

## **Blogs : les promesses d'un média à travers ses représentations collectives. Illusions ou réalités à portée de clic ?**

Iannis PLEDEL

CRAIC, Institut d'études  
politiques, Aix-en-Provence  
[pledell\\_iannis@yahoo.com](mailto:pledell_iannis@yahoo.com)

Le blog<sup>1</sup> est un nouvel outil de communication qui ressemble à un carnet d'actualité, de faits ou d'opinions *ante-chronodaté* (des plus récents aux plus anciens). Il est apparu à la fin des années 1990<sup>2</sup> et se multiplie depuis lors : on compte aujourd'hui 27,2 millions de blogs indexés (janvier 2006) sur Technorati<sup>3</sup>. Il est réalisé, le plus souvent par un individu, un animateur<sup>4</sup> qui poste une ou plusieurs fois par jour des billets composés essentiellement de texte, mais qui peuvent contenir aussi des images, de l'audio ou de la vidéo. Ces notes d'informations concernent en général l'actualité, elles sont plus ou moins longues et éclairent sous l'angle que l'auteur a choisi (subjectif ou objectif ; analytique ou descriptif, etc.) des sujets qu'il souhaite mettre en avant. Enrichies de liens externes, ces notes sont ensuite susceptibles d'être commentées par les lecteurs. Ainsi, le blog présente deux caractéristiques : premièrement, il offre la possibilité d'exploiter tous les contenus multimédias et de les publier de manière simple et rapide. Deuxièmement, ces contenus sont susceptibles de recevoir des commentaires publiés instantanément par des internautes. Ainsi, le blog n'est pas seulement un outil d'information, c'est avant tout un outil de communication.

Les blogs relèvent de l'auto-publication et leur ensemble est caractérisé par le terme de blogosphère. Le blog a eu au départ une fonction de journal, de « carnet de bord »

et de « journal intime », mais l'apparition des nouvelles possibilités multimédias (vidéo ou photo via le téléphone mobile, *podcasts* amateurs, etc.) a favorisé le développement des « blogs d'actualité ». Les possibilités de mettre à jour un blog de n'importe quel ordinateur au monde relié par Internet et de publier n'importe quel contenu offre une capacité de réaction sans précédent aux internautes, même ceux en déplacement. Dès lors, « *tout citoyen est un reporter en puissance, un capteur en temps réel. Aucune agence de presse ne peut poster un journaliste à chaque coin de rue. L'émergence de citoyens reporters est inéluctable, et les tragédies du tsunami, des attentats de Londres ou des cyclones aux États-Unis ont démontré la portée réelle du phénomène* » (Rosnay, 2006, p. 119).

Dans le texte qui suit, nous nous intéresserons principalement à ces blogs d'information ou d'actualité, c'est-à-dire aux blogs qui ont une démarche similaire au journalisme traditionnel institutionnalisé par des médias comme la presse écrite, la radio ou la télévision. Le blog, en tant que nouveau média, donnerait naissance à un nouveau journalisme dit participatif ou citoyen<sup>5</sup> susceptible d'entraîner une évolution du journalisme professionnel. Dans cette perspective, nous verrons que les blogs s'affichent dans les mentalités et dans les discours comme l'échappatoire à un journalisme mass-médiatique jugé de manière souvent négative et critiqué pour son manque d'information citoyenne, voire sa désinformation. Les nouveaux outils auraient la capacité de créer des espaces de diffusion indépendants pour échapper aux contraintes en permettant la confrontation de l'opinion de tous. Ainsi, parmi les vertus intrinsèques du blog, le discours d'accompagnement du phénomène en question prône une liberté d'expression qui autoriserait les auteurs à diffuser de l'information comme ils le voudraient et quand ils le souhaiteraient.

L'objectif de cet article est précisément de questionner cet *a priori* communément partagé par les internautes. La question de départ est de savoir comment cette liberté informationnelle qui fait partie de représentations collectives, c'est-à-dire du discours commun sur les blogs, s'appuie sur des codes et des normes collectives antinomiques à cette liberté et à une autonomie informationnelle des individus. Nous allons essayer de montrer que ces représentations collectives ne doivent pas être pensées comme des dangers affectant la démocratie de l'extérieur, mais plutôt comme des tensions internes où une certaine idée de la démocratie joue contre une autre.

La popularité du blog ces dernières années procède selon nous du couplage de modalités techniques singulières et d'un environnement social propice à l'émergence de représentations collectives. Ces représentations collectives sont constituées de l'ensemble des pensées

dominantes qui proviennent des rapports des outils dominants à un moment donné dans une société donnée (Muhlman, 2004). Ces représentations collectives sont une médiation fondamentale entre l'individu et la communauté. Elles relèveraient d'idéaux anciens et récurrents qui accompagnent le développement de chaque nouveau moyen de communication dont les potentiels seraient susceptibles de mener à bien leur poursuite, tels que davantage de démocratie, de participation, de liberté d'expression et de droit à l'information (Maigret, 2004). La télévision associée à la télématique par exemple, dans les années 1970-1980, promettait déjà l'avènement d'une « télédémocratie ». Le développement de l'Internet depuis le milieu des années 1990 tend à rendre obsolète les anciennes formes d'information qui sont basées sur une « logique propriétaire » des médias, et met à la disposition du plus grand nombre des outils et des services informationnels, illustrant les discours libertaires des précurseurs tel que McLuhan (1962) qui annonçait la révolution possible apportée par un outil qui mettrait en relation tous les individus dans un « village global ».

L'essor des blogs s'inscrit dans cet héritage : « *Il s'agit, pour les créateurs de ces outils particuliers, de faire vivre pleinement le mythe des origines de l'Internet, celui de la participation et de l'expression de tous à la vie des réseaux de communications* » (Jeanne-Perrier, LeCam, Pélissier, 2005, p. 168). Les blogs, qui s'appuient sur le réseau qu'Internet a tissé au travers du monde, n'échappent pas à cette inclination. Toutefois, nous émettons l'hypothèse que la perspective de ces idéaux fait intervenir, via les représentations collectives, des normes qui inscrivent la médiation dans des structures sociales reconnues. Celles-ci supposent l'oubli de l'individu au profit du social. La liberté et l'autonomie informationnelle des individus tant souhaitées seraient, par là même, remises en question.

### **Environnement technique et social du blog : un engrenage vers plus de liberté et de démocratie participative**

Dans cette première partie, nous allons montrer que le blog, en tant qu'outil technique simple, a été plébiscité par le grand public. Cette simplicité s'est accompagnée, selon-nous, d'une régression technique qui a permis de limiter les contraintes et de promouvoir une certaine liberté. Le blog a conduit à des représentations communes au nom de cette dernière ; il est, d'un point de vue social, un outil de médiation favorisant des interactions entre les individus

### *Le blog, un espace de communication balisé techniquement, un média de masse*

La simplicité technique d'utilisation des blogs est un des éléments qui a contribué à leur développement spectaculaire, faisant de lui un véritable média de masse (Rosnay, 2005) : un auteur diffuse une information, expose un problème ou une question sur son blog, et il reçoit en réponse – en fonction de son audience – des commentaires, de nouvelles informations, laissés par ses lecteurs. Le développement de cet outil de communication a été accompagné par le mouvement communautaire de l'*Open Source* dont les membres pionniers dans la libre expression sur le Web avaient pour volonté de construire et de promouvoir le partage informationnel et les connaissances de chacun. Le mouvement, qui ciblait en premier chef des informations techniques, a dû trouver un outil simple et efficace pour que les différents contributeurs puissent mettre en commun, de manière rapide et gratuite, leurs ressources. En effet, compte tenu de l'évolution des logiciels qui semble suivre une complexité technique toujours croissante, il devenait plus productif de partager les savoirs que de développer seul ses outils. Le blog a alors joué un rôle central dans la fédération qu'il a pu apporter au mouvement libre.

