

Politiques de communication



N° 6 ● PRINTEMPS 2016

DOSSIER

Des « vraies gens »
aux « followers »

Conférence de J. G. Blumler



DOSSIER COORDONNÉ ET PRÉSENTÉ
PAR AURÉLIE OLIVESI ET NICOLAS HUBÉ

- **Présentation du dossier.** Des « vraies gens » aux « followers »
Médias numériques et parole politique 5
Aurélie Olivesi et Nicolas Hubé

- **The Fourth Age of Political Communication.**
Conférence de Jay G. Blumler 19
Avant-propos d'Aurélie Olivesi et Nicolas Hubé

- **Les usages politiques différenciés de Twitter.** Esquisse
d'une typologie des « twittos politiques » 31
Julien Boyadjian

- **Public profane, public expert.** La mise en scène des messages
du public dans les émissions de débat télévisé : une comparaison
France-Angleterre 59
Sheila Perry et Gaël Villeneuve

- **Aux marges de l'espace public médiatique.** L'espace
des commentaires des articles de presse en ligne 81
Sébastien Rouquette

- **Gérer le participatif** 113
Entretien avec David Corchia, PDG de Concileo

VARIA

- **Les data : nouveau trésor des partis politiques ?** Croyances,
constitutions et usages comparés des données numériques au Parti
Socialiste et à l'Union pour un Mouvement Populaire 137
Anaïs Théviot

- **Le traitement de la récidive et des victimes dans la presse
quotidienne nationale (1997-2008)** 167
Isabelle Huré

Présentation du dossier

Des « vraies gens » aux « followers »

Médias numériques et parole politique



Aurélie Olivesi

Université Claude Bernard Lyon 1/ELICO (EA 4147)

Nicolas Hubé

Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne / CESSP (UMR CNRS 8209)

Les médias de référence ont, bien avant le numérique, aménagé une place particulière à la parole politique des gens « ordinaires » dans leur discours : courrier des lecteurs dans la presse d'abord (Arban, 2003 ; Boltanski, Darré, Schiltz, 1984 ; Branca-Rosoff, Marinelli, 1994 ; Doury, 2004 ; Hubé, 2008a ; Legavre, 2006), micro-trottoirs à la télévision et dans la presse populaire à partir de la fin des années 1980, questions du public (Goulet, 2004 ; Aubert, 2009a) ou émissions de libre antenne à la radio (Cardon, 1995 ; Deleu, 2006). Depuis le début des années 2000, ces dispositifs participatifs traditionnels se sont vus déployés dans des proportions inédites. Le Web – et en particulier sa version dite 2.0 – a rendu possible l'instauration de dispositifs qui peuvent être considérés concurrents des médias généralistes, mais qui peuvent également être intégrés par eux (commentaires d'articles, appels à témoignages dans les journaux, live-tweets, SMS diffusés en ligne), et qui, plaçant l'utilisateur au cœur de leur dispositif, facilitent l'instauration d'un nouveau rapport à l'ordre du discours médiatique.

Parallèlement aux expressions citoyennes autonomes (Denouël et al., 2014) et aux témoignages, on assiste notamment à l'émergence de leaders d'opinion ou de stratégies militantes dans l'usage de ces dispositifs (avec, par exemple,

des invitations sur les médias sociaux à « pourrir les commentaires » d'un article en ligne). Réciproquement, les médias généralistes qui intègrent dans leur version Internet des commentaires, tweets ou blogs, les utilisent comme matériau pour des articles de synthèse d'opinion. De même, les pratiques professionnelles convergent, que ce soit par le biais de l'utilisation par les journalistes, locuteurs habituellement « autorisés », de médias participatifs comme Facebook ou Twitter, ou par l'ouverture de médias « pure players » qui proposent une information produite par des profanes et des professionnels sans apparente distinction. Enfin, les dispositifs sociotechniques produisent un « ordre du Web », où à force de massification des usages et de production de signaux par les usagers via les algorithmes, « le monopole des publiants se trouve contesté » (Cardon, 2011, p. 200) alors même qu'il est au cœur du retournement symbolique du Web. Ainsi, l'équilibre de ces deux ordres du discours se voit modifié, et les statuts, places et rôles des différents locuteurs du discours médiatique (journalistes, politiques, « citoyens », « profanes », « experts ») se voient redéfinis, à une échelle jamais égalée jusque-là. Si, après plusieurs décennies de « critique chronique de l'information délivrée par les médias » (Charon, 2007) le moment semble opportun, peut-on pour autant affirmer que ces nouveaux moyens d'intégrer la parole « profane » dans les médias permettent de renouveler l'expression et la participation politique – ainsi qu'ils semblent promettre de le faire, dans une « démocratie internet » (Cardon, 2010) ?

