



Revista de Comunicación de la SEECI

E-ISSN: 1576-3420

editor@seeci.net

Sociedad Española de Estudios de la
Comunicación Iberoamericana
España

Dulaurans, Marlène

LA TOMA DE PALABRA CIUDADANA EN EL WEB FRANCES : « A BLOGUE ! »

Revista de Comunicación de la SEECI, núm. 34, julio, 2014, pp. 18-33

Sociedad Española de Estudios de la Comunicación Iberoamericana

Madrid, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=523552852002>

- ▶ Comment citer
- ▶ Numéro complet
- ▶ Plus d'informations de cet article
- ▶ Site Web du journal dans redalyc.org


Système d'Information Scientifique
Réseau de revues scientifiques de l'Amérique latine, les Caraïbes, l'Espagne et le Portugal
Projet académique sans but lucratif, développé sous l'initiative pour l'accès ouverte



INVESTIGACIÓN/RESEARCH

Recibido: 03/06/2014---**Revisado:** 1/07/2014

Aceptado: 03/07/2014---**Publicado:** 15/07/2014

LA TOMA DE PALABRA CIUDADANA EN EL WEB FRANCES : « A BLOGUE ! »

Marlène Dulaurans¹: Laboratorio MICA (Mediación, Información, Comunicación, Artes). Francia.

marlenedulaurans@hotmail.com

Resumen : Acabamos recientemente de alcanzar el vertiginoso total de 2,5 billones de usuarios de Internet en todo el mundo. Tal propagación no es, obviamente, sin impacto en nuestras vidas diarias. En efecto, de la misma manera que la televisión en los años 60 transformó las normas sociopolíticas aplicables en Francia, el medio de comunicación de Internet ha transformado el espacio público ampliado debates en línea que ofrecen hoy nuevas oportunidades expresión a los ciudadanos. Las redes digitales ahora permiten poner en común sus conocimientos individuales y conducen a una nueva forma de cooperación intelectual mutua. Por lo tanto, estamos siendo testigos de la renovación del vínculo social de la relación con el saber. Este artículo propone una reflexión científica sobre el papel de los cibernautas y su contribución a la nueva generación de Internet y científicamente examinar cómo la expresión ciudadana se hizo popular en la web hoy en día. En primer lugar, queremos comprender de qué manera la toma de palabra de los ciudadanos se manifiesta en Internet. Luego, deseamos en un segundo lugar, explicar las características de esta escritura digital. Por último, queremos estudiar la influencia que la expresión ciudadana en el web tiene en el mundo de la política francesa.

Palabras clave : Expresión ciudadana, habla digital, medios ciudadanos, políticos, pro-am

¹ **Marlène Dulaurans:** est docteur en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université de Bordeaux Montaigne. Elle est chercheur associée au laboratoire du MICA (Médiation, Information, Communication, Art - EA 4426) dans l'axe Communication, Organisations & Sociétés.

Correo: marlenedulaurans@hotmail.com

La parole citoyenne sur le web français : a blogué !

Résumé : Nous venons récemment d'atteindre le chiffre² vertigineux de 2,5 milliards d'utilisateurs d'internet dans le monde. Une telle propagation n'est bien évidemment pas sans incidence sur notre quotidien. En effet, de la même façon que la télévision dans les années 60 a bousculé les cadres et normes sociopolitiques en vigueur en France, le média internet a transformé l'espace public et élargi les débats en ligne offrant aujourd'hui de nouvelles possibilités d'expression aux citoyens. Les réseaux numériques leur permettent dorénavant une mutualisation des connaissances individuelles et conduisent à une nouvelle forme de coopération intellectuelle d'ensemble. Nous assistons ainsi au renouvellement du lien social par le rapport au savoir. Cet article propose donc d'engager une réflexion sur le rôle des internautes et leur contribution dans cette nouvelle génération du web et d'interroger scientifiquement la façon dont l'expression citoyenne se popularise aujourd'hui sur la toile. Tout d'abord, nous souhaitons comprendre de quelle manière la prise de parole des citoyens se manifeste sur internet. Puis, nous souhaitons dans un deuxième temps, expliquer les caractéristiques de cette écriture digitale. Enfin, nous souhaitons étudier l'influence que cette expression citoyenne sur le web exerce sur le monde politique français.

Mots clés : Expression citoyenne, parole digitale, médias citoyens, pro-am, politique.

1. Introduction

Le développement du web a fait émerger une nouvelle figure sur la scène publique, celle du « citoyen ordinaire »³. Considéré avant tout comme un profane, ce non-initié affiche cependant une compétence qui rivalise avec certaines élites et témoigne d'une qualité influente, que Richard SENNETT décrit sous les traits de « l'expertise quotidienne »⁴. Les connaissances ne sont plus l'apanage de quelques-uns. En effet, le travail journalier dans toute la banalité qu'il peut représenter pour celui qui l'exécute, contribue tout autrement à l'acquisition de nouvelles formes de savoirs et de savoir-faire, chevronnés, et tend ainsi à désacraliser la posture prééminente jusqu'à présent monopolisée par les émérites pour redonner à la connaissance ordinaire une place maîtresse. Avec le renforcement de l'utilisation d'Internet, son accessibilité grandissante et sa facilité d'usage, « *ceux que les sociologues désignaient naguère comme des « profanes » sont devenus des « amateurs »*⁵. Cet article propose donc d'interroger scientifiquement ce concept d'amateurisme et de comprendre la

² INTERNET WORLD STATS, *The Internet Big Picture*, <http://www.internetworkstats.com/stats.htm>, Consulté le 1er février 2014

³ BLONDIAUX Loïc, La démocratie participative, sous conditions et malgré tout. Un plaidoyer paradoxal en faveur de l'innovation démocratique, *Mouvements*, n°50, juin 2007, pp. 118-129

⁴ SENNETT Richard, *Ce que sait la main. La culture de l'artisanat*, Paris, Albin Michel, 2010, 403 pages

