se faisait à peine sentir. Du moins si on s'en tient au nombre de ce qu'on appelle les « *followers* ». Le nombre de ces *followers* - sous l'angle de vue des médias journalistiques, il convient parfaitement de les appeler des abonnés - était vraiment faible en février 2009, comme le montre la figure suivante:

Figure 1



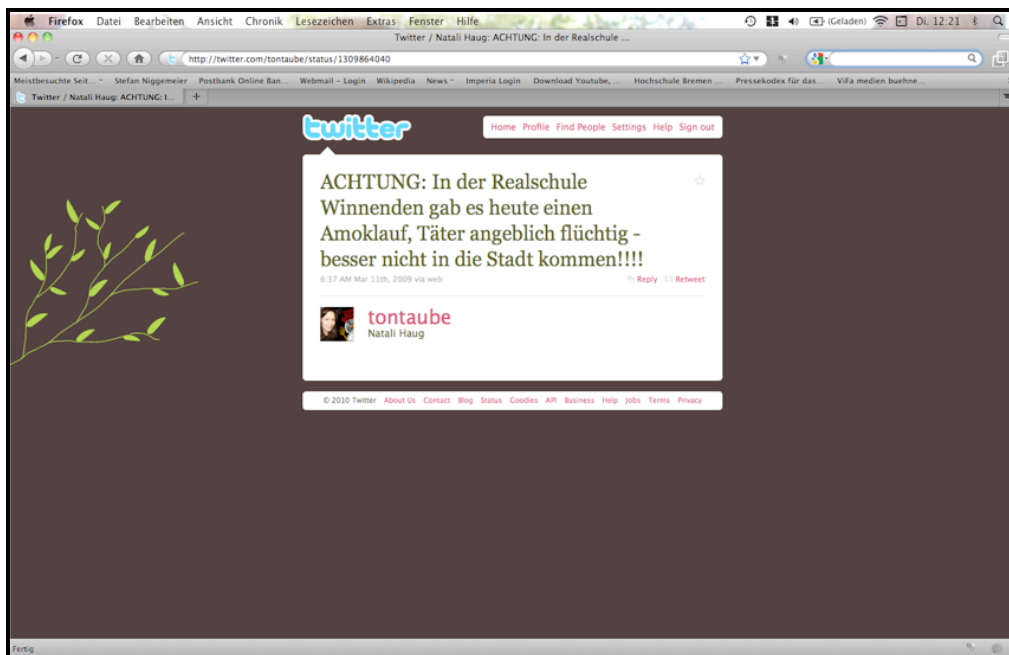
Nous voyons ici le nombre des *abonnés* de quelques médias allemands en chiffres absolus. Les parties de couleur violet et bleue des bâtons montrent leur nombre respectif en janvier 2009 et en mars 2010. On voit bien que l'utilisation de Twitter a augmenté énormément. En 2009, Twitter était à peine utilisé par les Allemands.

Même les « dépêches de dernière minute » de « *Spiegel online* », qui était à ce moment l'application de Twitter la plus utilisée, comptaient alors moins de 3000 abonnements, et donc de lecteurs réguliers. Une bonne année plus tard les nombres des abonnés sont tout à fait différents. Pour expliquer ces données, il faut ajouter qu'entre-temps le service « *Spiegel online allés* » n'existe plus et que le quotidien allemand *Taz* a créé le service « *Tazgezwitcher* ». En résumé, on peut toutefois noter clairement qu'au printemps 2010, il est évident que bien plus de personnes suivent les messages émanant de médias établis qu'en janvier 2009. Les seules « dépêches de dernière minute » de *Spiegel online* sont utilisées en mars 2010 par 38 519 personnes, par rapport à 2 794 utilisateurs seulement en février 2009.

Que s'est-il passé ? Un événement crucial pour favoriser cette hausse de l'utilisation de Twitter en Allemagne a été le massacre perpétré à l'école de Winnenden, le 11 mars 2009, à Winnenden, une localité située sur le Neckar (en Bade-Wurtemberg, près de Stuttgart), et à Wendlingen, ville voisine.