Cependant, et de manière paradoxale, l'examen des stratégies d'acteurs (twittos, journalistes, modérateurs, lecteurs) utilisant ces nouveaux dispositifs participatifs conduit à considérer les possibilités ouvertes par ces derniers comme relativement marginales. Comme le pointaient dès 1999 Jay Blumler et Dennis Kavanagh, ces nouveaux régimes numériques entraînent une « diversification centrifuge » (Blumler, Kavanagh, 1999, p. 217-225), à la fois une multiplication du nombre de locuteurs et une diversité de leurs engagements énonciatifs, mais aussi un délitement des liens entre les usagers du fait de l'émergence de différentes communautés énonciatives. L'objectif de ce numéro n'est pas de focaliser l'attention sur les seuls usagers des médias ayant recours aux outils du Web 2.0, marquant alors une rupture somme toute assez arbitraire – bien que nécessaire pour l'analyser – entre le *offline* et le *online*, mais plutôt de penser les continuités entre ces deux espaces (Manin, Lev-On, 2006). Les contributions de ce numéro

s'attachent davantage à la chaîne d'interdépendance de ces différents acteurs au cœur de ce dispositif (*twittos* politiques, journalistes, modérateurs, lecteurs, chercheurs). Il ne s'agit pas, comme cela a déjà été bien montré dans plusieurs travaux récents, de comprendre qui sont les nouveaux *médiactivistes* (Cardon, Granjon, 2013) ni comment analyser les conversations politiques en ligne (Blanchard, Gadras, Wojcik, 2013 ; Gadras, Greffet, 2013 ; Greffet, Wojcik, 2008 ; *Politiques de communication*, 2014), afin de donner une « densité sociologique au numérique » comme l'écrivent Clément Mabi et Anaïs Theviot dans l'introduction du numéro de *Politiques de communication* (2014) consacré à cet objet. Il s'agit plutôt pour les contributeurs de ce numéro de chercher à comprendre ce que fait ce « quatrième âge de la communication politique » (Blumler, Kavanagh, 1999 et Blumler dans ce numéro) à la pratique et à la place des citoyens dans les médias, quels qu'ils soient, et surtout entendus dans la confusion des supports (Kredens, Rio, 2015). Il s'agit, d'une part, de se poser la question de ces transformations structurales de l'espace des pratiques médiatiques avec la très large diffusion du Web 2.0 ; c'est à cette tâche que c'est notamment attelé Jay Blumler, qui revient sur son article séminal de 1999. D'autre part, se pose la question des limites de ces dispositifs. Et c'est la raison de la présence en conclusion de ce dossier de l'entretien avec David Corchia, PDG de Concileo, entreprise qui modère les commentaires des grands médias en France. La modération des contenus intervient en amont de la publication des messages. Elle suppose la prise en compte de contraintes politiques, juridiques et discursives par les médias, pour recomposer une *communauté d'utilisateurs éditorialisée*, répondant aux attendus discursifs d'un média traditionnel, qu'il soit de presse écrite, de radio ou de télévision.