⁵ CARDON Dominique, *La démocratie internet. Promesses et limites*, Paris, Editions du Seuil et La république des idées, 2010, p 36

façon dont l'expression citoyenne sur le web se popularise aujourd'hui. Pour mener notre analyse, nous nous basons sur nos recherches doctorales pour lesquelles nous avons mené une étude auprès de 248 médias citoyens en rapport direct avec notre objet d'étude (la politique publique de la coopération décentralisée), sur la période 2004-2010. L'approche que nous préconisons ne souhaite pas s'inscrire dans une critique holistique de l'amateur perçu comme un « cultural dope »⁶, catégorisé de manière avilissante, attentiste, agent inapte à comprendre ses propres actes et à faire preuve d'une quelconque réflexion sur ses décisions. Nous souhaitons au contraire privilégier une vision qui regarde l'amateur dans une perspective moins passive, tel un acteur autonome et bien conscient des objectifs qu'il poursuit. Nous préférons analyser la figure de l'amateur sous l'angle de celui qui se passionne, qui aime ou qui apprécie. Bien que son goût prononcé pour une thématique ne le conduise pas dans la majorité des cas à en faire sa profession, l'auto-apprentissage pour acquérir les savoirs nécessaires associé à une expérience du terrain forte le conduit à un haut niveau d'exigence. Notre objectif vise ainsi dans cet article à éclairer les questions essentielles suivantes : Comment l'expression citoyenne émerge-t-elle en ligne ? Quelles sont les caractéristiques de cette écriture digitale ? Quel lien entretient-elle avec la politique ?

2. Analyse

2.1. Une prise de parole amplifiée sur le net

Les technologies numériques ont ainsi permis à de nouveaux sujets passés sous silence dans les médias traditionnels, de se distinguer, ont simplifié la prise de paroles des amateurs, ont facilité la diffusion de leurs observations et la circulation d'informations entre eux, et démocratisé la présence de ces conversations considérées comme « ordinaires » sur la toile. Une nouvelle relation s'est établie permettant à cet amateurisme de s'emparer de sujets jusqu'à présent accaparés par les « sachants ». Cette métamorphose émancipatrice a fait le cœur de nombreuses analyses journalistiques et scientifiques soulignant l'apparition d'un nouveau type d'amateurs (Alvin TOFFLER, Axel BRUNS). Charles LEADBEATER et Paul MILLER⁷ y ont perçu quant à eux une nouvelle génération hybride à laquelle ils prêtent le néologisme de **pro-am**. « *Le XXe siècle a été marqué par la montée des professionnels dans la plupart des domaines de la vie. De l'éducation, de la science et de la médecine, aux services bancaires, au commerce et au sport, les anciennes activités amateurs sont devenues plus organisées et savoir et procédures ont été codifiées et réglementées. Comme le professionnalisme s'est développé, souvent au travers d'organisations hiérarchiques et de systèmes formels qui assoient la connaissance, les amateurs ont été perçus comme un second choix. L'amateurisme était devenu un terme de dérision. Le professionnalisme était une marque de sérieux et de haute qualité. Mais durant les deux dernières décennies, une nouvelle catégorie d'amateur a vu le jour : les Pro-Am, des amateurs qui travaillent à un haut*

⁶ GARFINKEL Harold, *Studies in Ethnomethodology*, Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice Hall, 1967, 304 pages

⁷ LEADBEATER Charles, MILLER Paul, *The Pro-Am Revolution. How enthusiasts are changing our economy and society*, London, Demos, 2004, 70 pages

niveau d'expertise professionnelle. [...] Les Pro-Ams ont un savoir-faire, sont instruit, impliqués et évoluent en réseau, grâce aux nouvelles technologies. Le XXe siècle a été marqué par de nombreuses organisations hiérarchisées par des professionnels à leur sommet. Les Pro-Ams créent de nouveaux modèles organisationnels distribués, qui sont innovants, capable de s'adapter et à faible coût »⁸. Ce postulat défend l'idée que cette nouvelle génération d'amateurs a un tel niveau d'exigence que leurs compétences techniques se rapprochent au plus près de celles des professionnels. La frontière qui les a très longtemps séparés est devenue perméable. Les amateurs s'imposent aujourd'hui comme de véritables experts potentiels. Leur degré de connaissances et leur investissement sont tellement constants qu'ils ont opéré des bouleversements structurels et instauré un nouveau type d'organisation, notamment sur la toile. Ces amateurs sont devenus la source « d'innovations perturbatrices » pour le système traditionnel déjà existant qui, acculé par ses monopoles, ses contraintes et ses obligations de production, n'est plus en mesure de conduire et de s'approprier les nouveaux usages ou les nouveaux secteurs émergeants. Chaque internaute est en capacité maintenant de créer, de diffuser ses propres innovations par l'intermédiaire d'Internet et d'interagir en direct avec les utilisateurs. Les contenus dominants doivent dorénavant composer avec des nouveaux modes de création culturels et les nouvelles formes de connaissances qui en découlent.

Les médias sociaux sont une des composantes majeures qui ont permis au web de mettre en réseau les connaissances des amateurs. Systèmes avant tout collaboratifs, ils s'appuient sur les nouvelles technologies pour interconnecter les utilisateurs, constituer des groupes sociaux, favoriser la création de contenu web et encourager les interactions sociales par le dialogue, le partage d'information et la collaboration. Ces médias sociaux peuvent emprunter différentes formes par le biais de l'image, du son ou de l'écrit. La forme éditoriale du blog a beaucoup retenu notre attention dans notre travail académique. Si nous nous attardons sur les dernières données publiées par l'Union Internationale des Télécommunications, le rapport « *The World in 2013: ICT facts and figures* » atteste de la progression fulgurante du nombre d'internautes présents sur la toile. Alors qu'en décembre 2000, le référencement faisait état de 451,04 millions d'internautes, ce nombre a été amené à dépasser le cap des 2,7 milliards en 2013, soit l'équivalent de 40% de la population mondiale. Parmi les nombreux usages du web en France, 8 internautes sur 10 avaient en décembre 2012 consulté un blog ou site communautaire⁹, soit l'équivalent de 41,2 millions de personnes par mois. Même si les chiffres varient encore entre les pays, il n'en demeure pas moins que la pratique du blogging trouve un large public. Contraction du terme « weblog », les