Le tireur fou, un élève de 17 ans du nom de Tim Kretschmer, a abattu 16 personnes. Onze autres personnes ont été blessées, quelques-unes grièvement, et ont dû être hospitalisées. Une fois que la police eut encerclé le coupable et après un échange de coups de feu, Tim Kretschmer s'est donné la mort.

Kretschmer était entré à 9 heures 30 dans son ancienne école, le collège « Albertville » à Winnenden; relativement peu de temps après, il a été contraint de se retirer de l'école par suite de l'intervention de trois policiers. Mais à ce moment-là il avait déjà tué 12 personnes. Au cours de sa fuite, il a tué trois autres personnes et enfin il s'est tué lui-même. Naturellement, l'événement a causé un grand fracas médiatique. Puisqu'au début, on ne disposait pas de beaucoup d'informations, les journalistes s'empressaient d'en chercher. Une source d'information essentielle était Twitter. Un message bref sur Twitter a été cité abondamment. Une utilisatrice de Twitter qui travaillait à Winnenden et qui avait appris par une collègue la nouvelle du drame l'a communiquée sur Twitter. Voici le « tweet » de Natalie Haug du 11 mars 2009 :



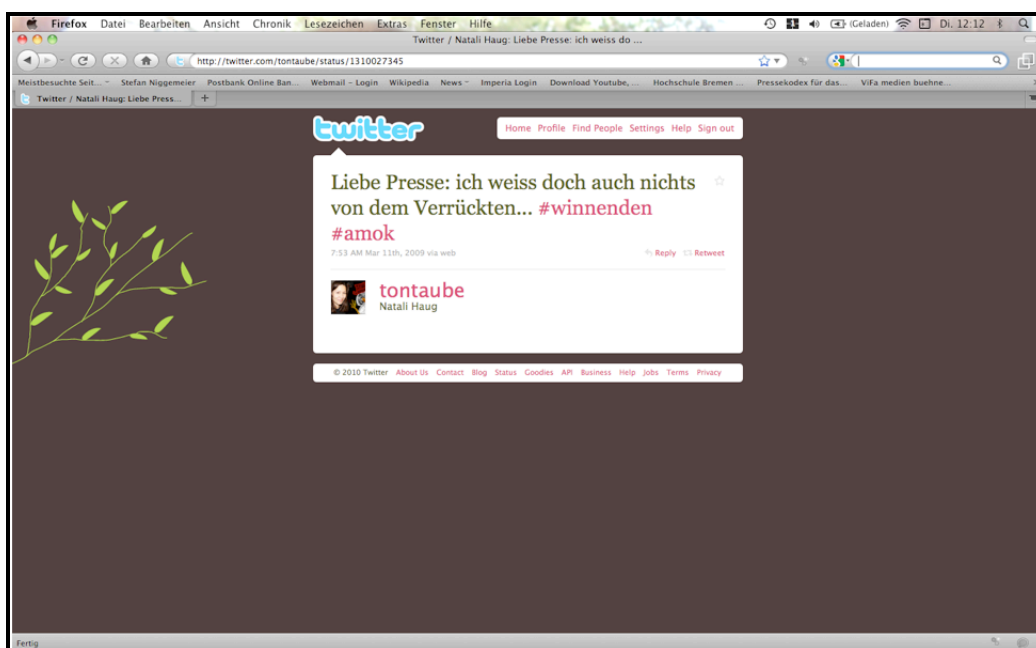
Traduction: Attention : au collège de Winnenden, il s'est produit aujourd'hui une fusillade. Tireur fou semble être en fuite. (Il vaut) mieux ne pas venir en ville (Source: Haug 2009a).

À 10 heures 30, heure locale, Natalie Haug poste ce tweet sous le pseudonyme de « tontaube ». Quelques jours plus tard (le 17 mars 2009), elle rend compte sur son site Internet de ce qu'elle a vécu par la suite:

« À la fin, il s'est avéré que j'ai probablement été la première à poster ces nouvelles sur Twitter. À peine une heure plus tard, le téléphone a sonné et une chaîne d'information après l'autre m'a contactée. Ainsi, je me suis retrouvée dans un état d'exception complet.