C'est tout le paradoxe de ces dispositifs. S'ils permettent une plus grande participation des usagers ordinaires ou profanes de l'actualité, leur participation n'est en rien spontanée, ni même entièrement débarrassée des contraintes éditoriales caractéristiques d'un média. C'est la « conjonction d'éléments de *politisation* du quotidien (les prises de position dans les commentaires ou le cadrage des articles) avec les choix effectués parmi les informations politiques et les pratiques culturelles mises en exergue par le [média] (la consécration de pratiques culturelles, sportives ou économiques) » (Hubé, 2008b, p. 11). Cette « ligne éditoriale » permet aux organes de se distinguer les uns des autres, de se doter de capitaux symboliques

spécifiques, et ainsi de rencontrer leur public. C'est ce qui est bien souvent recherché par les médias, qui, malgré leur bonne volonté et tous leurs efforts, « ont énormément de mal à exploiter le participatif, [n'y voyant] que le centre de coûts », selon les mots de David Corchia. À l'injonction de plus de participatif dans ces médias d'information ou de divertissement de masse, répond une « herméneutique de masse » (Rieder, Smyrniaos, 2012), une contrainte d'info-médiation, afin de remettre les discussions dans un cadre social acceptable.

Une participation inégalitaire

Ces dispositifs destinés à présenter la parole des gens « ordinaires » ont été, jusqu'à présent, assez largement abordés par le recours à la notion de « profane » ou d'« énonciation profane » (Amey, 2002 ; Olivesi, 2009 et 2012 ; *Réseaux*, 2014). Ils ont donné lieu à trois principaux axes de questionnement, qui sont autant d'axes autour desquels se structure le paradoxe de la participation politique dans les médias en ligne.

Le premier s'interroge sur l'identité et le statut des locuteurs présents dans les médias, se préoccupant assez souvent des usages par les journalistes de ce qu'ils perçoivent comme la réception de leurs contenus (Goulet, 2004 ; Aubert, 2009a). À ce propos, l'hypothèse la plus commune est celle d'une inégale participation des lecteurs au débat, due à la nature politique de la participation. Les journaux papiers ou télévisés ne s'adressent pas seulement aux lecteurs comme entité neutralisée dépourvue d'ancrage social. Par leur choix des sujets, par la langue utilisée, ils sont « solidaires de tout un style de vie », de tout un « rapport au monde » (Bourdieu, 1979, p. 538). Le lien fort entre politisation et attention aux médias (Gaxie, 2003 ; Charpentier, 2004 ; Pierru, 2004), entre attention aux médias et compétence politique (Gaxie, 1978), se retrouve aussi en matière d'acte d'écriture à un organe de presse. Lorsque les travaux s'intéressent aux moments où ce public ordinaire est invité à prendre la parole à l'écran, face à la caméra, ce n'est que pour souligner les inégales distributions de ressources entre l'animateur et l'interviewé, ainsi que les différentes formes d'imposition du sujet comme des tours de parole auquel le profane est confronté (Darras, 1994 ; Bourdieu, 1996 ; Goulet, 2004). Sébastien Rouquette, analysant les prises de parole politique à la télévision, a ainsi théorisé la représentation du « cens

caché», notion élaborée par Daniel Gaxie, en élaborant celle d'«ingénieur du social» : groupe social constitué de personnalités dotées d'un fort capital scolaire et culturel, « qui *se réapproprie* les problèmes collectifs » (Rouquette, 2001, pp. 335-336, souligné par l'auteur ; voir aussi Rouquette, 2003). Cette compétence à agir, nonobstant les réserves en légitimisme que l'on peut adresser à cette notion, n'est pas distribuée également dans l'espace social, qu'il s'agisse de la participation ou de la critique profane du politique (Gaxie, 2001 ; Joignant, 2007).

Il n'y a d'ailleurs aucune raison sociale que ces logiques soient absentes de la participation du public aux dispositifs médiatiques, qu'ils soient numériques ou non, avec cette difficulté supplémentaire liée aux régimes d'identités numériques (anonymat, pseudo-anonymat), qui soulèvent en outre la question des rapports entre représentation de soi et expression de l'opinion politique. La difficulté est plutôt de pouvoir s'approcher du profil social des acteurs, qui cherchent tant à grandir leur cause en prenant la plume ou le clavier (Boltanski et al., 1984). Quand cela est possible, on constate la très grande permanence de l'inégale distribution sociale de ces contributeurs médiatiques qu'ils s'agissent de presse écrite (Boltanski et al., 1984 ; Hubé, 2008a et 2011), de télévision (Aubert, 2009a ; Goulet, 2004), de télévision connectée (Karlsen et al., 2009) ou des réseaux sociaux (Aubert, 2009b ; Rieder, Smyrniaos, 2012). Aurélie Aubert (2009b) montre, par exemple, combien les participants aux réseaux sociaux sont issus de classes moyennes et supérieures, plutôt plus informées que la moyenne de leurs contemporains, tandis que Bernhard Rieder et Nikos Smyrniaos (2012) insistent sur la présence importante des journalistes sur la twittosphère. Les participants – tout ordinaires qu'ils soient – ne sont pas des acteurs dépourvus de propriétés sociales, et celles-ci sont *extraordinaires* ; et par ailleurs, leur parole est très dépendante de l'agenda médiatique, grossissant ainsi certains sujets et en minorant d'autres.