C'est donc cette simplicité qui a permis l'appropriation du média par le grand public, béotien, sans connaissances préalables dans le domaine de la diffusion d'information sur le Web. Chacun pouvait s'exprimer facilement par l'intermédiaire du blog qui offrait un espace de communication balisé techniquement.

Ainsi, pour arriver à la multiplication des blogs aujourd'hui – « *The blogosphere is doubling in size every 5 and a half months, it is now over 60 times bigger than it was 3 years ago*<sup>6</sup> » – il a fallu que la technique opère un glissement à l'opposé d'une tendance générale de « complexification » des logiciels et des outils informatiques. Afin de progresser dans un univers où l'utilisation de ces derniers demande des connaissances de plus en plus spécifiques, notamment en termes de programmation, le blog a été créé pour partager les savoirs et les connaissances et a conquis un large public qui a vu en lui un potentiel de diffusion décentralisé<sup>7</sup> pouvant toucher une large audience. L'offre technique a donc été obligée de « régresser », c'est-à-dire de diminuer les exigences requises pour l'usage afin qu'une majorité d'individus soient en mesure de communiquer. Le blog est alors considéré comme un outil de « reliance », il diminue les contraintes et augmente la liberté. Les individus pouvant s'exprimer sur n'importe quel sujet, le blog s'offrait à leurs yeux comme un espace de totale liberté d'expression.

Mentionnons toutefois que nous assistons aujourd’hui à une re-complexification de l’outil simple : l’intégration au blog de *podcast*, de vidéo (le *vlog*), de MP3, de *tags* et de *trackbacks* nécessite certaines connaissances dans le domaine informatique ou dans l’utilisation d’outils externes comme des appareils photos, des caméscopes numériques et des logiciels de transcription de formats et de téléchargement. Le haut débit soutient cette tendance car il offre de nouvelles possibilités d’utilisation de l’Internet dans le domaine de l’audio-vidéo-image. Nous pouvons donc supposer que si ce mouvement continue, le blog risque, dans une certaine mesure, de perdre en popularité, et n’attirera que les personnes ayant une connaissance minimale des différentes techniques permises par la technologie. La diffusion d’information serait alors réduite aux personnes détenant ces connaissances.

Un triple filtre agit sur la population qui s’exprime par les blogs : le niveau de connaissances techniques ainsi que les caractéristiques générationnelles et sociales. Ces deux dernières sont aujourd’hui relativement importantes au point qu’il est de coutume d’évoquer « des fractures » : les anciennes générations ne sont pas nées avec le média Internet et connaissent une certaine réticence et des difficultés à l’utilisation de ce dernier. Enfin les prix pratiqués aujourd’hui par les fournisseurs d’accès restent encore élevés, ce qui a pour conséquence d’évincer une partie de la population. On peut espérer voir ces fractures s’estomper avec le temps et avec la convergence des médias et l’arrivée des réseaux *wifi* gratuits. L’information que l’on peut lire sur les blogs ne peut donc pas être considérée comme représentative de la population dans son ensemble. Il résulte donc du triple filtre un biais informationnel qui a son importance dans le système des représentations collectives puisque seules les personnes qui en ont les moyens (financiers, techniques, intellectuels) et qui sont intéressées par le média vont s’exprimer sur et par celui-ci, comme nous le verrons par la suite.

### *le blog comme médiation ou la démocratie à portée de main ?*

Si la régression technique participe, comme nous l’avons vu, à l’émergence d’un espace de liberté d’expression accessible au grand public, il nous faut désormais regarder, pour prolonger notre analyse, le contexte social dans lequel le blog s’est développé. Le blog est un outil de communication qui est partie prenante d’une sphère sociale. C’est une forme sociale de communication dans la mesure où la démarche de communication active et intentionnelle s’inscrit dans un espace d’échange et d’interaction avec le public. Il constitue une médiation,

c'est-à-dire une interaction par l'outil en assurant l'appropriation singulière des codes collectifs, il permet l'articulation entre la dimension individuelle du sujet et la dimension collective (Lamizet, 1997). Le blog doit permettre à un individu de s'exprimer à titre personnel tout en mettant en œuvre un code socialement déterminé sans lequel les lecteurs ne pourraient comprendre le texte sans transformer les propos. Le degré de réflexivité serait maximal et risquerait de créer un manque de repères pour les lecteurs. De manière réciproque et interactive, le destinataire, au cours de sa lecture et de l'usage qu'il en fait, s'approprie les règles et les structures collectives qui sont utilisées dans le message et sans lesquelles il ne le comprendrait pas. Ainsi, le processus d'interaction qui se met en place repose sur un système de base de représentations commun à un ensemble d'individus, afin que la communication engagée soit symétrique et intelligible. Or, à chaque apparition d'un nouveau média, des « *espoirs naissent d'un perfectionnement de la démocratie par l'application d'outils puissants qui permettraient de surmonter les blocages institutionnels* » (Maigret, 2004, p. 268). Durant les années 1970, les attentes pour améliorer les pratiques citoyennes et politiques se sont portées sur la télévision, la télématique et la vidéo. Aujourd'hui, les mêmes attentes se tournent vers l'Internet : la « cyberdémocratie ». Il ne s'agit pas de l'e-démocratie où le citoyen pourra voter à distance, mais d'un espace de communication libre et participatif qui est en jeu. Dans une perspective sociale, le blog participe aujourd'hui à ces représentations sociales. Les médias traditionnels ont laissé place à une critique persistante selon laquelle les médias de masse qu'ils sont ne favorisent qu'une transmission unilatérale et verticale d'information (du « un » vers le « plusieurs »). Cette critique est dépassée par le potentiel d'Internet et en particulier des blogs qui bénéficient de l'engouement de la nouveauté : les blogs offrent la possibilité d'une communication horizontale, c'est-à-dire d'une « *multitude s'adressant à la multitude* » (Le Gendre, in Patino 2005, p. 205), et entraînent l'émergence d'un journalisme citoyen dont l'intelligence collective et la création collaborative sont les maîtres mots. Mais est-ce aussi simple ?

## **Création et environnement des représentations collectives sur les blogs**

Nous allons voir dans cette deuxième partie que les représentations collectives s'établissent, quels que soient les médias, sur des idéaux fixes. Elles influent sur la réalité sociale par le biais de l'espace virtuel (blogosphère) et de la communication à l'intérieur de celui-ci et sur celui-ci. L'espace virtuel semble être le lieu parfait, dans une société

individualiste, pour faire émerger et soutenir ces représentations collectives.