D'une part, je n'étais absolument pas un témoin oculaire; j'aurais aimé avoir moi-même davantage d'informations. D'autre part, je suis quelqu'un de poli, j'ai des difficultés quand il s'agit de me débarrasser de gens qui appellent au téléphone. Lorsqu'il s'est avéré que je devais renoncer à continuer régulièrement mon travail, j'ai donc donné mon accord, à contrecœur, pour un certain nombre d'entretiens » (Haug 2009b).

Natalie Haug, alias « tontaube » n'était pas du tout présente sur le lieu du drame à ce moment-là, elle n'était donc pas témoin oculaire et ne saurait, par conséquent, être considérée comme une interlocutrice valable pour des journalistes : rien de tout cela n'a été pris en compte. C'est cette utilisatrice de Twitter qui a essayé de mettre fin à cet état d'exception, en se servant à nouveau de Twitter.



Traduction: Chère presse, moi non plus je ne sais rien au sujet du tireur fou (Haug 2009c)

De toute évidence, Twitter a été utilisé, à ce moment-là déjà, pour la recherche d'information. La manière dont quelques médias l'ont utilisé a été critiquée par la suite. Il y aurait eu trop peu de recherche authentique de la part des journalistes : « Sur Twitter a été postée l'information que le coupable aurait été arrêté par la police ; une fausse nouvelle qui a été reprise par quelques portails d'information. Une porte-parole de la police a été obligée de démentir immédiatement : “ Cela n'est pas vrai. Le coupable n'est pas encore arrêté ” » (Schmieder 2009).

Pendant plusieurs heures, on trouvait sur Internet un lien avec une photo montrant un certain Tim K., censé être le coupable.

« Ainsi, un jeune homme vivant à Brême et portant le même nom a longtemps été considéré comme étant le coupable. Sa photo se trouve à différentes reprises comme lien sur Twitter. Suivant ce lien vers le site Internet où apparaît le visage de Timor K., on constate: Il s'agit d'un Brémois âgé de vingt ans » (Hinzpeter 2009).

À cette époque, une diffusion intense d'informations journalistiques via Twitter n'existait pas, ou presque pas, en Allemagne. Il n'y avait que peu de rédactions abonnées à Twitter avant les événements dramatiques de Winnenden. À la suite de la fusillade, quelques-unes des rédactions allemandes ont commencé à se servir de Twitter, d'autres ont renforcé leurs activités sur Twitter à cette occasion. Ce sont surtout les rédactions déjà familiarisées avec l'usage du « Web 2.0 » qui se sont mises à renforcer leurs activités sur Twitter. Un bon exemple en est donné par le magazine sur Internet « *Focus Online* ». Au début de l'année 2009, avant la fusillade, le rédacteur en chef de *Focus Online* avait estimé qu'environ la moitié de ses lecteurs viendraient via le réseau social sur ce site.

À l'occasion de la fusillade de Winnenden, cette rédaction a ouvert un compte à part. Dans un premier temps, ce compte portait le nom de « @amoklauf » (terme utilisé en allemand pour désigner ce genre de fusillade), ce qui a déclenché assez vite des critiques acerbes dans la blogosphère. Le rédacteur en chef, Jochen Wegner, a ainsi répondu à cette critique dans un commentaire publié dans un blogue:

« *FOCUS Online* publie depuis longtemps ses afflux RSS d'informations sur Twitter. Bien que beaucoup de nos rédacteurs se servent, eux aussi, de Twitter, nous avons hésité longtemps avant de nous en servir comme moyen de communication de la rédaction : c'est que, justement, nous avons jugé inadéquat de nous en servir, comme le

font certains collègues, pour annoncer le menu actuel de notre cantine ou l'humeur du chef d'édition. Aujourd'hui, nous avons décidé de lancer un nouveau compte, en plus des comptes déjà existants, pour pouvoir rendre compte des événements dans leur continuité et aussi des détails de notre travail sur place. Nous avons choisi « @FOCUSlive », plusieurs autres comptes ont été lancés et puis supprimés, dont « @amoklauf » (Wegner 2009).