Julien Boyadjian, dans ce numéro, s'interroge précisément sur l'identité des twittos politiques en se fondant sur un dispositif de recherche combinant une approche quantitative et qualitative du réseau social. Construisant à partir de ces observations qualitatives une typologie des différents usages politiques du réseau social, l'auteur montre que si l'enquête par questionnaire met au jour une population relativement homogène, tant d'un point de vue sociologique que politique, l'analyse qualitative des

comptes laissent apparaître néanmoins des usages politiques différenciés du réseau social. La particularité de ces locuteurs par rapport au reste de la population a été abordée en suivant l'approche des « ingénieurs du social » développée par Sébastien Rouquette (2001). Cependant, s'il s'agissait dans le cas des intervenants à la télévision de locuteurs identifiés, sollicités et identifiables, l'approche des utilisateurs de Twitter ou plus généralement des commentaires est plus incertaine, tant les locuteurs numériques sont difficilement identifiables. David Corchia ne dit pas autre chose lorsqu'il observe les utilisateurs des réseaux sociaux qu'il divise en deux groupes : les militants politiques qui font feu de tout bois médiatique (*online* et *offline*) et les sociopathes de l'autre. S'il est quasiment impossible de vérifier cette dernière hypothèse, cette appréciation n'en pose pas moins un autre aspect de l'analyse de ces locuteurs : la violence des propos tenus sous un anonymat (relatif) et leur gestion par les médias.

Un participatif paradoxal

Un deuxième axe de questionnements des participations des publics interroge le statut de leur parole au sein du média lui-même, et notamment les liens que le discours journalistique entretient avec ce discours « exogène ». Ce questionnement se porte à la fois sur la manière dont les discours sont choisis en fonction de leur plus grande proximité aux critères du discours journalistique, mais également sur la manière dont ces différents registres de discours sont sélectionnés, tranchés et parfois transformés pour être intégrés à la polyphonie énonciative des médias tout en maintenant la cohérence des lignes éditoriales (Krieg, 2000).

Il en ressort que cette parole n'est pas une parole « ordinaire » puisqu'elle est, avant d'atteindre les pages courriers des magazines ou les ondes de la radio ou de la télévision, sélectionnée par les journalistes en charge de la rubrique et conditionnée par le média (Branca-Rosoff, Marinelli, 1994; Arban, 2003; Doury, 2004; Goulet, 2004; Hubé, 2008; Legavre, 2006; Aubert, 2009a). Les usages des dispositifs numériques – à la télévision par exemple – ne modifient pas cet ordre du discours (Karlsen et al., 2009). C'est une parole qui, pour se faire entendre, se doit de respecter les normes discursives du journal (Boltanski et al., 1984). Ces usages peuvent même être revendiqués par les rédactions comme un argument commercial tout

