



Thierry VEDEL

est chercheur CNRS au Centre de recherches politiques de Sciences-Po (Cevipof).

Blogs politiques : vraie ou fausse révolution ?

Apparus en France depuis la fin 2003, les blogs sont aujourd'hui l'une des applications les plus populaires de l'internet, à la fois par leur nombre (on en compterait plus de 6 millions dans notre pays) et par l'attention que les médias leur portent. Pour la première fois dans l'Histoire, chacun dispose désormais d'une capacité de communication instantanée et universelle à coût quasi nul. Le succès des blogs semble témoigner d'une aspiration à une nouvelle division du travail entre producteurs et consommateurs d'information.

Les blogs apparaissent comme une contestation des formes traditionnelles de la médiation politique. Ils remettent en cause le rôle et la légitimité des journalistes, experts et intellectuels en tous genres qui expriment des idées et des opinions dans notre société. Ils peuvent également favoriser des relations plus directes et interactives entre gouvernants et citoyens.

Un blog s'apparente à un site web simplifié, offrant de courts textes (appelés billets) présentés dans un ordre chronologique. A la différence d'un site web, la création d'un blog n'exige pas de compétences techniques. De nombreuses plates-formes fournissent les outils pour créer des blogs et les hébergent gratuitement. Enfin, les blogs sont basés sur l'interactivité : les lecteurs peuvent commenter les billets et les blogueurs établissent des liens réciproques entre leurs blogs. Les blogs semblent non seulement démocratiser l'expression des individus, mais ils sont également susceptibles de favoriser de nouvelles formes de communication entre individus, quelque part entre la logique plutôt verticale des sites web et la logique horizontale des forums de discussion.

Parmi les millions de blogs qui existent en France, on peut repérer différents types en fonction de leurs contenus et des relations qu'ils établissent avec leur public ¹ :

- les blogs centrés sur le récit de soi (du type journal intime) s'appuyant sur un réseau social en étoile, peu ouverts sur le reste de la blogo-sphère et touchant un public très faible ;
- les blogs centrés sur la description d'un environnement familial (blogs familiaux ou adolescents) reposant sur des relations de type clan ;

- les blogs centrés sur des hobbies ou des thèmes particuliers (blogs de fans, de collectionneurs, de passionnés d'une pratique), instaurant des échanges intenses au sein d'une petite communauté de lecteurs ;
- les blogs centrés sur l'échange d'opinions politiques reposant sur un réseau polarisé et constituant de micro-espaces publics. Cette dernière catégorie, qui rassemble les blogs politiques, ne constitue qu'une toute petite part de la blogosphère et le nombre de blogs politiques se situe probablement entre dix et vingt mille ².

Toirs types de blogs politiques

Les blogueurs politiques constituent un groupe sans doute très hétérogène. Comme se le demande l'un d'entre eux, s'agit-il de « *voix découragées de n'être pas prises en compte par les organes « représentatifs » (partis politiques, syndicats) ? (...), d'une net-bourgeoisie, rompue aux nouvelles technologies ? De rejets naturels d'une société qui promeut l'individualisme plutôt que l'action collective ?*

De « libres-penseurs » soucieux d'apporter leur contribution au débat collectif ? Ou, à l'inverse, des spécialistes du double-langage, qui s'achètent une bonne conscience en usant, voire en abusant, d'une parole qui contredit ou compense leur action dans la vraie vie ?³».

En dépit de cette grande diversité, on peut néanmoins ranger les blogs politiques en trois groupes.

Les blogs de responsables politiques relèvent essentiellement d'une logique de modernisation de la communication politique. Ils peuvent résulter – surtout dans le cas d'élus locaux – de l'incapacité à accéder aux grands médias. Il peut s'agir, en jouant du caractère plutôt intimiste des blogs, de s'affranchir de la langue de bois qu'on reproche si souvent aux responsables politiques et d'humaniser son image (comme le montrent les blogs d'Alain Juppé ou de Julien Dray) ; ou alors d'affirmer sa modernité. Dans tous les cas, ces blogs affichent une volonté d'écoute des citoyens, d'instauration d'une relation plus directe avec ceux-ci.