*idéaux et représentations collectifs :  
le blog au profit de la démocratie et contre les médias  
traditionnels*

Tous les grands bouleversements apportés par les nouveaux médias à leur époque (radio, cinéma, télévision, télématique) ont manifesté des limites par rapport aux idéaux qu'ils promettaient. Nous ne pouvons certifier, selon un raisonnement inductif qui n'est pas fondé logiquement (Hume, 1758), qu'Internet devrait connaître de la même manière des limites qui entraveront la poursuite de ses idéaux. Mais, nous remarquons que, quel que soit le média, les représentations collectives qui le soutiennent n'évoluent pas du connu vers l'inconnu, c'est-à-dire n'essayent pas d'atteindre une représentation qui n'était pas présente à la conscience avant que le média ait démontré toutes ses possibilités, mais à l'inverse, les représentations collectives évoluent du connu vers le connu (Leroux, 1999). Elles ne changent pas en fonction des médias, elles sont fixes. Autrement dit, il s'agirait d'un socle « idéologique » : quels que soient les médias et les moyens utilisés, il faudrait aboutir aux mêmes conclusions, aux mêmes idéaux. Le discours autour du blog d'actualité aujourd'hui fait foi de cette même logique : nous retrouvons l'idéal démocratique, le blog ouvrirait « *une nouvelle ère de démocratisation* » (Jeanne-Perrier, LeCam, Pélissier, 2005, p. 161). Cette première représentation est imbriquée dans une seconde. Elles se nourrissent mutuellement : les blogs tueraient le journalisme traditionnel, ils permettraient de casser le pouvoir détenu par le système médiatique établi en offrant davantage de participation.

Les représentations collectives s'affichent clairement dans une démarche fondée sur une attitude d'opposition : Internet et les blogs face à l'ancien modèle des médias de masse. Les journalistes eux-mêmes sont conscients que ce nouveau média peut engendrer une révolution au sein de leur pratique : « *Les journalistes ont commencé à perdre leur monopole, ou oligopole comme on veut, de l'expression publique avec l'apparition des blogs, une technologie qui offre à tous le pouvoir de se passer de la presse pour émettre comme pour recevoir* » (Patino, 2005, p. 207). Les blogs s'affichent dans les mentalités et dans les discours comme une alternative à un journalisme de plus en plus critiqué : l'exemple des plates-formes de journalisme participatif est significatif ; soit elles évoquent leur ligne éditoriale de manière explicite, soit les expressions qu'elles utilisent pour faire naître le dialogue dévoilent de manière implicite leur vision négative

du journalisme traditionnel. Jeanne-Perrier, LeCam, Pélissier (2005, p. 178) mentionnent les sites « La tribu du verbe<sup>8</sup> », et « Acrimed<sup>9</sup> » ; il en va de même pour « OhMyNews », site sud-coréen qui a sa version anglaise de journalisme citoyen<sup>10</sup>. En France, le projet « AgoraVox », qui « ne revendique aucune appartenance politique, sociale, économique, culturelle, ni religieuse constitue l'une des premières initiatives européennes de journalisme citoyen [...] Il est important de différencier le journal alternatif qui véhicule une ligne éditoriale précise (animée par une idéologie et orientée par un groupe partisan ou militant) du média qui fait uniquement appel aux individus, à leur sens civique, à leur attachement aux valeurs de solidarité et de liberté d'information, à leur capacité à capter, à sélectionner et à diffuser des informations intéressantes dans le but de partager » (DeRosnay, 2006, p. 121). Et pourtant le site contient une rhétorique similaire aux sites susmentionnés : « Notre conviction est que chaque internaute peut se transformer, volontairement ou par hasard, en une sorte de "capteur" capable d'identifier en avant-première des informations inédites, difficilement accessibles ou volontairement cachées. Aucune agence, aucun organe de presse, aucun logiciel ne dispose du formidable potentiel que représentent des millions de personnes agissant en réseau de manière conjointe. Ce nouveau phénomène constitue une véritable révolution qui va radicalement transformer le fonctionnement des médias traditionnels et notre futur accès à l'information<sup>11</sup>. » Les références aux médias traditionnels semblent donc toujours commentées de manières négatives par contraste avec ce qu'annonce le potentiel des nouveaux outils. Ainsi, même si certains évoquent plutôt une complémentarité en considérant que « *blogging is not journalism* » (Rosen, 2004), ou encore « *le débat blogueurs contre journalistes et vice-versa, est aussi ancien que l'émergence des blogs et constitue un faux débat<sup>12</sup>* », (Le Meur, 2005), ce discours formel et informel sur le manque d'information citoyenne, sur la désinformation des médias de masse et sur la capacité des nouveaux outils à créer des espaces de diffusion indépendants pour échapper aux contraintes de la diffusion d'information, mais aussi aux contraintes rédactionnelles, économiques, organisationnelles, contribuent à instituer un climat d'opposition face au journalisme traditionnel : « *Il s'agit alors de défendre une position de média de qualité pouvant s'établir à partir de l'expression et de la confrontation de l'opinion de tous* » (Jeanne-Perrier, LeCam, Pélissier, 2005, p. 178) : contre ces médias de masse, il s'agit bien d'encourager les libertés d'expression et de participation.

Cette double représentation collective qui est présente dans le discours collectif (le blog a une position substituable face au journalisme, et il est un outil qui offre de nouvelles perspectives en termes de participation démocratique) est rendue possible par la critique récurrente



selon laquelle « le journalisme s'inscrit dans une représentation du public comme innocente victime, prise en otage par une profession. Les journalistes sont dénoncés pour imposer des points de vues orientés, au service des puissants, biaisés par rapport aux échanges d'opinions et de regards qui auraient cours librement dans l'espace public, si celui-ci n'était pas, précisément, aux mains des médias [...] C'est l'ensemble du discours médiatique, décrit comme un discours de justification de la domination économique qui est considéré comme idéologie » (Muhlmann, 2004, p. 25 et 35). Or, pour Muhlmann, cela relève d'un usage confus du terme idéologie et « cette critique n'éclabousse jamais le public et, au contraire, le célèbre en permanence, affirme se déployer en son nom, pour le sauver des griffes du journalisme, elle est par nature un hymne à la démocratie, à un espace public libre, en soi louable, qu'il suffit de débarrasser des dominations exogènes qui l'emprisonnent » (Muhlmann, 2004, p. 39). Le schéma public qu'il faudrait libérer des dominations exogènes du journalisme est sans doute trop simpliste et trompeur. Citant Marx, elle montre que le concept d'idéologie implique de fait le public. L'idéologie est partout et toujours présente. Elle exerce « une domination anonyme et diffuse sur tous une domination qui n'est pas réductible à de la manipulation de certains par d'autres » (2004, p. 40). Il n'y aurait donc pas de « vrai public » à libérer, car celui-ci ne peut exprimer d'autres idées que celles de l'idéologie par définition.

N'oublions pas d'ailleurs que la plupart des blogs ne font pour la plupart que reprendre des informations vues en général dans la presse traditionnelle sur le Net. Les animateurs de blogs les commentent et diffusent des opinions personnelles en plus, mais le socle des médias traditionnels sur lequel ils se basent imprègne leur discours. S'il existe bien une transformation du *process* du journalisme par le renversement du modèle traditionnel qui était de filtrer (sélection, hiérarchisation) puis de publier en respectant la séparation du fait et du commentaire, et qui devient publier puis filtrer (Browman, Willis, 2003), si l'on se dirige vers un journalisme participatif plus personnel (Lasica, 2002a), ce n'est pas pour autant que l'on sort de la sphère idéologique. Et s'il y a idéologie, celle-ci ne touche pas uniquement les médias traditionnels, mais l'ensemble de la société.

La conversation que le citoyen actif engage avec les lecteurs et qui doit faire émerger, telle une maïeutique de l'esprit, la vérité (Gillmor, 2004) n'aboutit pas sans règles aux résultats escomptés (Gillmor, 2006). Ainsi, cette nouvelle pratique de communication (de la même manière que les autres que nous avons déjà mentionnées) couplée avec un même régime de vérité et d'idéal, pourrait inscrire dans le réel quelque chose qui n'existait pas (Foucault, 2004) : le concept de journalisme citoyen.