Un point critiqué par les utilisateurs était le nom de « @amoklauf ». Pour le journalisme, il y avait un autre problème révélateur: les « tweets » eux-mêmes. Les reporters qui étaient envoyés par *Focus Online* à Winnenden se sont bien servis de Twitter comme d'un média journalistique, mais d'autre part ils en sont restés à l'usage habituel qui en est fait. Cela a mené par exemple au message suivant :



Traduction: @jochenjochen a accordé le crédit pour deux brosses à dents (Niggemeyer 2009).

Ce tweet n'est sûrement que la partie visible de l'iceberg, il y a bien d'autres futilités qui ont été mises sur Twitter le 11 mars 2009 par des journalistes, et par là même, dans l'exercice de leurs fonctions. Ce message illustre bien le caractère problématique de ce reportage, via Twitter, sur les événements de Winnenden. Les problèmes qui s'y sont manifestés étaient des problèmes de délimitation. Il est évident que différentes limites ont été dépassées. La première à ne pas avoir été respectée est la limite entre le reportage sur l'événement même et le compte rendu donné par le reporter de ses propres activités.

Pour Twitter, c'est bien de la chose suivante qu'il s'agit : La devise de ce réseau est la question : What are you doing ? Par conséquent, les utilisateurs racontent dans leurs messages ce qu'ils sont en train de faire. Bien souvent ce sont des futilités du genre: « Je viens de me lever ». Évidemment, du point de vue journalistique, dans une situation comme celle de Winnenden en 2009, cette question est tout à fait déplacée. Un autre problème réside dans le fait que les reporters sur place n'ont pas pris de décisions adéquates pour savoir si une information est digne d'être communiquée ou non. D'où des messages comme celui-ci:



Traduction: Plusieurs voitures de police passent en trombe, tout près des reporters de Focus Online. Tireur fou tué à Wendlingen. On met cap sur Wendlingen (Niggemeyer 2009).

L'endroit où se rend un reporter, dans cette situation, n'est vraiment pas une information à publier. Mais un tweet posté sur Twitter peut très bien contenir une telle « information ». Car cela correspond à l'esprit de Twitter, au « what are you doing ? ». Dans ce cas aussi, la limite n'a pas été bien respectée.

À mon avis, il faut en chercher les raisons du côté des difficultés posées par l'usage d'un réseau à temps réel. Twitter est une application qui conduit à une sorte de reportage en flux continu. Le triage entre ce qui est important et ce qui est peu important se fait par des mécanismes sociaux. Ces

tris sociaux fonctionnent selon une autre logique que celle appliquée à la valeur d'information classique.

Mais des journalistes qui utilisent Twitter sont toutefois obligés de respecter les deux logiques : celle de la valeur d'information classique d'une part, et de l'autre, celle du triage social. Et dans des situations comme celle de Winnenden, tout se passe en plus sous une importante pression temporelle. Cela veut dire en conséquence que l'usage de Twitter impose à deux égards une accélération.

D'une part, le circuit d'informations en temps réel diffusé sur Twitter fonctionne comme un « piège du temps », d'autre part les journalistes doivent tenir compte de ce piège et agir en fonction de lui, en plus de leur travail habituel. Cela montre que les nouveaux médias créent pour le journalisme un problème d'accélération. D'une certaine manière, le journalisme est ainsi parvenu à une nouvelle étape du monde moderne. Il y a un problème sur lequel il est obligé de réfléchir et qu'il est obligé de maîtriser en même temps : l'accélération justement. Tout cela, c'est nouveau pour le journalisme, comme le montre bien la réflexion des journalistes concernés sur ces événements.