⁸ Ibid, p 12, « The twentieth century was shaped by the rise of professionals in most walks of life. From education, science and medicine, to banking, business and sports, formerly amateur activities became more organised, and knowledge and procedures were codified and regulated. As professionalism grew, often with hierarchical organisations and formal systems for accrediting knowledge, so amateurs came to be seen as second-rate. Amateurism came to be to a term of derision. Professionalism was a mark of seriousness and high standards. But in the last two decades a new breed of amateur has emerged : the Pro-Am, amateurs who work to professional standards. [...] The Pro-Ams are knowledgeable, educated, committed and networked, by new technology. The twentieth century was shaped by large hierarchical organisations with professionals at the top. Pro-Ams are creating new, distributed organisational models that will be innovative, adaptive and low-cost », traduit par nos soins

⁹ MÉDIAMÉTRIE, *L'Année Internet 2012 : L'Internet sur tous les écrans, tous les réseaux, au plus près de l'internaute*, communiqué de presse, Levallois, 27 février 2013, consulté le 10 avril 2013

blogs étaient initialement composés de simples listes de liens commentés qui se sont transformés depuis vers le principe de carnets électroniques, où l'auteur présente par ordre chronologique des articles, généralement agrémentés de liens vers d'autres sites. Il est fort difficile de s'arrêter pour autant sur une définition précise du blog, tant les dernières évolutions ont diversifié son utilisation ; de nombreuses typologies du blog ont pu être établies¹⁰. Nous nous sommes appuyée sur les travaux de FIEVET et TURRETTINI¹¹ pour en énoncer quelques-uns en rapport direct avec nos analyses de terrain. Le premier retenu se manifeste sous les traits du « **journal intime** ». Sorte de carnet de bord, il permet à son auteur de commenter régulièrement, au sein d'un espace individuel d'expression, l'actualité, d'afficher ses opinions, de relater des anecdotes, d'exposer ses photos personnelles, de mettre en ligne des vidéos et de recueillir des commentaires sur les billets qu'il poste. Des blogs tels que celui de Caroline intitulé « *Pensées de ronde* » (<http://www.penseesderonde.fr/>), mère de trois enfants ou de Pénélope Bagieu (<http://www.penelope-jolicoeur.com/>), illustratrice de profession rencontrent un franc succès et génèrent plus de 250 000 visites par jour. La deuxième catégorie de blogs qui nous intéresse concerne ceux qui se spécialisent sur une ou plusieurs thématiques. Plus communément admis sous le nom de « **blogs de connaissances** », ils regroupent en général des lecteurs qui partagent les mêmes goûts ou les mêmes opinions. Le blog de Maître Eolas, avocat au barreau de Paris, (<http://www.maitre-eolas.fr/>) ou encore de Tristan Nitot (<http://standblog.org/blog/>) responsable marketing de Mozilla Europe et qui aborde la question des nouvelles technologies, était recensé dernièrement par Technorati parmi les spécialistes les plus influents de la blogosphère française. Les « **blogs collaboratifs** » offrent également un profil très intéressant dans notre recherche. Ils sont gérés, organisés et écrits à plusieurs mains. Il n'y a pas, a priori, de relecture des articles entre les différents intervenants, chacun des contributeurs se revendiquant du même statut, celui de blogueur, et de fait du même droit, celui de publier comme il l'entend. Le blog de « *C'est la gêne* » (<http://cestlagene.com/>) est l'illustration parfaite de cette catégorie. Récompensés dernièrement par les golden blog awards, les quatre signatures (le Pédé, l'Arabe, le Juif et la Meuf tels qu'ils se prénomment) commentent au gré de leurs envies l'actualité quotidienne. Le site des ménagères de moins de 50 ans (<http://www.menageresdemoinsde50ans.com/>) a offert également une démonstration intéressante d'écriture collective où Dom et Manou ont jusqu'en juin 2012 abordé des sujets tout aussi variés que les arnaques dentaires, le machisme ordinaire, l'émission de Koh Lanta ou bien les gastéropodes. Le dernier type que nous souhaitons mentionner est celui des « **politico blogs** ». Une confusion est généralement faite dans cette catégorie entre le « blog de politique », c'est à dire le blog personnel qui

¹⁰ KLEIN Annabelle, *Objectifs blogs ! Explorations dynamiques de la blogosphère*, Paris, Éditions L'Harmattan, 2007, 248 pages
CARDON Dominique, DELAUNAY-TETEREL Hélène, Essai de typologie des blogs par leurs publics, *Réseaux*, n°138, juillet-août 2006, pp. 17-71

GLOAGUEN Laurent, *Typologie de la blogosphère*, Embruns.net, mis en ligne le 5 mars 2004, <http://embruns.net/carnet/etude-du-blogue/typologie-de-la-blogosphere.html>, consulté le 15 mars 2011

¹¹ [FIEVET Cyril, TURRETTINI Emilie, *Blog Story. Onde de choc*, Paris, Eyrolles, 2004, 305 pages](#)