Autrement dit, l'idée qu'un renforcement de la démocratie participative est possible grâce aux blogs et face aux médias traditionnels, prend chair dans une sphère virtuelle et influe sur le réel, c'est-à-dire sur la réalité sociale des individus par le biais des représentations collectives et le discours qui en découle (Hacking, 2001).

Comment se traduit cette réalité sociale aujourd'hui ? Par une reconnaissance officielle des blogueurs, lesquels réussissent notamment à se faire inviter dans la sphère politique. Aux États-Unis (pour une revue détaillée, voir Jeanne-Perrier, LeCam, Pélissier, 2005, p. 196), mais désormais aussi en France : Le Meur réalisant le premier *podcast* politique avec le ministre de l'intérieur Nicolas Sarkozy<sup>13</sup> ; mentionnons également que *Nétizen*<sup>14</sup>, première revue papier mensuelle consacrée entièrement au phénomène des blogs, aborde dans son premier numéro (février 2006) le sujet des blogs en politique : Jack Lang, Alain Juppé, Dominique Strauss Khan ont, par exemple, leur propre blog. D'ailleurs, l'apparition en tant que telle d'un magazine papier peut-être considéré comme un indice de l'institutionnalisation des blogs aujourd'hui. Notons également, l'appropriation des blogs dans les autres sphères professionnelles : économique, publicitaire, marketing, industrielle, artistique, etc. D'ailleurs, ceci contribue à mélanger les différentes formes de blogs mais aussi de médias (webzines, sites de presses, sites institutionnels) qui sont de plus en plus difficiles à repérer, même si le blog contient, comme nous l'avons dit, une structure technique commune. Ajoutons que de plus en plus de journalistes ont leur blog, légitimant de ce fait l'outil (Le Meur, 2005), mais, prenons l'exemple du blog de Pierre Assouline<sup>15</sup> : les informations de son blog relèvent-elles du journaliste ou de l'écrivain ? Il existe une tendance à l'effacement des frontières des contenus : les moteurs de *news* (Google Actualité par exemple) y contribuent en mettant sur un plan similaire les blogs, les webzines et les journaux traditionnels. Les blogs repoussent les frontières du journalisme qui semblent malléables (Pélissier, 2004). D'ailleurs, les journalistes professionnels commencent à prendre en compte ces nouvelles pratiques et à les assimiler (Patino, 2005). Notons également que les écoles de journalisme et les travaux universitaires s'intéressent au phénomène, contribuant à renforcer la réalité sociale du blog. Toutefois, il s'agit de bien différencier les représentations collectives et la réalité sociale qui se construit sur ces premières.

Ajoutons qu'un autre élément participe aux tensions internes faisant qu'une certaine idée de la démocratie joue contre une autre. Le discours commun des blogueurs, sur les blogs, évoque que la possibilité qu'ont les individus de s'exprimer librement va renforcer leur participation et

donc renforcer la démocratie participative (idéal fixe). Ainsi, les citoyens seraient « actifs » et prendraient part « activement » à la vie sociale. Or, on s'aperçoit que les individus qui ont un blog présentent le plus souvent un détachement critique face à la réalité. Autrement dit, ils critiquent la société dans laquelle ils vivent, dénoncent les méfaits, en se plaçant d'un point de vue « extérieur » à la société. Leur acte citoyen et actif va se satisfaire de l'écrit en tant qu'information ou écriture subversive. L'illusion d'une communication active recrée une certaine passivité du public.

Les discours enthousiastes sur l'avènement d'une véritable démocratisation de l'information doivent donc être temporisés. D'une part, si les blogs permettent un accès au savoir et un partage des connaissances accrus, une grande majorité de la population ne connaît pas ou ne s'intéresse pas à ces formes d'expression. Il s'agit du triple filtre et du biais informationnel qu'il engendre et que nous avons déjà évoqués. D'autre part, les libertés d'expression et de diffusion de contenu ne doivent ni cacher les cadres idéologiques dans lesquels elles s'inscrivent, ni une certaine passivité du public créée par l'écrit.

### *des représentations collectives qui recréent des codes et des normes pour la communication*

Nous venons de voir que la participation des citoyens à la diffusion des informations *via* leur blog crée de nouvelles relations entre les hommes en donnant du sens à leurs idéaux. Cela leur permet d'ancrer dans leur quotidien le monde virtuel qu'ils perçoivent. La représentation collective de ce journalisme citoyen est la condition nécessaire pour que sa réalité s'inscrive dans un code commun à tous et puisse faire l'objet d'une mise en commun. Les nouvelles structures de la communication participative font donc l'objet d'une appropriation par tous ceux qui en font partie, grâce à la mise en œuvre de codes et de règles qui organisent aussi bien la communication que le sentiment d'appartenance entre les acteurs. Il s'agit de faire de l'espace virtuel une représentation commune à une culture. Ces règles, ces codes sont à la fois techniques et sociaux. Les notions de « membres » (c'est-à-dire des individus qui utilisent les blogs, avec leurs profils et leurs portraits), mais aussi de « communauté » font partie intégrante des conventions.

Les possibilités techniques participent aux codes et aux règles de conduites qui font de la blogosphère un espace particulier et reconnaissable, un espace propice à faire émerger des appartenances électives. Ces marques d'appartenance sont d'autant plus nécessaires que les blogs actuels ont un certain pouvoir formatant. En effet, les

interfaces, afin qu'elles soient faciles à gérer, sont simples mais uniformes. Cela contraint, dans une certaine mesure, les usages et les pratiques d'écritures (Jeanne-Perrier, LeCam, Pélissier, 2005). Le texte se situe en colonne centrale tandis que les liens amis, les archives, le moteur de recherche et le portrait de l'utilisateur sont placés dans les colonnes de gauche ou de droite. Une certaine uniformisation due à une armature technique rigide contribue aux codes communs car cette structure devient une marque distinctive de son appartenance à la blogosphère.

Le lien hypertexte et les utilisations qui en sont faites font partie des éléments qui ont permis le succès des blogs. La lecture ne se réalise plus forcément de manière horizontale mais verticale, ce qui est une grande nouveauté car il est possible d'approfondir sa lecture et de réaliser un travail de *sourcing* et de vérification instantanée, bien que la « preuve par le lien » entraîne une circularité de l'information et une raréfaction des véritables sources en accroissant la redondance et le bruit informationnel. Certains internautes s'en servent d'ailleurs dans le but de réaliser une caisse de résonance (*buzz*). Toutefois, une des premières marques distinctives des blogs, par rapport à la presse en ligne traditionnelle qui n'est bien souvent qu'une copie de ce qui est reproduit sur le papier (Utard, 2001), est l'utilisation du lien hypertexte. Il est dans l'esprit des internautes un gage de crédibilité quand il renvoie aux sources, le nombre de sources étant pour certains internautes un critère de qualité (Paquet, 2002). Il permet de répertorier de nombreux sites comme ressources, mais aussi de recenser les blogs ou les sites amis, c'est-à-dire ceux appartenant à la même communauté. Ces liens sont donc nécessaires à la construction de l'identité du blogueur.

Des codes sociaux participent également à la création de l'identité du blogueur afin que celui-ci s'inscrive dans un réseau d'appartenance, une communauté qui le reconnaît.