en étant présentés comme une parole externe, comme à Mediapart, par exemple (Canu, Datchary, 2010). Le recours à ces propos extérieurs permet ainsi aux journalistes de présenter les différentes facettes d'une situation complexe sans avoir à engager leur énonciation propre, comme cela a pu être le cas lors des grèves parisiennes de 1995 (Lévêque, 1999). La parole profane publiée dans les médias correspond aux critères énonciatifs du discours journalistique, tout en permettant aux journalistes de soulever des sujets sans avoir à en assumer l'énonciation, comme dans le cas du compte rendu par la presse nationale d'information générale des deux spécificités de la campagne présidentielle française de 2007 : le rôle joué par le genre des candidats dans le choix électoral et la montée du Front national (Olivesi, 2013). Pour être choisies, ces paroles doivent être les plus proches des canons d'une écriture journalistique ou médiatique (Darras, 1994 ; Goulet, 2004 ; Legavre, 2006 ; Hubé, 2008). Le contributeur se doit de prendre un parti défendable et validé par la rédaction afin de susciter le débat et générer par là une « communauté » (Ebel, Fiala, 1981 ; Pounds, 2006). Gaël Villeneuve et Sheila Perry s'interrogent ainsi sur les dispositifs de mise en scène des messages du public dans les débats politiques télévisés. À partir d'une juxtaposition de deux études de cas, réalisées sur une émission française (*Mots Croisés*), et une autre britannique (*Question Time*), les auteurs s'interrogent sur la manière dont cet ajout de commentaires, dont l'apport est pourtant jugé marginal par les rédactions qui les choisissent, modifie toutefois le sens de l'émission. L'analyse du choix des messages postés par les internautes et jugés « pertinents » par la rédaction pour être montrés à l'écran et susciter du débat montre qu'il s'agit d'un rééquilibrage fondé sur les traditions liées au dispositif lui-même (Karlsen et al., 2009) : rééquilibrage du débat dans l'émission *Mots Croisés*, qui invite principalement des locuteurs « autorisés », et « chahut » dans *Question Time*, où des locuteurs panélistes sont déjà confrontés à un forum de spectateurs à l'écran.

C'est ici le paradoxe de cette parole qui est voulue très ouverte. Très tôt, des auteurs ont pu montrer qu'Internet n'est pas nécessairement un espace de délibération mais, comme l'affirment Bernard Manin et Avi Lev-On (2006), au mieux un lieu de confrontation ou d'apposition d'opinions diverses, et plus fréquemment de sectorisation des espaces de pratiques culturelles de publics très sectorisés et quasi autonomisés. Loin de régénérer l'espace public, ce « nouvel âge de la communication » (Blumler et Kavanagh, 1999

et Blumler dans ce numéro) se caractérise par une avalanche de produits culturels médiatiques (en particuliers ceux offerts par les médias *mainstream*), une lutte toujours plus forte pour l'audience (ce « Dieu caché [...] qui règne sur les consciences » dont parlait Bourdieu, 1996, p. 25) et les gains en visibilité multisupports. Dans le même temps, cette abondance de produits culturels permet au public de cibler de plus en plus précisément ses pratiques – et uniquement elles – induisant une forme de « diversification centrifuge » d'univers de produits culturels de plus en plus cloisonnés à côté de produits culturels grand public, pour lesquels les hiérarchies sont dressées par les médias dominants (Blumler dans ce numéro). Cela revient parfois à oublier ceux qui ne parlent pas, ou très peu. L'approche empirique de Sébastien Rouquette est précisément d'interroger non pas ceux qui participent, mais ceux qui ne participent pas activement, c'est-à-dire l'immense majorité des lecteurs, à partir d'une observation des réactions d'un panel d'étudiants devant les commentaires d'un site de presse. Les propos de ces étudiants mettent au jour le fait que ces dispositifs sont évalués par ceux qui les emploient, non pas à l'aune de la communication politique ou médiatique, mais à celle des relations politiques interpersonnelles... confirmant les résultats des effets très indirects de l'information par le truchement des relations personnelles (Bennett, Iyengar, 2008).

Participation et communautés médiatiques

Un troisième volet de questionnements interroge la fonction de ces dispositifs participatifs au sein de médias en difficulté sur le plan économique, et sur celui de leur légitimité à représenter une fraction de l'(é)lectorat. La question de la participation du public fait l'objet d'un certain nombre d'attentes de la part des acteurs (qu'il s'agisse des journalistes, des internautes) et des analystes de ces phénomènes. Sur le plan de l'expression politique, la fonction de ces dispositifs participatifs est multiple : il s'agit de s'opposer aux accusations de connivences du modèle de journalisme politique traditionnel, tout en manifestant un certain pluralisme. Plus récemment, ces dispositifs sont entrés largement en résonance avec ceux mis en place dans le cadre de la « démocratie participative ». Ils semblent redéfinir les frontières de l'espace public et du politique dans les médias et apporter leur contribution à ce « nouvel esprit de la démocratie » (Blondiaux, 2008), appelé par les spécialistes de la participation. Comme l'expliquent