est tenu par l'élu, par l'homme politique comme par exemple le fait Jean Luc Mélenchon (<http://www.jean-luc-melenchon.fr/>) et le « blog politique », celui qui offre une expertise, qui commente et analyse l'actualité, comme celui de Christophe Grébert (<http://www.monpoteaux.com/>), putéolien qui dans une démarche citoyenne critique la politique menée sur sa propre commune. Parallèlement à ces différentes familles de blogs, émergent également sur la toile les **sites participatifs encadrés**. Face aux nouvelles logiques de production, certains médias ont choisi de se réinventer et de proposer un nouveau modèle où l'individu ordinaire devient lui-même producteur d'information. Souvent qualifié de citoyen, ce journalisme participatif permet en général une publication très régulière de contenus approfondis, le nombre de contributeurs diversifiant les points de vue. Toute personne souhaitant être publiée doit s'identifier à l'inscription. Son article est soumis à relecture et validation du comité de rédaction, qui se charge de garantir le respect de la politique éditoriale du site. Trois configurations expliquent la prise de parole de ces nouveaux acteurs sur Internet et leurs motivations profondes. Il existe d'abord une forte majorité de personnes exerçant un lien direct ou indirect avec les métiers de l'écrit, comme par exemple des journalistes confirmés, des employés d'entreprise médiatique, ou encore des universitaires : ceux-ci souhaitent s'émanciper du cadre conventionnel habituel, élargir le cercle professionnel dans lequel ils évoluent en proposant un regard plus subjectif sur l'actualité, une forme de tribune libre dans laquelle ils pourraient initier un nouveau rapport au public, plus interactif. Le public source des sites participatifs encadrés peut également produire de l'information afin de renouveler un dialogue citoyen qu'il trouve trop enfermé dans les médias traditionnels, couvrir ainsi des sujets jusqu'alors peu traités et rouvrir ainsi l'espace du débat public sur la toile. Pour finir, ces journalistes citoyens peuvent s'avérer être les témoins-clés d'un événement, ce que Joël DE ROSNAY décrivait sous la figure du « *capteur en temps réel* »¹², choisir de faire remonter cette information inédite qu'ils estiment probante par le biais d'internet et permettre à l'occasion, à la société civile de se distancier des versions journalistiques professionnelles ou institutionnelles officielles pour se réapproprier les faits et se forger sa propre opinion. A titre d'exemple, le site coréen « *Ohmynews* » (<http://international.ohmynews.com/>), dont la devise est : « *chaque citoyen est un reporter* », a été lancé en février 2000. Considéré comme l'un des précurseurs dans le genre du journalisme participatif, il compte depuis sa création plus de 63 000 contributeurs identifiés. Plus proches de nous, « *Agoravox* » (<http://www.agoravox.fr/>), « *Place publique* » (<http://www.place-publique.fr/>) ou encore le site « *Rue 89* » (<http://www.rue89.com/>) associent également les internautes à la production d'informations et contribuent à promouvoir cette forme de journalisme citoyen.

2.2. De la parole à l'écriture digitale

¹² DE ROSNAY Joël, *La révolte du pronétariat. Des mass média aux média des masses*, Paris, Fayard, 2006, p 119

L'ascension des blogs et sites participatifs atteste aujourd'hui de l'influence du phénomène et de son ampleur sur la scène internationale. Plus de 200 millions de blogs référencés, selon l'agence de marketing digital Acti¹³, font de cet usage du web une véritable pratique de masse. Certains auteurs tels que Manuel CASTELLS, se sont avancés à qualifier ce développement de « *communication de masse individuelle* », qu'ils caractérisent comme « *une nouvelle forme sociale de communication certes massive, mais pourtant produite, reçue et ressentie individuellement* »¹⁴. Ce développement de la pratique s'appuie sur deux logiques de diffusion bien distinctes. La publication peut dans un premier temps s'inscrire dans une **logique d'expression de soi** qui vise la participation de l'audience et tend vers l'acquisition d'une forme de **notoriété**. Qu'il s'agisse de réfuter le discours d'un adversaire, de polémiquer, de dénoncer des actes, ou bien de convaincre par un argumentaire, de rallier à sa propre cause, de transmettre un savoir, la dynamique qui anime ces contributeurs se veut orientée dans une démarche expressiviste. Interactive et contributive, elle est ouverte au plus grand nombre. Il s'agit là d'une transformation de l'auteur-exclusif vers une relation au public-visiteur pensée différemment car le contributeur a adhéré à un projet collectif fédérateur, à une œuvre produite par la communauté dont le contenu se réajuste et s'enrichit au gré des interventions individuelles. Le contributeur existe dans le groupe parce qu'il a été identifié pour ses connaissances, reconnu par les autres dans son expertise et qu'il suscite des dynamiques d'échanges. Pour tous ces contributeurs, la question de la reconnaissance est au cœur de leur pratique web. Leur publication contribue alors à la création d'un nouvel espace de construction de soi et l'apparition de ce que qu'identifie Valérie BEAUDOUIN comme une « *identité de liens* »¹⁵. C'est l'acceptation et l'approbation des autres qui font exister le contributeur dans la communauté. La deuxième logique de diffusion que nous pouvons observer dans la pratique de blogging s'inscrit dans une **démarche plus confidentielle**, plus discrète. Le contributeur choisit dans ce cas de s'exprimer sous forme de carnet de bord personnel, comme un journal intime dans lequel il révèle ses pensées profondes ; il partage des expériences vécues, il s'épanche sur ses sentiments personnels. Divulguer ses états les plus intimes sur la toile interpelle parfois sur le paradoxe d'une pratique extrêmement solitaire, conduisant à une exploration, voire à une confrontation de soi, comme Agnès LEVECOT le décrivait : « *l'acte d'écriture est une performance mythifiée sur une scène sans public, dans une jubilation chargée d'angoisse* »¹⁶. Même si la communauté de lecteurs est beaucoup plus restreinte et que les billets postés n'ont qu'une portée limitée, dans cette forme d'expression de soi, les contributeurs exposent leur « *extimité* », ils mettent en avant « *une partie de [leur] vie intime* », ils éprouvent le « *désir de communiquer sur [leur] monde intérieur* »¹⁷. Cette écriture ouverte exhorte plus le lecteur à être un témoin qu'un

¹³ ACTI, *Blogosphère et relations bloggeurs*, Mis en ligne le 20 mars 2013, <http://frenchweb.fr/infographie-3-millions-de-blogs-crees-chaque-mois-dans-le-monde/106032>, Consulté le 4 janvier 2014

¹⁴ CASTELLS Manuel, Émergence des médias de masse individuels, *Le Monde Diplomatique*, n°629, août 2006, <http://www.monde-diplomatique.fr/2006/08/CASTELLS/13744>, consulté le 18 août 2011

¹⁵ BEAUDOUIN Valérie, De la publication à la conversation. Lecture et écriture électroniques, *Réseaux*, n°116, 2002, p 208

¹⁶ LEVECOT Agnès, *Le roman portugais contemporain : Profondeur du temps*, Paris, L'Harmattan, 2009, p 285

¹⁷ TISSERON Serge, *L'intimité surrexposée*, Paris, Ramsay, 2001, p 53-54

partenaire, même si des commentaires peuvent lui être adressés. Elle privilégie l'émotion comme principe d'énonciation.