La liste des sites amis est un premier indice comme nous l'avons vu. Jeanne-perrier, LeCam et Pélissier (2005) ont montré que les portraits dressés par l'auteur lui-même relevaient de différentes règles. Certains blogueurs s'affichent totalement par souci de notoriété, de crédibilité et afin de justifier leur projet de travail. D'autres utilisent des pseudonymes qui laissent une part d'ombre : des éléments sont cachés, mais subsistent des sous-entendus, des indices. Le pseudonyme agit dans un double sens : l'identité réelle cachée peut faire perdre en crédibilité, mais une nouvelle identité éditoriale et énonciative est investie : elle fait naître un imaginaire, une figure imagée ou imaginée et agit comme référent. Dans certaines communautés de la blogosphère – prenons l'exemple des personnes qui s'intéressent aux jeux vidéo – il est de bon ton d'utiliser un pseudonyme ayant trait au domaine et qui renvoie à

l'imaginaire de celui-ci : « *Toutes les stratégies de dénominations font émerger l'identité énonciative à l'initiative du site [...] La dimension indicielle de l'exercice est extrêmement forte, à travers des pleins (ce qui est dit), des creux (ce qui est caché ou laissé à deviner) et des déliés (ce qui est mis en lien)* » (Jeanne-perrier, LeCam et Pélissier, p. 176). Ainsi, la signature sous toutes ses formes d'un article reste-t-elle importante car elle façonne l'identité du membre. Selon la communauté à laquelle on essaye d'appartenir dans le but d'interagir avec les autres membres activement, il faut observer les codes de celle-ci et les respecter afin de gagner en crédibilité et obtenir des échanges informationnels prolifiques. La légitimité de l'animateur semble passer par la construction de son identité énonciative. Concernant le journalisme participatif, nous pouvons dire que l'anonymat du comité de rédaction traditionnel recule au profit d'une volonté assumée d'afficher une forme ou une autre d'identité.

De manière générale, les règles, qui font qu'un blog gagne en crédibilité concernent le référencement, l'audience ainsi que le niveau d'intégration dans la communauté à laquelle il appartient. Le blog doit être référencé par de nombreux moteurs de recherche, il doit être relié à d'autres sites par de nombreux liens hypertextes et son contenu doit être repris et commenté régulièrement. Autrement dit, il doit être lu et réaliser une certaine audience. L'audience comme règle n'est finalement pas tellement un élément différent des autres médias. La reconnaissance des pairs peut se juger par leur capacité à reprendre de l'information et à citer. Les informations fausses ou mensongères écartent en général rapidement le blogueur. On peut donc dire que la crédibilité et la légitimité reposent sur les vertus habituelles véhiculées par le journalisme traditionnel. Toutefois, étant donné que la vérification des faits à partir des liens hypertextes n'est pas une assurance en soi, décrire les choses correctement, être pertinent, rapporter honnêtement (Rosen, 2003) sont les principaux atouts qui font gagner en crédibilité.

Comme tout journal traditionnel, la relation de confiance s'établit avec le temps. Mais le blog a ceci de particulier qu'il faut de surcroît nouer le contact avec le lectorat de manière assidue. Autrement dit, la crédibilité s'acquiert par la lecture régulière et réciproque, par la publication de commentaires sur les autres blogs et par des réponses aux commentaires sur son propre blog. La relation se co-construit.

Les liens communautaires reposent en général sur le contrat tacite initial de l'échange d'information et de connaissances de manière réciproque et souvent gratuite. Le blog, dans cette acception, est donc bien une activité citoyenne qui implique autant qu'il lie. Cette règle

participe à la représentation collective d'une démocratisation et d'un accès au savoir pour tous.

Le but est donc clairement de tisser des liens entre les lecteurs et les animateurs. La conversation via le commentaire (Nilson, 2003) demeure fondamentale : il s'agit d'un texte qui mélange oral, langage parlé, informel et écrit littéraire, conventionnel et formel. Être près à la discussion et le montrer est primordial, le « Qu'en pensez-vous ? » que l'on retrouve sur bon nombre de blogs est d'ailleurs à cet égard significatif. D'une manière générale, l'identité du membre, son acceptation par la communauté dans laquelle il s'inscrit, se construit avec le ton, le style adopté. La plupart des adolescents qui ont un blog sur Skyblog écrivent de manière elliptique et abrégée – le langage sms. Il s'agit pour eux d'un tout cohérent qui leur permet de s'identifier entre eux. Il s'agit en quelque sorte d'une marque de fabrique (Trédant, 2005).

### *la blogosphère, un espace virtuel éclaté en de nombreuses communautés*

Chaque communauté génère donc ses règles propres, mais qui ne s'éloignent quasiment pas des règles que l'on retrouve dans la vie réelle. Notons que la plupart des communautés sont relativement fermées sur elles-mêmes. De nombreuses études montrent que la blogosphère n'est pas homogène ; elle est composée de sous-ensembles qui ne sont pas toujours rattachés les uns aux autres, une certaine clôture informationnelle réside. Autrement dit, les liens ouverts allant d'une communauté à une autre sont quasiment inexistantes. Prenons l'exemple des blogs politiques<sup>16</sup>, nous l'avons vu également lors de la campagne pour l'adoption de la Constitution européenne<sup>17</sup>, les blogs formés par les partisans du « non » n'avaient quasiment aucun lien vers les partisans du oui, et inversement.

La structuration éclatée de la blogosphère peut nous faire nous interroger sur l'expression même de blogosphère. Si elle ne forme pas une unité, que signifie-t-elle ? Désigne-t-elle un réseau, une pratique, un mode d'écriture, des outils et leur utilisation commune ? Le réseau offre une géographie fragmentée. Les modes d'écriture ne sont pas non plus unifiés. Nous avons vu que de nombreux secteurs (économique, industriel, artistique) utilisent le blog, mais les besoins et les objectifs sont différents, certains étant des répertoires de liens, d'autres des blogs thématiques ou d'actualité, et pour d'autres, des journaux intimes. La pratique et les outils communs sont sans doute les modalités qui définissent le mieux les blogueurs et donc, par agrégation, la blogosphère. Il s'agit, d'une part, de l'attitude, celle d'écrire régulièrement des billets

avec le sentiment qu'il s'agit d'un moyen d'expression libre : nous retrouvons le processus qui institue les représentations collectives. D'autre part, le blog considéré dans sa structure technique (liens croisés, syndication du contenu par le RSS, possibilité de commentaire en fin de billet, *trackback*, profil utilisateur, colonne du milieu texte), structure que nous avons déjà qualifiée d'uniforme, permet de considérer les blogs sous un référent commun. D'ailleurs, on pourrait se baser sur les moteurs de recherche de blogs pour définir la blogosphère. Les moteurs de blogs, comme Technorati ou Blogpulse, référencent les outils qui ont la structure du blog comme on l'a défini ; ils participent à la création d'une frontière à la blogosphère, même si tous les blogs ne sont pas indexés. Les plateformes d'hébergement de blogs (Sky-blog, Over-blog, etc.) qui offrent de l'espace aux internautes et leur simplifient les modalités de création de leur blog contribuent à définir ce qui relève de la blogosphère en leur apposant la dénomination même de blog.

Ainsi « *la blogosphère dépend plus du mythe et ses discours que de l'existence réelle d'une communauté* » (Le Romanais, 2004). On ne peut la qualifier avec certitude d'« unifiée », de nombreuses sous-communautés étant créées. La forme reste un élément qui rattache les blogs entre eux, mais nous pensons que les représentations collectives permettent également la mise en place d'un processus tautologique d'auto-réalisation : appartient à la blogosphère celui qui a le sentiment de bloguer (bloguer étant un moyen d'expression « libre » par définition « dans » les représentations collectives).