Voici par exemple les observations de Jochen Wegener, rédacteur en chef de *Focus online* :

« Twitter est bien autre chose qu'un canal médiatique classique, c'est un réseau social. Les rédactions qui entrent dans le jeu de Twitter marchent toujours sur la corde raide ; c'est bien la raison pour laquelle nous avons hésité longtemps, bien que, il y a deux ans déjà, nous ayons été le premier des médias allemands à publier nos *feeds* sur Twitter aussi. Celui qui se risque à quelque chose de nouveau se trompe de temps en temps. Pour moi, à long terme, l'alternative de continuer à ne rien faire ne se présente pas ; en même temps, on ne saurait définir à l'avance des règles de conduite parfaitement précises » (Wegener 2009b).

Les nouvelles options entraînent des conséquences pour le journalisme qui sont loin d'être perçues par les rédactions. C'est la conclusion à tirer après avoir étudié le cas « Twitter ». Il faut encore mener le débat sur les limites que le journalisme devrait s'imposer de respecter – entre autres au niveau éthique – dans un monde où « tout est permis » (anything goes). On pourrait peut-être ouvrir ce débat par une citation du directeur du BBC World Service, Peter Horrocks:

« We need to apply our ethical principles in the same way to social media as we do for our other reporting. Just because it is social media it can't be different. So we don't take a different view. But it is a faster medium. It shouldn't be too difficult to use social media in the same way as live reporting. So it will be used according to the same principle, only the way we deliver it and how we use it has to change. It is right that the BBC is careful with its usage, but we mustn't be slow and overcautious. » (Horrocks 2010)

* * *

Références

- HAUG, Natalie (2009a) twitter-message, twitter.com, 11.03.2009 (<http://twitter.com/tontaube/status/1309864040>) Zuletzt besucht am [21.06.2010].
- HAUG, Natalie (2009b), « Der Amoklauf von Winnenden, Twitter, die Presse & eine Tontaube », natali-haug.de, 17.03.2009 (<http://www.natali-haug.de/?p=194>) [21.06.2010].
- HAUG, Natalie (2009c), twitter-message. twitter.com, 11.03.2009 (<http://twitter.com/tontaube/status/1310027345>) [21.06.2010].
- HINZPETER, Ronald (2009), « Virtuelle Jagd im Internet ». *Augsburger Allgemeine online*, (http://www.augsburger-allgemeine.de/Home/Artikel,-Im-Internet-auf-der-Jagd-nach-dem-Taeter-_arid,1514961_popup,1_print,1_regid,2_puid,2_pageid,5534.html) [04.03.2009]
- HORROCKS, Peter (2010). « Q&A: BBC World Service director Peter Horrocks on social media and news », *PDATheDigitalContentBlog*, guardian.co.uk, (<http://www.guardian.co.uk/media/pda+bbc>) [04.03.2010]
- LÜKE, Falk. (2009), « Früher Vogel », *Journalist* 2/2009, 13-17.
- NIGGEMEIER, Stefan. (2009), « Amok twittern », *stefan-niggemeier.com*, (<http://www.stefan-niggemeier.de/blog/amok-twittern/>) [01.03.2010].
- SCHMIEDER, Jürgen. (2009), « Gezwitscher ohne Fakten », *süddeutsche.de*, (<http://www.sueddeutsche.de/panorama/763/461389/text/>) [02.03.2010].
- WEGNER, Jochen (2009a), « Kommentar im Blog von Stefan Niggemeier » (<http://www.stefan-niggemeier.de/blog/amok-twittern/>) [21.06.2010].

Wegner, Jochen (2009b), « Wegner: Keine Alternative zu Twitter », *Media.de*, ([http://meedia.de/nc/details-topstory/article/wegner--keine-alternative-zu-twitter_100017026.html?tx_ttnews\[backPid\]=23&cHash=162cb9b348](http://meedia.de/nc/details-topstory/article/wegner--keine-alternative-zu-twitter_100017026.html?tx_ttnews[backPid]=23&cHash=162cb9b348)).