Même si ces deux logiques de diffusion diffèrent, elles présentent cependant de nombreuses caractéristiques communes. Tout d'abord nous pouvons souligner **une autonomisation de la parole** sur les blogs et sites participatifs. Serge PROULX l'a largement abordée dans son article « Les communautés virtuelles, ce qui fait lien »¹⁸, mais nous souhaitons reprendre certains éléments de son analyse. Le blogueur existe sur la toile au-delà de son enveloppe charnelle, ce que Flichy décrit comme une relation « désincarnée »¹⁹. Le corps n'est plus l'élément unique de représentation de l'internaute, il peut dorénavant s'identifier par une figuration de soi qui s'exprime par un avatar, une idée, un style. De plus, le blogueur s'indépendantise du lieu. Sa parole devient mobile. Il n'a plus besoin d'être présent au même endroit pour produire ou publier. Le blogueur s'affranchit également des temporalités. L'interaction avec les autres internautes peut se faire dans l'instantanéité comme elle peut s'envisager *a posteriori*. Cette autonomisation de parole est d'autant plus marquée que de récentes études²⁰ montrent que 54% des blogueurs francophones ne produisent pas en collaboration mais au contraire le font dans une démarche individuelle et ne se consacrent qu'à un seul blog. Une deuxième caractéristique commune se retrouve dans **la communication devenue désintermédiaisée**. L'observation qui a pu être faite sur Internet révèle qu'il n'existe pas un cadre organisationnel prédéterminé et que de nombreuses formes de blogs se rencontrent. L'information n'y est pas centralisée pour être contrôlée et redistribuée. Il n'existe pas de hiérarchie marquée. L'âge, le genre, la catégorie socioprofessionnelle, les origines ne sont plus des déterminants qui restreignent la prise de parole. Au contraire, les blogueurs rompent avec les règles sociétales habituelles sélectives pour retrouver une meilleure égalité de traitement sur la toile, chaque internaute s'investissant comme il le souhaite et devenant tout aussi bien contributeur, critique, que simple visiteur. Un autre élément identique peut être identifié par **la subjectivité de l'écriture**. En effet, il est relativement courant de trouver sur les blogs ou les sites participatifs encadrés une énonciation à la première personne du singulier, dans un registre plutôt emprunt d'émotion, voire de passion. Le ton est d'autant plus assumé que le récit personnel qui y est fait, mélange expériences personnelles et publiques, le témoignage étant souvent couplé de propositions analytiques. L'exercice écrit sur la toile a été assimilé par de nombreux internautes. Ils ont acquis quelques principes fondamentaux de la structure narrative et de la mise en scène de l'information. De fait, cette subjectivité croisée d'une maîtrise des savoir-faire journalistiques permet une certaine liberté de ton et semble dédouaner le contributeur de ne pas toujours faire preuve du professionnalisme requis, comme vérifier et recouper les faits qu'il avance. Il est intéressant de noter que certains auteurs²¹ considèrent que l'écriture numérique peut s'affranchir de certaines règles déontologiques et s'inscrire dans une logique plus subjective dans la mesure où se sont les lecteurs qui ont appris à se distancier des écrits et à émettre un

¹⁸ PROULX Serge, POISSANT Louise, SÉNÉCAL Michel, *Communautés virtuelles : Penser et agir en réseau*, Laval, Presses Université Laval, 2006, p 15

¹⁹ FLICHY Patrice, Les réseaux de télécommunication instruments et outils de mesure de la sociabilité, *Flux*, n°62, octobre-décembre 2005, p 35

²⁰ NOWHEREELSE, *Enquête Blogosphérique*, édition 2011, <http://www.nowhereelse.fr/enquete-blogs-france-2011-resultats-41148/>, consulté le 7 février 2012

²¹ CARDON Dominique, *La démocratie internet. Promesses et limites*, Paris, Editions du Seuil et La république des idées, 2010, 102 pages

avis critique sur ce qu'ils lisent. **Le principe de conversationalisation** de l'écriture numérique est également une caractéristique que nous souhaitions mentionner dans notre analyse. La pratique du blogging a instauré une nouvelle relation à l'audience qui la mobilise régulièrement comme une véritable ressource vive pour interagir avec le contributeur. Les dispositifs techniques disponibles et la pratique de masse contribuent à favoriser un échange direct entre les internautes. « *Les commentaires des lecteurs, leurs appréciations critiques, suggestions, trouvent sur Internet un lieu de visibilité inédit. La glose « ordinaire », celle qui restait dans l'espace privé et le plus souvent dans le domaine de l'oralité, sans mémoire, trouve de nouveaux espaces où s'inscrire (livres d'or des sites, messages dans les forums, WebLogs...).* Ainsi, tout lecteur peut devenir auteur, ou du moins commentateur : il écrit dans le texte d'un autre »²². Les liens de proximité qui s'établissent au sein de la communauté décloisonnent l'espace d'échange. Le dialogue devient plus informel ; il s'oralise jusqu'à se transformer en une conversation ordinaire. La dernière caractéristique commune que nous souhaitons énoncer concerne celle de **l'identité que se sculptent les blogueurs** sur les réseaux sociaux. La proposition de loi de Jean Louis MASSON, sénateur U.M.P de Moselle, en date du 3 mai 2010, a soulevé une vive polémique concernant « *l'identification des éditeurs de sites de communication en ligne et en particulier des blogueurs professionnels et non professionnels* ». Et pour cause, selon l'étude de Nowhereelse, seuls 19% des internautes utilisent leur véritable identité sur internet. Aussi 81% des blogueurs sont concernés par cette mesure. Maître Eolas (dont c'est le pseudonyme) explique dans un article de « *Rue 89* » l'intérêt de l'internaute à conserver son anonymat pour publier sur la toile. « *Si je n'étais pas anonyme, je n'écrirais pas différemment, mais je serais lu différemment. Et le premier réflexe sur le Web, par exemple sur Rue89, c'est de prendre un pseudonyme, Internet est un bal masqué. C'est aussi une garantie d'égalité : ce qui compte, c'est ce qu'on dit, pas qui on est. [...] Mon métier et mon blog sont deux choses séparées. Sur mon blog, je ne vais pas à la pêche aux clients, je ne parle pas des affaires que je plaide. D'ailleurs, on ne sait même pas si je suis un bon ou un mauvais avocat. La base de ma crédibilité, c'est que je ne me mets pas en valeur* »²³. L'identité numérique des blogueurs diffère généralement en de nombreux points de l'identité occupée dans l'état civil. Particulièrement symptomatique lors des premières interactions, elle correspond plutôt au désir d'une autre projection de soi, ou d'une autre perception de soi, plus orientée sur les centres d'intérêts, sur les expertises²⁴. Cette identité peut évoluer, se modeler, se recomposer au fur et à mesure des différentes contributions que les blogueurs postent. Elle se construit sous le regard permanent de l'audience. L'identité électronique ne formalise pas un statut unique ou définitif ; bien au contraire elle s'apparente à une fonction ductile car elle peut démultiplier les figurations de soi au gré des besoins et des envies. L'anonymat ou le pseudonyme encourage l'émancipation, permet à l'internaute de se déconnecter des déterminants sociaux qui le conditionnent dans la société civile et l'autorisent ainsi à faire l'expérience d'une nouvelle identité, voire d'identités plurielles, s'il le désire.