Il nous faut enfin discuter du bien fondé d'une analyse généralisante du phénomène des blogs. Nous avons vu que le discours commun et les représentations collectives font du phénomène un ensemble social totalement homogène. Or, il convient de bien distinguer les différents âges des auteurs et les différentes communautés qui contribuent à créer un espace hétérogène. Prenons par exemple la plate-forme Skyblog, qui peut être apparentée à une grande communauté d'adolescents : cette communauté virtuelle viendrait compléter l'ancrage géographique et une structure physique première de sous-communautés d'adolescents qui se connaissent en général déjà (Trédan, 2005). Le blog est dans ce cas un renforcement identitaire et le moyen de mettre en place une sphère privée via Internet au sein de l'espace familial renforçant l'autonomie relationnelle de la famille. Mais ceci est permis par la plateforme de Skyblog qui est très particulière (RSS et moteur de recherche absents, nombre de liens amis limités) et qui offre peu d'ouvertures sur l'extérieur, ce qui biaise des conclusions généralisables à tous les blogs. Skyblog est donc tout à fait différente des possibilités d'autres plateformes comme

SixApart, Over-Blog, qui sont beaucoup plus ouvertes sur l'extérieur (nombre de liens externes illimités, moteur de recherche, indexation dans les grands meta-moteurs).

De manière générale, les liens qui se tissent entre blogs ne nécessitent pas forcément d'ancrages territoriaux comme pour Skyblog, mais sont au moins liés par une cause commune (*hobby*, secteur économique, etc.). Le blog est alors une structure de proximité relativement fermée sur elle-même. Cette perspective nous éloigne d'une logique ensembliste, les blogs se construisant en réseaux indépendamment des uns et des autres et transposant le même processus communautaire de proximité que celui que les individus connaissent dans la vie réelle : adaptation aux règles communes, période transitoire pour faire ses preuves (qualité de l'information sur le blog, commentaires laissés sur les autres blogs), mise en relation avec d'autres membres de la communauté (liens réciproques vers les blogs de la communauté). L'autonomie informationnelle des individus est donc contrainte par ces cadres. Nous pensons que cette hétérogénéité ne doit pas masquer le fait que la participation – comme résistance active – des individus aux structures sociales n'est possible que s'ils dépassent la clôture informationnelle, cognitive et organisationnelle qui caractérise la réalité des blogs aujourd'hui.

Enfin, notons que dans chaque sous-communauté, il existe en général des blogs centraux qui font office de leaders et fédèrent : l'information gravite autour d'eux et la circularité de l'information ramène vers eux. Seuls quelques blogs dans chaque communauté, pour des raisons qui appartiennent à chacune d'elles, seraient sélectionnés selon une procédure évolutionniste darwinienne et émergeraient de la multitude. Ajoutons à cela que la géographie éclatée de la blogosphère fait que chaque sous-communauté a une audience limitée : ainsi, la plupart des blogs n'auraient donc qu'une faible audience et incidence sur les représentations collectives. Or, si on se place non plus au niveau du contenu de l'information, mais à un niveau où notre critère est le temps passé à rédiger et à actualiser les blogs, alors on se rend compte que l'impact sociétal de l'ensemble des blogs n'est pas négligeable. La plupart des blogs créés sont lus dans un contexte de proximité communautaire. Mais le temps passé à la création et à l'actualisation de ces blogs a une incidence sur la société dans son ensemble et notamment sur les comportements de lecture et d'écriture. Le temps est un facteur qui implique la structure sociale dans son ensemble dès lors que l'on a un média qui est utilisé en masse, quels que soient le contenu des créations individuelles et leur audience. La question est de savoir au détriment de quoi se fait le temps passé à bloguer.



La communication participative, au travers des règles que nous avons évoquées (le droit au commentaire, les maillages de liens hypertextes qui renvoient aux sources et précisent de manière verticale la pensée, la communauté dans laquelle le membre s'inscrit, les liens vers d'autres blogs) organise à son tour l'espace virtuel en un espace social d'information. Nous avons vu que la diffusion d'information est une médiation en faisant de l'espace virtuel (la blogosphère) un lieu de l'appropriation singulière des représentations collectives par la notion de journalisme citoyen : la communication agit sur la réalité sociale des individus *à l'intérieur* de cet espace virtuel. Nous pouvons ajouter également que le discours de la communication *sur* l'espace virtuel organise celui-ci en un espace qui permet l'appropriation singulière des représentations collectives de l'espace et des idéaux (et qui agissent à leur tour sur la réalité sociale des individus). Ceci est clairement visible par l'apparition d'un vocabulaire et de néologismes ayant trait à l'espace, mais aussi aux idéaux sous-jacents : village global, cyberdémocratie, blogosphère, agora virtuelle, forum citoyen, etc. Ainsi, les représentations collectives influencent-elles la réalité sociale par le biais de l'espace virtuel et de la communication à l'intérieur de celui-ci et sur celui-ci.

*l'espace virtuel :  
opportunité pour une société individualiste ?*

Si nous admettons que nous vivons dans une société individualiste, l'espace virtuel ne serait-il pas le lieu par excellence où les représentations collectives pourraient se former et s'affermir, expliquant en même temps le succès des blogs auprès du public ?

Il semble admis que l'individu anonyme trouve un moyen de faire entendre sa voix grâce à l'évolution d'Internet et le développement des blogs alors qu'il restait, jusqu'à présent, principalement passif devant les autres médias. Pourtant, Internet a ceci de paradoxal qu'il favorise un mouvement d'unification et de fragmentation de l'information traduisant une complexité croissante (Pélissier, 2002) – mouvement fortement lié à l'évolution sociétale et accentué par Internet. Les individus connaissent d'un côté un renforcement de l'individualisme et un besoin fort d'autonomie informationnelle et, d'un autre côté, le renforcement de la dépendance informationnelle (du fait d'une spécialisation de l'information croissante et de la multiplication des informations) et le besoin d'une intelligence collective.

Les blogs pourraient être assimilés comme un palliatif à la solitude mécanique engendrée par l'individualisme et la spécialisation. Le journalisme citoyen et les blogs permettraient de surcroît de ne pas briser

de manière brutale cet individualisme car le lieu de rencontre est virtuel, l'interaction est non physique. Nous pouvons donc supposer que, dans notre société, les nouveaux moyens d'expression d'Internet font de l'espace virtuel (la blogosphère) dans lequel ils sont ancrés, un atout pour imposer les représentations collectives dans le quotidien.

Nous posons l'hypothèse selon laquelle, tout lieu de rencontre, aussi virtuel soit-il nécessite une sociabilité sans laquelle la rencontre n'est que conflit. Dans le cas que nous étudions, nous admettrons que la sociabilité relève alors d'un ensemble de conduites, de représentations et de pratiques par lesquelles sont reconnues chez une personne son appartenance à la sphère du journalisme participatif, à la blogosphère et sa capacité à se développer et à se mouvoir dans celle-ci. Cet ensemble de conduite et de codes communs que nous évoquons et sans lequel l'espace de rencontre et d'échange n'est pas possible, ne serait-il pas finalement une entrave à l'espace de liberté annoncé ?

La médiation tend à faire oublier l'individualité pour s'inscrire dans des structures sociales reconnues car tous les éléments irréductibles à la vie sociale, c'est-à-dire tous les éléments qui engendrent un conflit et une incompréhension dans la communication (injures gratuites, informations considérées fausses, langage personnel inventé, frontières linguistiques irréductibles) ; même si les blogs permettent leur diffusion, l'audience restera limitée. Il existe donc un refoulement de ce qui ne cadre pas avec la vie sociale (Lamizet, 1997). Une logique collective se met en place dans le sens où les individus chacun de leur côté intègrent les codes qui leur permettent d'être lus et entendus.