Aurélié Aubert (2009b) et Henry Jenkins (2006), le terme « participatif » vient s'opposer à la représentation des spectateurs passifs. Pour autant, et comme le montrent ces textes, ces « participants créatifs » doivent suivre un nouvel ensemble de règles « qu'aucun d'entre nous ne comprend encore très bien » (Jenkins, 2006, pp. 31-36) et que les médias, en tant que plateforme d'accueil, se doivent de gérer afin d'éviter des déconvenues judiciaires ou tout simplement éthiques.

Le participatif, qui semble prendre le relais des dispositifs du *public journalism* (Aubert, 2009b ; Dzur, 2002 et 2008 ; Rebillard, 2010), serait ainsi la voie d'une réappropriation des médias par le public. Pour autant, il est à se demander si cette participation politique donne réellement à percevoir une « opinion publique », exploitable par les médias, sur un sujet donné. L'entretien avec David Corchia permet de comprendre comment les médias ont tenté de s'appuyer sur les dispositifs participatifs pour faire émerger un débat citoyen, mais plus encore, et plus prosaïquement, une communauté de lecteurs. Cependant, cette participation des lecteurs crée un certain nombre de problèmes qui doivent être gérés pas l'entreprise de modération (rester dans le cadre légal, conserver la ligne éditoriale du journal, ne pas entraîner de surcoûts). Dans cette perspective, il semble difficile d'aller au-delà du constat de l'existence de « signaux faibles » donnant un état de l'opinion publique, sans qu'il soit possible de fournir des données d'analyse plus précisément exploitables, à défaut de s'en donner les moyens humains et financiers.

C'est tout le paradoxe de ce quatrième âge de la communication politique que pointe Jay Blumler dans son article : d'un côté, les mouvements sociaux comme les sans-voix n'ont jamais eu autant d'opportunités pour agir, communiquer et se faire entendre au sein même des espaces politiques et médiatiques centraux ; de l'autre, les contraintes commerciales qui pèsent sur les médias « anciens et nouveaux de l'ère digitale [...] ne font que renforcer l'hégémonie de l'idéologie et des intérêts capitalistiques » de médias tournés vers l'audience, délaissant l'enjeu démocratique de leurs espaces de discussion. Ce nouvel âge de la communication est de plus en plus dual, séparant les espaces *mainstream* des espaces marginaux et politisés.

L'approche développée dans ce dossier, qui conjugue l'étude des artefacts médiatiques et les dispositifs (avec leur mise en place) en tenant compte de la diversité des acteurs (twittos, responsables d'émissions, modérateur, et même lecteurs de commentaires non participants), met au jour un paradoxe. Alors qu'ils paraissent indispensables, renouvelant la participation politique, et qu'ils occupent une place de plus en plus importante dans l'organisation des médias (en ligne mais également hors-ligne), les acteurs qui les insèrent ont tendance à en minimiser l'importance directe. Et l'espace de discussion engagé par ces dispositifs est loin de relever de l'espace public dialogique conçu par Habermas, se révélant plutôt partial et peu ouvert, engagé jusqu'à être outrancier ou incompréhensible, nécessitant un contrôle plutôt qu'une « libre parole ». Dès lors, les pistes ouvertes par ces contributions ont trait à un renouvellement de l'approche interpersonnelle dans la prise en compte de l'expression politique ; le discours médiatique dans son pluralisme aurait un rôle d'ancrage plus que de cadrage idéologique. Se dégage le renouvellement d'une culture politique interpersonnelle qui prend appui sur les médias, s'ancre à leur discours, mais demeure à la marge.