²² BEAUDOUIN Valérie, De la publication à la conversation. Lecture et écriture électroniques, *Réseaux*, 2002, n°116, p 208

²³ KRUG François, Les blogueurs répliquent au sénateur qui veut leurs noms, *Rue89*, mis en ligne le 20 mai 2010, <http://www.rue89.com/2010/05/21/les-blogueurs-repliquent-au-senateur-qui-veut-leurs-noms-152132>, consulté le 22 février 2011

²⁴ VELKOVSKA Julia, *Les formes de la sociabilité électronique. Une sociologie des activités d'écriture sur internet*, Thèse de doctorat, sous la direction de Louis Quéré, Paris, EHESS, 2004, 866 pages

2.3. Le nouvel enjeu politique du web

Une enquête²⁵ TNS Sofres a montré que 45% des internautes ont aujourd’hui une pratique politique d’Internet. L’heure numérique a indéniablement modifié la conception même de la démocratie et étendu le débat de l’espace public sur le net. Une nouvelle démarche de citoyenneté émerge, où l’amateur-administré s’est approprié l’outil pour en faire un nouvel instrument d’information et de communication au sein de la communauté. Les questions publiques sont mises en débat sur la blogosphère et cherchent à enrichir l’action politique. « *Il n'y a pas de démocratie, sans exercice de la parole publique* »²⁶. Les forums en ligne et les blogs permettent d’ouvrir le dialogue sur un mode conversationnel et d’échanger des arguments qui, même s’ils sont polémiques, diffusent de nouvelles idées. Le web politique a rencontré un succès d’autant plus marqué qu’il est apparu au moment même où un malaise grandissant se faisait ressentir, et se traduisait par une montée de l’abstentionnisme aux élections, une remise en cause des mécanismes représentatifs traditionnels, et une méfiance à l’égard des élus²⁷. La **pratique politique accrue d’Internet par les citoyens** tend à prouver que cette crise de la représentativité et du désengagement ne traduit pas pour autant une désaffection à l’égard des questions publiques et politiques. Bien au contraire, l’investissement dont font preuve les amateurs sur le web contribue à valoriser leur expérience et leur expertise. De fait, les interactions ont redynamisé le débat et une véritable culture de l’échange s’est imposée entre les citoyens-internautes et les représentants politiques. Les élus ont pris conscience de la méfiance qu’ils suscitaient. Ils ont cherché à rétablir un nouveau rapport à l’administré, plus emprunt de spontanéité et de franchise. Blogs et forums en ligne se sont avérés de formidables ressorts pour reconstruire une proximité avec le citoyen. Ne pouvant plus s’imposer par le pouvoir et l’autoritarisme au sens wébérien du terme, ils ont dû prendre en compte les objections des administrés dans leur discours, et réinstaurer un dialogue pour faire du citoyen un acteur à part entière du système démocratique dans lequel ils évoluent. Les élus politiques se sont emparés des sites et blogs pour se rapprocher des électeurs, informer sur leurs actions politiques et stimuler une interactivité. Nos différentes lectures ont permis d’identifier l’ouverture des premiers blogs politiques au milieu des années 2000 (premier blog identifié : celui d’Alain Rousset en 2004), en pleine période de campagne électorale pour les régionales. Les premières tentatives de communication justifiaient ces blogs comme « *un moment de recul pour que ce retour sur soi devienne un bon moyen d’aller à la rencontre de l’autre, l’écouter, échanger avec lui, imaginer, projeter...* »²⁸. Mais la pratique politique du web en France, à l’inverse des pays anglo-saxons, offre une particularité médiatique. En effet, les élus politiques qui investissent la toile et ouvrent des blogs sont généralement des **candidats qui ne bénéficient pas d’une grande reconnaissance** ou d’une large visibilité dans les médias traditionnels. Par

²⁵ TNS SOFRES, *Le baromètre des usages sociaux et politiques du web*, résultats de l’enquête, mis en ligne en septembre 2009, http://www.tns-sofres.com/_assets/files/2010.03.17-baro-web-pol.pdf, consulté le 13 juin 2011

²⁶ LEVY Pierre, *Cyberdémocratie : Essai de philosophie politique*, Paris, Odile Jacob, 2002, p 50

²⁷ COHENDET Marie-Anne, Une crise de la représentation politique ?, *Cités*, 2004, n°18, pp. 41-61

²⁸ [FIEVET Cyril, TURRETTINI Emilie, *Blog Story. Onde de choc*, Paris, Eyrolles, 2004, p 35](http://FIEVET Cyril, TURRETTINI Emilie, Blog Story. Onde de choc, Paris, Eyrolles, 2004, p 35)

exemple, début janvier 2014, le Front National est le 1^{er} parti de France sur Facebook avec plus de 126 166 membres ²⁹ (78 929 membres ont été recensés au même moment pour le parti socialiste) tout comme Europe Ecologie l'est sur Twitter. Les médias et réseaux sociaux apparaissent comme une opportunité d'intégrer les citoyens au débat public et politique quand les intermédiaires habituels que sont les médias ne le font pas. « *L'heure est désormais au "Web 2.0", interactif, où les militants ont la parole. Avec l'espoir, pour les partis, de séduire de nouveaux adhérents, ou au moins de remobiliser leurs troupes. [...] Le Web, ces dernières années, a surtout été l'outil des "outsiders", ceux qui, comme M. de Villepin, ne peuvent compter sur la force d'un appareil* »³⁰. Ces « outsiders » ont largement investi les blogs politiques et compris la force de diffusion qu'ils peuvent représenter. Ils cherchent à rompre avec l'institutionnalisation assujettissante des médias classiques, pour adopter un ton généralement moins conventionnel et promouvoir une image publique plus accessible. Dominique CARDON a d'ailleurs suggéré que cette démarche d'individualisation de l'expression de soi sur les blogs est « *vite apparue comme la preuve de la sincérité des acteurs politiques sur la toile* »³¹.