La médiation dialectique d'un journalisme citoyen entre le singulier et le collectif suppose l'oubli du singulier pour la mise en œuvre d'une forme collective d'appartenance, c'est un des moyens de dépasser la solitude prégnante de notre société : les représentations collectives que nous avons mises en évidence dans la partie précédente, attestent de cette volonté populaire d'être acteur des moyens de communication. Le blog et le journalisme citoyen font donc intervenir des valeurs que nous avons déjà évoquées et dans lesquelles les individus se reconnaissent et se revendiquent : on tend alors vers une forme de médiation qui fait intervenir des codes et des règles collectifs admis. Le discours sur les blogs, contrairement aux idéaux de liberté d'expression et d'information qu'ils convoquent a priori, ne devrait donc pas éluder les structures sociales nécessaires qui recouvrent et englobent les individus ; elles surdéterminent les individus au détriment d'une autonomie de l'information telle que le promet le discours courant imprégné des idéaux fixes que nous avons décrits.

## Conclusion

Le discours commun sur le blog, nouveau moyen de communication, est imprégné de représentations collectives qui se basent sur des idéaux fixes. Ainsi l'apparition des blogs et leur développement spectaculaire témoignent-ils bien de l'enthousiasme qui accompagne régulièrement la naissance de tout nouveau média.

Or la « blogosphère » est sans doute l'espace virtuel par excellence dans lequel de tels idéaux pouvaient se développer, cette tendance étant notamment accentuée dans une société de type individualiste. Les individus trouvent en effet là un moyen d'être actifs, de participer davantage à la vie sociale. Pourtant, leur participation à l'ensemble de la structure sociale n'est pas celle qu'ils croient parce que :

1. leurs représentations collectives, par surdétermination, créent des normes et des codes communs auxquels ils ne peuvent se résoudre. Ceci est antinomique à l'idéal d'autonomie, de liberté d'expression et d'information ;

2. quel que soit le contenu de ce qu'ils diffusent et l'audience de leur blog, c'est le temps passé dans son ensemble et le détachement critique (passivité recrée par l'illusion d'une communication active et d'un écrit subversif) qui influent sur la société ;

3. enfin, il convient d'admettre que la blogosphère est, pour le moment, encore mal définie, éclatée en différentes communautés. Les intérêts des uns et des autres s'inscrivent d'abord dans une logique de proximité et de clôture informationnelle ■

## Notes

1. Le terme « blog » est issu de la contraction des mots *web* et *log* en anglais (*weblog*). Le raccourci utilisé est *blog*. Le « blog » signifie en anglais « journal » ou « carnet de bord ». En français, on trouve parfois aussi le terme « blogue ».
2. En réalité, dès 1993, les premiers blogs sont apparus sur Internet, mais ils n'étaient pas encore nommés de la sorte. C'est en 1997 que John Barger va leur donner le nom de *weblog*. Il reviendrait à Tim Berners Lee d'avoir créé le premier blog « What's new ». Celui-ci répertoriait uniquement des sites (Blood, 2000) (Le Cam, 2003).
3. Le moteur de recherche Technorati est une référence en matière de recherche de blogs. Toutefois, il indexe peu de blogs non anglo-saxons. On peut donc penser que le chiffre ne représente pas la totalité des blogs. Il semble aujourd'hui difficile d'avoir des chiffres exacts et des statistiques poussées sur les blogs. Certaines plateformes de blogs refusent les indexations (Skyblog par exemple en France) et il est très difficile de comptabiliser le nombre de blogs réellement actifs. En effet, la plupart sont délaissés rapidement par leur auteur. Technorati avance dans cette acception le chiffre suivant : « 13.7 million bloggers are still posting 3 months after their blogs are created ». On pourra ainsi se

reporter à : [www.technorati.com/weblog/2006/02/81.html](http://www.technorati.com/weblog/2006/02/81.html)\_On pourra également consulter : <http://inforizon.blogs.com/veille/statistiques> ainsi que [www.atelier.fr/etudes,14,60,millions,blogs,net-30451,30450.html](http://www.atelier.fr/etudes,14,60,millions,blogs,net-30451,30450.html).

Ces articles montrent que l'Europe comptabiliserait – selon les chiffres de Le Meur (personnalité du monde des blogs en France et à l'international, à la tête de Six Apart Europe (TypePad, Movable Type) et organisateur de l'évènement LesBlogs qui vient d'avoir lieu en décembre à Paris) – quelque 6 millions de blogs, et que le nombre de blogs dans le monde s'établirait dans une fourchette très large : entre 15 et 60 millions de blogs sans préciser le nombre de blogs actifs. En revanche, toutes les études s'accordent pour dire qu'il y a bien une augmentation constante du nombre de blogs. Le nombre de blogs doublerait ainsi tous les cinq mois.

4. Nous reprenons le terme d'« animateur » (Jeanne-Perrier, LeCam, Pélissier, 2005, p. 162) qui « permet de conserver une certaine neutralité par rapport à l'usage de termes tels qu'éditeur, auteur, amateur ou journaliste ».
5. L'expression « journalisme citoyen » est très discutée dans les débats qui ont lieu sur Internet : le terme de « journalisme » autant que le terme de « citoyen » ne font en effet guère l'unanimité. Le terme « journalisme », qui affiche une fonction, est souvent remplacé par le terme plus général « médias », qui se situe dans le registre plus large des moyens de communication. On trouve alors « média citoyen » (emprunt de *citizen media*). La critique récurrente qui concerne le terme « citoyen » est son utilisation comme adjectif alors qu'il s'agit d'un substantif ; certains commentateurs prônent l'utilisation de « civique ». Mais ce dernier terme semble justement buter contre de fortes représentations collectives : l'adjectif ne semble pas relever de sa définition simple « relatif au citoyen », mais intègre une connotation relative au droit (peut-être est-ce dû à l'expression droits civiques). On perçoit alors dans ces difficultés sémantiques toute la problématique concernant les représentations collectives, le besoin qu'elles ont de s'investir dans des expressions tout en intégrant l'existant et la nouveauté.
6. [www.technorati.com/weblog/2006/02/81.html](http://www.technorati.com/weblog/2006/02/81.html).
7. Contrairement à la télévision ou à la radio, où l'information centralisée va de l'« un » vers le « plusieurs », le blog permet une diffusion décentralisée du « plusieurs » vers le « plusieurs ».
8. « Il y a un an, naissait La Tribu du Verbe. Cette initiative, mue par un écuelement devant le manque "d'information citoyenne" et la désinformation des médias de masse, a connu plusieurs changements cette année. » (Jeanne-Perrier, LeCam, Pélissier [2005, p.178]).
9. On lit sur le site à l'origine de la constitution d'Action-Critique-Médias (Acrimed) un Appel pour une action démocratique sur le terrain des médias : « Nous soussignés, citoyens, responsables associatifs, politiques et syndicaux, intellectuels et chercheurs, journalistes, voulons réagir à la manière détestable dont la plupart des rédactions des grands médias rendent compte de la réalité. [...] Persuadés que la démocratie court un grand risque quand la population est privée de la possibilité de se faire entendre et comprendre dans les grands médias, en particulier lorsque la situation sociale est tendue et la nécessité du débat plus vive » ([www.acrimed.org/article41.html](http://www.acrimed.org/article41.html)).
10. On lit sur le site dans la rubrique Registration : « Welcome to the revolution in the culture of news production, distribution, and consumption. Say Good bye to the backwards newspaper culture of the 20th century. »  
[http://english.ohmynews.com/member/member\\_step1.asp?](http://english.ohmynews.com/member/member_step1.asp?)