Les blogs d'experts émanent de journalistes, d'universitaires, de consultants ou professionnels de l'internet. Ils sont généralement peu partisans et s'efforcent de proposer un éclairage original sur l'actualité. Ces blogs tirent leur force des connaissances spécialisées de leurs auteurs et de leurs talents rédactionnels. Parce que leur métier est de manipuler des ressources informationnelles, ces experts savent identifier de bons sujets et rédiger des billets incisifs. Ils peuvent par ailleurs consacrer beaucoup plus de temps que d'autres à sa production.

Il y a enfin **les blogs dits citoyens** émanant d'individus n'ayant pas une relation professionnelle ou institutionnelle à la politique. Caractériser sociologiquement ces blogueurs est difficile car ils écrivent souvent de façon anonyme et ne donnent que peu d'indications sur eux. Néanmoins, en se basant sur les rencontres qui sont parfois organisées entre blogueurs citoyens ⁴, on peut penser qu'il s'agit surtout d'hommes, entre 25 et 45 ans, et plutôt urbains. Les blogueurs citoyens sont peu représentatifs de la population française. Ecrire un blog est chronophage et réclame une certaine maîtrise de l'écriture. Il y a peu de blogs d'infirmières, de boulangers ou d'ouvriers, mais beaucoup de blogs d'étudiants, de professeurs ou de cadres d'entreprise.

Beaucoup de blogs citoyens se consacrent essentiellement au commentaire de l'actualité politique, sur un mode affectif (« j'aime ou j'aime pas ») et marqué par l'immédiateté. Les billets portent surtout sur des faits mis en avant par les médias et « la politique politicienne ». La politique étrangère ou l'actualité des pays étrangers sont beaucoup moins traitées, sauf événement brûlant. Quelques blogs citoyens informent sur la vie politique d'une ville ⁵. Plus récemment, la campagne électorale de 2007 a donné lieu à des blogs de soutien ou d'opposition à des candidats. Ces derniers s'efforcent même de favoriser ces blogs qu'ils perçoivent comme un moyen de démultiplier leur message dans l'opinion. Beaucoup plus rares sont les blogs citoyens visant à promouvoir ou à défendre une cause particulière.

Un contournement des « vieux » médias ?

On voit souvent dans les blogs un vecteur qui permettrait de contourner les médias traditionnels, sinon de se passer de ceux-ci. Grâce aux blogs, il serait possible de diffuser des informations ou des analyses qui n'apparaissent pas dans la presse écrite ou à la télévision. On échapperait ainsi à la sélection des nouvelles que les médias – faute d'espace, de temps ou par orientation politique – opèrent, ce que les sociologues appellent la fonction de *gate-keeping* des médias.

Dans les faits, plutôt que de remettre en cause les médias, les blogs politiques semblent se développer dans une relation d'interdépendance avec ceux-ci. D'un côté, les blogs dépendent des médias traditionnels. Ils se nourrissent de la matière que ces derniers publient pour la commenter. Très peu de blogs apportent des informations inédites. Par ailleurs, la visibilité et la popularité des blogs politiques sont d'autant plus fortes que ceux-ci sont cités ou mentionnés par les médias traditionnels. Lorsqu'un billet de blog est mentionné dans *Le Monde*, sa fréquentation augmente très fortement.

D'un autre côté, les blogs sont parfois amenés à exercer un rôle de veille critique sur les médias. Ils sont en quelque sorte les chiens de garde du chien de garde auquel on assimile souvent la presse. Ainsi, le 8 septembre 2004, dans les heures suivant la diffusion du magazine *60 minutes* sur CBS, au cours duquel il avait été fait état de documents mettant en cause la conduite de George Bush lors de la guerre du Vietnam, plusieurs blogs ⁶ ont établi que ces documents étaient des faux, obligeant la chaîne CBS à présenter ses excuses. Les blogs permettent également d'instaurer de nouvelles relations entre les médias et leurs lecteurs : ils servent à mieux connaître les réactions des lecteurs ; ils fidélisent les publics des journaux en servant de support à des communautés de lecteur.

Pour autant, même si les blogs peuvent être un instrument pour prendre le pouls de l'opinion, ils n'exercent pas véritablement un effet d'agenda en faisant émerger de façon autonome les questions autour desquelles le débat politique se structure.

Qui lit les blogs politiques ?