Bien que l'élu politique consente un effort aujourd'hui pour se rapprocher du citoyen et cherche à reconstruire une nouvelle forme de dialogue, ce dernier semble moins disposé à se contenter des relations gouvernants-gouvernés jusqu'à présent établies et commence **à contester la monopolisation du débat public** par l'homme politique dans les médias classiques au nom de la compétence. Pour ce faire, l'amateur investit Internet, instrumentalise blogs et forums pour faire valoir son expertise sur les questions publiques et développe ainsi une nouvelle forme de contre-pouvoir. Les affrontements et les échanges caractéristiques entre représentants et représentés ne sont plus l'apanage des périodes de campagnes électorales. Le rapport à l'exécutif est maintenant bouleversé par la pratique politique quotidienne du web. « *Bloguer la politique, ce serait enfin investir une esthétique et une morale, une citoyenneté des réseaux, et la présenter comme un corps de bonnes pratiques dont les politiques sont invités par les blogueurs à tenir compte* »³². L'amateur est en mesure aujourd'hui d'influencer la scène publique en réagissant à l'actualité. Ceci permet de rendre apparente la diversité de ses points de vue sur la toile. **L'engagement militant** a longtemps été le seul mode d'expression pour manifester cette conscientisation politique. Cette orientation est dorénavant en marge ; seul 1% de la population française adhère à un parti politique selon le site « *Place Publique* »³³. Patrice FLICHY a souligné cette évolution dans son ouvrage *Le sacre de l'amateur*, faisant le constat d'une époque révolue où « *l'engagement*

²⁹ FACEBOOK, *Page officielle du Front National*, <https://www.facebook.com/FN officiel?ref=ts>, Consulté le 10 janvier 2014

³⁰ JAXEL-TRUER Pierre, Le Web 2.0, nouvelle arme des politiques, *Le Monde*, mis en ligne le 28 octobre 2009, http://www.lemonde.fr/technologies/article/2009/10/28/le-web-2-0-nouvelle-arme-des-politiques_1259723_651865.html, consulté le 12 février 2011

³¹ CARDON Dominique, *La démocratie internet. Promesses et limites*, Paris, Editions du Seuil et La république des idées, 2010, p 92

³² PÈNE Sophie, Bloguer la politique, *Communication et langages*, n°151, 2007, p 73

³³ PLACE PUBLIQUE, *Les partis politiques*, mis en ligne en août 2011, <http://www.place-publique.fr/spip.php?rubrique124>, consulté le 17 septembre 2011

affilié »³⁴ à une organisation exprimait une parole collective pyramidale pour laisser place aujourd’hui, grâce à Internet, à un « *engagement affranchi* » qui individualise et autonomise le citoyen dans sa prise de décision. Son engagement politique s’inscrit dans une logique plus ponctuelle que le militant traditionnel qui adhère à un projet global. Il est plus sélectif des causes dans lesquelles il s’engage, et le fait sur une durée plus limitée. Il se distancie volontairement des institutions traditionnelles pour recréer sur la toile son propre réseau social, dont l’articulation ne se fonde plus sur des idéologies qui croulent sous les intermédiaires, mais au contraire sur des actions plus précises, qui confirment un individualisme assumé. La constitution de ces **réseaux** représente un modèle organisationnel sur lequel s’appuie de plus en plus l’action collective du web. Sa fonctionnalité est telle qu’elle fait émerger une nouvelle forme de mobilisation citoyenne qui lutte contre les hégémonies politiques mais également médiatiques. Décrite par Dominique CARDON et Fabien GRANJON sous les traits du médiactivisme, il se caractérise par un « *allègement des contraintes éditoriales, [une] réduction drastique des coûts de diffusion, [un] modèle de communication many to many (par opposition au modèle one to many des médias traditionnels), [des] facilités de production coopérative et [l'] ouverture d'un espace de participation élargie permettant une plus grande interactivité* »³⁵. Le mouvement du médiactivisme a rapidement été intégré par les groupes de militants les moins structurés, trouvant dans cette production alternative une expression plus coopérative et respectueuse de leurs différences, une pratique du web plus solidaire.

3. Conclusion

Dans ce nouvel univers d’information et de communication, les plateformes sociales (blogs, sites participatifs encadrés, réseaux sociaux...) ont modifié la place accordée aux internautes-amateurs dans le débat public et dans l’élaboration même de l’opinion publique, permettant alors le déploiement de savoirs collectifs par les technologies numériques. Inscrit au cœur d’un web communautaire et interactif, chacun peut ainsi prétendre à une identité de savoir, dont la reconnaissance réciproque profite à l’enrichissement mutuel des internautes : un « *je pense donc je suis* » élargi vers un « *nous formons une intelligence collective, donc nous existons comme communauté éminente* »³⁶. Ces interactions coopératives développent une dimension sociale jusqu’à présent inédite, car l’apprentissage réciproque qui en émerge construit une nouvelle forme de sociabilité et de civilité. Au-delà de simples usages personnels, le partage de ces connaissances en ligne a largement permis de créer de nouvelles sphères virtuelles où se libère la parole, où se forme et s’alimente un débat plus démocratique, où s’exerce une nouvelle forme de citoyenneté.

³⁴ FLICHY Patrice, *Le sacre de l'amateur, Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Paris, Editions du Seuil et La république des idées, 2010, p 55

³⁵ CARDON Dominique, GRANJON Fabien, *Médiactivistes*, Paris, Les Presses de Sciences Po, 2010, p 82

³⁶ LEVY Pierre, *L'intelligence collective : Pour une anthropologie du cyberspace*, Paris, La Découverte, 1994, p 33

4. Bibliographie

BEAUDOUIN Valérie, De la publication à la conversation. Lecture et écriture électroniques, *Réseaux*, n°116, 2002, pp. 199-225.