11. [www.agoravox.fr/article.php3?id\\_article=61](http://www.agoravox.fr/article.php3?id_article=61).
12. [www.loiclemeur.com/france/2005/09/les\\_blogs\\_contr.html](http://www.loiclemeur.com/france/2005/09/les_blogs_contr.html).
13. [www.loiclemeur.com/france/2005/12/nicolas\\_sarkozy\\_1.html](http://www.loiclemeur.com/france/2005/12/nicolas_sarkozy_1.html).
14. [www.pointblog.com/netizen](http://www.pointblog.com/netizen).
15. <http://passouline.blog.lemonde.fr/livres>.
16. [www.agoravox.fr/article.php3?id\\_article=6859](http://www.agoravox.fr/article.php3?id_article=6859).
17. [www.utc.fr/rtgi/index.php?rubrique=1&sousrubrique=0&study=constitution](http://www.utc.fr/rtgi/index.php?rubrique=1&sousrubrique=0&study=constitution).

### Références bibliographiques

- BLOOD R. (2000), *Weblogs : a history and perspective*  
[www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html).
- BROWMAN S. & C. WILLIS (2003), « We the media. How audiences are shaping the future of news and information », in *NDN Research Report*, juillet.  
[www.mediacenter.org/pages/mc/research/we\\_media](http://www.mediacenter.org/pages/mc/research/we_media).
- DE ROSNAY J. (2005), *La révolte du proNetariat. Des mass média aux médias des masses*, Paris, Fayard.
- FOUCAULT M. (2004), *Naissance de la Biopolitique*, Paris, Gallimard/Seuil, Hautes Études.
- GILLMOR D. (2006), *From Dan : A Letter to the Bayosphere Community in Bayosphere*, 24 janvier. [http://bayosphere.com/blog/dan\\_gillmor/20060124/from\\_dan\\_a\\_letter\\_to\\_the\\_bayosphere\\_community](http://bayosphere.com/blog/dan_gillmor/20060124/from_dan_a_letter_to_the_bayosphere_community).
- GILLMOR D. (2004), *We the Media, Grassroots Journalism By the People For the People*, O'Reilly.
- HACKING I. (2001), *Entre Science et réalité, la construction sociale de quoi ?*, Paris, Éditions la Découverte.
- HUME D. (1758), *Enquête sur l'entendement humain*, Paris, Flammarion, collection GF.
- JEANNE-PERRIER V., F. LE CAM & N. PÉLISSIER (2005), « Les sites web d'autopublication ; observatoires privilégiés des effervescences et des débordements journalistiques en tous genres », in R., Ringoot, & J-M., Utard, (Ed.), *Le journalisme en invention*, Presses Universitaires de Rennes, pp. 161-202.
- LAMIZET B. (1997), *Dictionnaire encyclopédique de la communication*, Ellipses, Paris.
- LASICA J. (2002a) « Blogging as a form of journalism », in *Online Journalism Review*, 24 Mai. [www.ojr.org/ojr/workplace/1017958873.html](http://www.ojr.org/ojr/workplace/1017958873.html).
- LASICA J. (2002b) « Weblogs : A new Source of News », in *Online Journalism review*, 18 avril. [www.ojr.org/ojr/workplace/1017958782.php](http://www.ojr.org/ojr/workplace/1017958782.php).
- LE CAM F. (2003), *Les carnets (weblogs), une piste pour l'expression citoyenne locale ?* Deuxième Workshop de M@rsouin 4&5 décembre, ENST Bretagne, Brest. [www.marsouin.org/IMG/pdf/FLC\\_S2C3\\_norm.pdf](http://www.marsouin.org/IMG/pdf/FLC_S2C3_norm.pdf).
- LE GENDRE B. (2005), « La blogosphère contre les médias », *Le Monde*, 25 mai.

- LE MEUR L. (2005), « Les blogs contre le journalisme ? », in *Le Meur Blog*, septembre.  
[www.loiclemeur.com/france/2005/09/les\\_blogs\\_contr.html](http://www.loiclemeur.com/france/2005/09/les_blogs_contr.html).
- LE ROMANAIS (2004), « La blogosphère : une communauté de pratiques ? » M@rsouin.  
[www.expert.infini.fr/La-blogosphere-une-communaute-de](http://www.expert.infini.fr/La-blogosphere-une-communaute-de).
- LE ROUX A. (1999), « Idéologie et science », in *Traité de philosophie économique*, A., Leroux & A. Marciano (Ed.), Paris, De Boeck.
- MAIGRET E. (2004), *Sociologie de la communication et des médias*, Armand Colin, Paris.
- McLUHAN M. (1967-1962), *La Galaxie Gutenberg*, Montréal, Éditions Hurtubise/HMH.
- MUHLMANN G. (2004), *Du journalisme en démocratie*, Paris, Éditions Payot & Rivages.
- NILSSON S. (2003), A brief overview of the linguistic attributes of the blogosphere.  
[www.eng.umu.se/stephanie/web/blogspeak.pdf](http://www.eng.umu.se/stephanie/web/blogspeak.pdf).
- PAQUET S. (2002), « Personal knowledge publishing and its uses in research », in *Seb's open research*.  
<http://radio.weblogs.com/0110772/stories/2002/10/03/personalKnowledgePublishingAndItsUsesInResearch.html>.
- PATINO B. & J.-F. FOGEL (2005), *Une presse sans Gutenberg*, Paris, Grasset.
- PÉLISSIER N. et al. (2004), « L'information en-ligne : un nouveau paradigme pour le journalisme ? », in Le Bœuf C. (dir.), *Pragmatique des communications instrumentées*, Paris, L'Harmattan, pp. 21-63.
- PÉLISSIER N. (2002), « La plume dans la toile : l'identité des journalistes à l'épreuve des nouveaux réseaux numériques », in *Médiamorphose*, n°4, INA/PUF.  
[http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic\\_00000144.html](http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00000144.html).
- ROSEN J. (2003), « What's conservative about the weblog form in journalism ? », in *Pressthink*, 17 octobre.  
[http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2003/10/17/conserv\\_ten.html](http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2003/10/17/conserv_ten.html).
- ROSEN J. (2004) « Blogging is not journalism », in *Blogging, Journalism and Credibility*, Harvard. <http://cyber.law.harvard.edu/webcred>.
- ROSEN J. (2004), « Brain food for BloggerCon : journalism and weblogging in their corrected fullness », in *Pressthink*, 16 avril.  
[http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2004/04/16/con\\_prelude.html](http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2004/04/16/con_prelude.html).
- TRÉDAN O. (2005), « Les Weblogs dans la Cité, entre quête de l'entre-soi et affirmation identitaire », in *Cahier de recherche, M@rsouin*, juin 2005, n°6.
- TRÉDAN O. (2004), *Peut-on parler de «blogosphère» ?* M@rsouin.  
[www.expert.infini.fr/Peut-on-parler-de-blogosphere](http://www.expert.infini.fr/Peut-on-parler-de-blogosphere).
- UTARD J.-M., (2001), « Du contenu aux interactions discursives. Les enjeux de l'analyse du discours des médias », in D. Georgakagis & J.-M. Utard (dir.), *Sciences des médias. Jalons pour une histoire politique*, Paris, L'Harmattan, pp. 159-178.