Une enquête de l'Ifop ⁷, réalisée en novembre 2006 auprès d'un échantillon représentatif des internautes français, fournit quelques données. 10 % des internautes visitent un blog souvent ou de temps en temps. Les blogs des personnalités politiques sont les plus populaires (8 % des internautes les visitent contre 5 % pour les blogs de citoyens). Les lecteurs de blogs politiques aiment leur liberté de ton (56 % d'entre eux). Seulement 13 % des internautes qui visitent un blog politique le font pour manifester leurs convictions ou pour soutenir un parti politique. On

va sur des blogs politiques avant tout pour lire des informations qu'on considère à tort ou à raison différentes, plus que pour s'exprimer.

Cette enquête montre surtout que le profil des lecteurs de blogs politiques est très typé et peu représentatif de l'ensemble des citoyens. La propension à visiter des blogs politiques est d'autant plus forte qu'on est un homme, qu'on habite en Ile-de-France et qu'on s'intéresse à l'actualité politique. La quasi-totalité des personnes peu politisées délaisse les blogs politiques. En revanche, l'âge joue peu sur la fréquentation des blogs politiques. On retrouve ici un phénomène qu'on constate pour l'ensemble de l'internet. Les internautes qui utilisent l'internet à des fins politiques, que ce soit pour s'informer, débattre, voire même militer, sont bien plus politisés et disposent d'un capital culturel plus élevé que les autres internautes.

Un vrai renouvellement du débat ?

Les blogs offrent un nouveau support à des conversations politiques. Pour autant, un débat politique ne peut pas être un simple échange d'opinions. Il suppose que chacun de ses participants ne se contente pas de dire ce qu'il pense, mais s'efforce de comprendre les arguments des autres pour parvenir à la définition d'un intérêt général qui transcende les opinions individuelles.

De ce point de vue, il n'est pas sûr que les blogs favorisent un authentique débat politique. Les blogs tendent à exacerber l'individualité. Ils conduisent à une profusion de micro-communautés de citoyens, fondées sur la proximité d'opinions ou la sympathie intellectuelle, et qui ne communiquent pas forcément en dehors d'elles-mêmes. Les internautes lisent et commentent les billets de blogueurs qui leur ressemblent ; les blogueurs référencent les liens de blogs qui partagent leur sensibilité.

Les blogs pourraient même générer une frustration chez les citoyens. Ils donnent à chacun le pouvoir de s'exprimer, mais non celui d'être entendu. Au contraire, en multipliant les canaux d'expression, les blogs rendent plus difficile l'écoute des citoyens. On l'a vu durant la crise du CPE, où le sentiment de parler dans le vide était très répandu sur internet.

En fin de compte, les blogs fragmentent davantage l'espace public qu'ils ne le revitalisent. S'ils outillent l'expression citoyenne, ils n'apportent pas de solution au problème si difficile de la construction du contrat social. Il reste à inventer, à côté des blogs, d'autres applications qui permettraient d'agréger les multiples voix qui s'expriment à travers eux en une raison collective.

1. Cardon D. et Delaunay-Teterel H. (2006). « La production de soi comme technique relationnelle. un essai de typologie des blogs par leurs publics ». Réseaux. Vol. 24, n° 138, pp. 15-71.
2. Une liste de blogs politiques est disponible sous la forme d'un wiki (site auquel chacun peut contribuer) à :
http://www.placedelademocratie.net/mediawiki/index.php?title=R%E9pertoire_des_blogs_politiques
3. Les blogs changent-ils la politique ? Billet du 25 novembre 2006 sur le blog Carnets de nuit
http://carnetsdenuit.typepad.com/carnets_de_nuit/2006/11/les_blogs_chang.html.
4. Comme par exemple la République des blogueurs qui rassemble le dernier mercredi de chaque mois à Paris, les blogueurs citoyens.

5. Comme par exemple <http://www.monputeaux.com/> devenu célèbre à la suite d'un procès intenté par la municipalité à son auteur.
6. Dont Little Green Football (<http://www.littlegreenfootballs.com/weblog/>) et Power Line (<http://www.powerlineblog.com/>).
7. Ifop, Enquête Ifop-Panel Maximiles sur les pratiques politiques sur l'internet. Paris. 14 décembre 2006.