Bibliographie

- AMEY P., « "L'énonciation profane" dans le débat sur l'énergie nucléaire en Suisse », *Langage et société*, 2002, n°2.
- ARBAN G., « Des lecteurs aux publics. Les communautés de lecteurs et l'espace public de *Télérama* », *Le public en action. Usages et limites de la notion d'espace public en sciences sociales*, C. Barril, M. Carrel, J.-C. Guerrero et A. Marquez (dir.), L'Harmattan, 2003.
- AUBERT A., *La société civile et ses médias. Quand le public prend la parole*, Éd. Le Bord de l'eau/INA, 2009a.
- AUBERT A., « Le paradoxe du journalisme participatif. Motivations, compétences et engagements des rédacteurs des nouveaux médias », *Terrains & travaux*, 2009b, n° 15.
- BENNETT L., IYENGAR S., « A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication », *Journal of Communication*, 2008, n° 58.
- BLANCHARD G., GADRAS S., WOJCIK S., « Analyser la participation politique en ligne : des traces numériques aux pratiques sociales », *Analyser le web en Sciences Humaines et Sociales*, C. Barats (dir.), Armand Colin, 2013.

- BLONDIAUX L., *Le nouvel esprit de la démocratie. Actualité de la démocratie participative*, Seuil, 2008.
- BLUMLER J., KAVANAGH D., « The third age of communication. Influences and Features », *Political Communication*, 1999, n° 16.
- BOLTANSKI L., DARRÉ Y., SCHILTZ M.-A., « La dénonciation », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 1984, n° 51.
- BOURDIEU P., *La Distinction, Critique Sociale du Jugement*, Les Éditions de Minuit, 1979.
- BOURDIEU P., *Sur la Télévision, Raisons d'agir*, 1997.
- BRANCA-ROSOFF S., MARINELLI C., « Faire entendre sa voix. Le courrier des lecteurs dans les trois quotidiens marseillais », *Mots – Les langages du politique*, 1994, n° 40.
- CANU R., DATCHARY C., « Journalistes et lecteurs-contributeurs sur Mediapart. Des rôles négociés », *Réseaux*, 2010, n° 160-161.
- CARDON D., « Comment se faire entendre ? La prise de parole des auditeurs de RTL », *Politix*, 1995, n° 31.
- CARDON D., *La démocratie internet*, Seuil, 2010.
- CARDON D., « L'ordre du web », *Medium*, 2011, n°29.
- CARDON D., GRANJON F., *Médiactivistes*, Presses de Sciences Po, 2013.
- CHARON J.-M., *Les journalistes et leur public : le grand malentendu*, Vuibert, 2007.
- CHARPENTIER I., « Une pratique rare et sélective : la lecture de la presse d'information générale et politique », in J.-B. Legavre (dir.), *La presse écrite : objets délaissés*, L'Harmattan, 2004.
- DARRAS E., « Un paysan à la télé : nouvelles mises en scène du politique », *Réseaux*, 1994, n° 63.
- DELEU C., *Les anonymes à la radio. Usages, fonctions et portée de leur parole*, Bruxelles, De Boeck/INA, 2006.
- DENOUEL J., GRANJON F., AUBERT A., *Médias numériques & participation. Entre engagement citoyen et production de soi*, Mare & Martin, 2014.
- DOURY M., « Entre discours scientifique, polémique et vulgarisation : un cas de controverse à thème scientifique », *Les médiations langagières. Des discours aux acteurs sociaux*, R. Delamotte-Légrand (dir.), Publications de l'Université de Rouen, 2004.
- DZUR A.W., « Public Journalism and Deliberative Democracy », *Polity*, 2002, n°34(3).