BLONDIAUX Loïc, La démocratie participative, sous conditions et malgré tout. Un plaidoyer paradoxal en faveur de l'innovation démocratique, *Mouvements*, n°50, juin 2007, pp. 118-129.

CARDON Dominique, DELAUNAY-TETEREL Hélène, Essai de typologie des blogs par leurs publics, *Réseaux*, n°138, juillet-août 2006, pp. 17-71.

CARDON Dominique, GRANJON Fabien, *Médiactivistes*, Paris, Les Presses de Sciences Po, 2010, 147 pages.

CARDON Dominique, *La démocratie internet. Promesses et limites*, Paris, Editions du Seuil et La république des idées, 2010, 102 pages.

COHENDET Marie-Anne, Une crise de la représentation politique ?, *Cités*, 2004, n°18, pp. 41-61.

DE ROSNAY Joël, *La révolte du pronétariat. Des mass média aux média des masses*, Paris, Fayard, 2006, 250 pages.

FIEVET Cyril, TURRETTINI Emilie, *Blog Story. Onde de choc*, Paris, Eyrolles, 2004, 305 pages.

FLICHY Patrice, Les réseaux de télécommunication instruments et outils de mesure de la sociabilité, *Flux*, n°62, octobre-décembre 2005, pp. 31-37.

FLICHY Patrice, *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Paris, Editions du Seuil et La république des idées, 2010, 96 pages.

GARFINKEL Harold, *Studies in Ethnomethodology*, Englewood Cliffs, New Jersey, Prentice Hall, 1967, 304 pages.

KLEIN Annabelle, *Objectifs blogs ! Explorations dynamiques de la blogosphère*, Paris, Éditions L'Harmattan, 2007, 248 pages.

LEADBEATER Charles, MILLER Paul, *The Pro-Am Revolution. How enthusiasts are changing our economy and society*, London, Demos, 2004, 70 pages.

LEVECOT Agnès, *Le roman portugais contemporain : Profondeur du temps*, Paris, L'Harmattan, 2009, 330 pages.

LEVY Pierre, *Cyberdémocratie : Essai de philosophie politique*, Paris, Odile Jacob, 2002, 283 pages.

PENE Sophie, Bloguer la politique, *Communication et langages*, n°151, 2007, pp. 73-89.

PROULX Serge, POISSANT Louise, SENECAL Michel, *Communautés virtuelles : Penser et agir en réseau*, Laval, Presses Université Laval, 2006, 361 pages.

TISSERON Serge, *L'intimité surrexposée*, Paris, Ramsay, 2001, 180 pages.

SENNETT Richard, *Ce que sait la main. La culture de l'artisanat*, Paris, Albin Michel, 2010, 403 pages.

VELKOVSKA Julia, *Les formes de la sociabilité électronique. Une sociologie des activités d'écriture sur internet*, Thèse de doctorat, sous la direction de Louis Quéré, Paris, EHESS, 2004, 866 pages.

Webographie

ACTI, *Blogosphère et relations bloggeurs*, Mis en ligne le 20 mars 2013, <http://frenchweb.fr/infographie-3-millions-de-blogs-crees-chaque-mois-dans-le-monde/106032>, Consulté le 4 janvier 2014.

CASTELLS Manuel, *Émergence des médias de masse individuels, Le Monde Diplomatique*, n°629, août 2006, <http://www.monde-diplomatique.fr/2006/08/CASTELLS/13744>, consulté le 18 août 2011.

FACEBOOK, *Page officielle du Front National*, <https://www.facebook.com/FN officiel?ref=ts>, Consulté le 10 janvier 2014.

GLOAGUEN Laurent, *Typologie de la blogosphère*, Embruns.net, mis en ligne le 5 mars 2004, <http://embruns.net/carnet/etude-du-blogue/typologie-de-la-blogosphere.html>, consulté le 15 mars 2011.

INTERNET WORLD STATS, *The Internet Big Picture*, <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>, Consulté le 1er février 2014.

JAXEL-TRUER Pierre, Le Web 2.0, nouvelle arme des politiques, *Le Monde*, mis en ligne le 28 octobre 2009, http://www.lemonde.fr/technologies/article/2009/10/28/le-web-2-0-nouvelle-arme-des-politiques_1259723_651865.html, consulté le 12 février 2011.

KRUG François, Les blogueurs répliquent au sénateur qui veut leurs noms, *Rue89*, mis en ligne le 20 mai 2010, <http://www.rue89.com/2010/05/21/les-blogueurs-repliquent-au-senateur-qui-veut-leurs-noms-152132>, consulté le 22 février 2011.

MÉDIAMÉTRIE, *L'année Internet 2012 : L'Internet sur tous les écrans, tous les réseaux, au plus près de l'internaute*, communiqué de presse, Levallois, 27 février 2013, consulté le 10 avril 2013.

NOWHEREELSE, *Enquête Blogosphérique*, édition 2011, <http://www.nowhereelse.fr/enquete-blogs-france-2011-resultats-41148/>, consulté le 7 février 2012.

PLACE PUBLIQUE, *Les partis politiques*, mis en ligne en août 2011, <http://www.place-publique.fr/spip.php?rubrique124>, consulté le 17 septembre 2011.

TNS SOFRES, *Le baromètre des usages sociaux et politiques du web*, résultats de l'enquête, mis en ligne en septembre 2009, http://www.tns-sofres.com/_assets/files/2010.03.17-baro-web-pol.pdf, consulté le 13 juin 2011.

AUTHOR :

Marlène Dulaurans est docteur en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Université de Bordeaux Montaigne. Elle est chercheur associée au laboratoire du MICA (Médiation, Information, Communication, Art - EA 4426) dans l'axe Communication, Organisations & Sociétés. Ses différents travaux portent sur une interrogation critique des nouvelles injonctions à coopérer et à communiquer dans les organisations et les sociétés dans le contexte de la mondialisation et du développement des technologies numériques. Elle s'intéresse tout particulièrement aux médias sociaux, aux pratiques en émergence et aux nouvelles formes d'expression citoyenne.