- DZUR A.W., *Democratic Professionalism. Citizen Participation and the Reconstruction of Professional Ethics, Identity, and Practice*, Pennstate University Press, 2008.
- EBEL M., FIALA P., « La situation d'énonciation dans les pratiques argumentatives », *Langue française*, 1981, n° 50 (1).
- GADRAS, S., GREFFET F., « New developments in on line political participation », *International Journal of Electronic Governance*, 2013, n° 6(4).
- GAXIE D., *Le cens caché*, Seuil, 1978.
- GAXIE D., « Les critiques profanes de la politique. Enchantements, désenchantements et réenchantement », *Juger la politique*, J.-L. Briquet, P. Garraud (dir.), Presses universitaires de Rennes, 2001.
- GAXIE D., « Une construction médiatique du spectacle politique ? Réalité et limites de la contribution des médias au développement des perceptions négatives du politique », *La politisation*, J. Lagroye (dir.), Belin, 2003.
- GOULET V., « Le médiateur de la rédaction de France 2. L'institutionnalisation d'un public idéal », *Questions de communication*, 2004, n° 5.
- GRANJON F., JOUËT J., VEDEL T., « Actualités et citoyenneté à l'ère numérique », *Réseaux*, 2011, n° 170.
- GREFFET F., WOJCIK S., « Parler politique en ligne. Une revue des travaux français et anglo-saxons », *Réseaux*, 2008, n° 150.
- HUBÉ N., « Le courrier des lecteurs : une parole journalistique profane ? Le cas du traité constitutionnel européen », *Mots. Les langages du politique*, 2008a, n° 87.
- HUBÉ N., *Décrocher la « Une ». Le choix des titres de première page de la presse quotidienne en France et en Allemagne (1945-2005)*, Presses universitaires de Strasbourg, 2008b.
- HUBÉ N., MÉON J.-M., MICHON S., « Quand l'Europe mobilise... », *L'Europe des Européens. Enquête comparative sur les perceptions de l'Europe*, D. Gaxie, N. Hubé, M. de Lassalle, J. Rowell (dir.), Economica, 2011.
- JENKINS H., *Culture Convergence, When Old media and New media collide*, New York University Press, 2006.
- JOIGNANT A., « Compétence politique et bricolage. Les formes profanes du rapport au politique », *Revue Française de Science Politique*, 2007, n° 57.
- KARLSEN F., SUNDET V.S., SYVERTSEN T. et YTREBERG E., « Non-professional Activity on Television in a Time of Digitalisation », *Nordicom Review*, 2009, n° 30.

- KREDENS E., RIO F., « La télévision à l'ère numérique : entre pratiques émergentes et reconfiguration de l'objet médiatique », *Études de communication*, 2015, n° 44.
- KRIEG, A., « Analyser le discours de presse. Mises au point sur le discours de presse comme objet de recherche », *Communication*, 2000, n° 20(1).
- LEGAVRE J.-B., « Qu'est-ce qu'un "bon" lecteur de presse? Les lecteurs du *Monde* à travers les billets du médiateur », *Communication et langages*, 2006, n° 150.
- LÉVÊQUE S., « Crise sociale et crise journalistique. Traitement médiatique du mouvement social de décembre 1995 et transformation du travail journalistique », *Réseaux*, 1999, n° 17.
- MABY C., THÉVIOT A., « S'engager sur Internet. Mobilisations et pratiques politiques », *Politiques de communication*, 2014, n° 3.
- MANIN B., LEV-ON A., « Internet : La main invisible de la délibération », *Esprit*, 2006, n° 5.
- OLIVESI A., « La parole profane dans les médias ou les ambiguïtés du discours sur le genre », *Mots. Les langages du politique*, 2009, n° 90.
- OLIVESI A., « Les gens ordinaires cités par *Le Monde* : la légitimation journalistique d'une expertise profane en politique? », *Canadian Journal of Media Studies*, 2012.
- PASQUIER D., « Évaluations profanes : le jugement en ligne », *Réseaux*, 2014, n° 183.
- PIERRU E., « "Effets politiques des médias" et sociologie prophétique. Pour une sociologie des rapports ordinaires à l'information politique », *La presse écrite : objets délaissés*, J.-B. Legavre (dir.), L'Harmattan, 2004.
- POUNDS G., « Democratic participation and letters to the editor in Britain and Italy », *Discourse and Society*, 2006, n° 17(1).
- REBILLARD F., « Le journalisme participatif, un maillon dans la chaîne numérique de l'information d'actualité », *Web social : mutation de la communication*, F. Millerand, S. Proulx, J. Rueff (dir.), Québec : P.U.Q., 2010.
- RIEDER B., SMYRNAIOS, N., « Pluralisme et infomédiation sociale de l'actualité : le cas de Twitter », *Réseaux*, 2012, n° 176.
- ROUQUETTE S., « Le monde de la compétence sociale », *Réseaux*, 2001, n° 107.
- ROUQUETTE S., « Télévision et démocratie : le cens caché », *Médiamorphoses*, 2003, n° 7.

