

**Lorsque la dimension participative d'un site de presse  
questionne les pratiques journalistiques. Le cas de  
Quelcandidat.com, site du Dauphiné Libéré dédié à  
l'élection présidentielle**

Nathalie Pignard-Cheynel

► **To cite this version:**

Nathalie Pignard-Cheynel. Lorsque la dimension participative d'un site de presse questionne les pratiques journalistiques. Le cas de Quelcandidat.com, site du Dauphiné Libéré dédié à l'élection présidentielle. Article publié dans la revue Argumentum, n°6, pp. 74-88, 2007. 2007. <sic\_00426941>

**HAL Id: sic\_00426941**

**[https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic\\_00426941](https://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00426941)**

Submitted on 28 Oct 2009

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Nathalie PIGNARD-CHEYNEL \*

## LORSQUE LA DIMENSION PARTICIPATIVE D'UN SITE DE PRESSE QUESTIONNE LES PRATIQUES JOURNALISTIQUES. LE CAS DE QUELCANDIDAT.COM, SITE DU *DAUPHINÉ LIBÉRÉ* DÉDIÉ À L'ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE

**Résumé:** Cet article se propose d'analyser les pratiques journalistiques mobilisées dans le cadre d'une expérience de blog collaboratif menée par le *Dauphiné Libéré* pendant la période des élections présidentielles et législatives de 2007. Nous verrons notamment comment, au-delà d'un dispositif technologique permettant une expression des internautes, ce blog repose sur une conception particulière du travail journalistique se traduisant par un effacement de la relation verticale de magistère entre journaliste et public et la mise en place d'un journalisme « conversationnel », valorisant la parole citoyenne.

**Abstract:** This paper analyses journalistic practices involved within the framework of an experiment of collaborative blog managed by the *Dauphiné Libéré* during 2007 French presidential and legislative elections. In particular, we will see how, beyond a technologic device that permits net surfers expression, this blog rests on a specific view of journalistic work characterized by the weakening of the vertical relation between the journalist and its public and the development of a "conversational" journalism which highlights citizen expression.

### **Quelcandidat.com, un site co-alimenté par des journalistes et des internautes**

Le site Quelcandidat.com a été lancé le 12 février 2007 par le quotidien régional *Le Dauphiné Libéré*<sup>1</sup>. Présenté comme un média participatif dédié à l'élection présidentielle, le site est structuré en différents espaces mêlant informations, expression d'opinions et divertissements, les contenus étant générés tant par des

---

\* Maître de conférences, GRESEC, Université Stendhal – Grenoble 3.

<sup>1</sup> [www.quelcandidat.com](http://www.quelcandidat.com). Ce site, par définition éphémère puisque consacré à l'élection présidentielle française de 2007, a fermé ses portes quelques jours après l'élection du nouveau président. Une partie de ses contenus a toutefois été basculé sur le site "spécial Législatives" du *Dauphiné Libéré* avant d'être définitivement supprimé à l'issue du deuxième tour des législatives. Les blogs créés par les sites de presse ont souvent adopté cette logique du blog éphémère et voué, dès sa naissance à être fermé quelques semaines ou mois plus tard. Ils sont la plupart du temps liés à un événement (culturel, politique, etc.) spécifique (voir notamment Jeanne-Perrier, *Le Cam*, Pélissier, 2005, 194).

internautes que par l'équipe de rédaction constituée de deux journalistes du *Dauphiné*<sup>2</sup>. Bien qu'émanant d'un quotidien de presse régionale, ce site a été créé dans une optique nationale (l'élection présidentielle ayant par nature une portée nationale) même si, nous y reviendrons, l'ancrage local a été maintenu à travers la création d'un « blog de village » (« Vu de la Murette ») animé par l'un des journalistes.

Quelcandidat.com se veut à la fois un lieu d'expression des opinions les plus diverses (ce qu'est par définition un blog collectif, d'autant plus lorsqu'il porte sur des questions politiques), mais également un site d'information journalistique sur l'élection présidentielle. Coexistent ainsi des contenus au statut éditorial et informationnel divers, identifiables par une structuration en rubriques et une hiérarchisation des contributions (pour distinguer notamment les articles des commentaires).

La dimension informative du site repose sur une logique journalistique classique. Elle est constituée par les fils de dépêches AFP qui via le principe de la syndication de contenus sont mises à jour en temps réel, et par les articles des deux journalistes de la rédaction qui chaque jour renouvèlent la « Une » du site constituée d'une douzaine d'articles. Ils signent « La Rédaction » lorsque ces textes ont une visée factuelle (le plus souvent rédigés à partir de dépêches ou de communiqués). Dès lors qu'ils sont le fruit d'une enquête approfondie et personnelle du journaliste, ce dernier le signe de son nom. Le travail des journalistes consiste en une veille, essentiellement sur le Web, des contenus publiés sur la thématique de l'élection présidentielle, tant sur les sites de presse que sur des plateformes de vidéos comme YouTube ou Dailymotion. D'autres journalistes du *Dauphiné Libéré* interviennent également sur le site Quelcandidat.com mais dans un registre différent, celui du blog (c'est le cas notamment d'Hélène Pilichowski, journaliste-éditorialiste au *Dauphiné Libéré* qui tient un blog de manière régulière).

Les internautes sont invités à participer aux contenus du site sous plusieurs formes. La première, de loin la plus populaire en termes d'usage, est le commentaire de tous les contenus publiés sur le site. Sur ce point, Quelcandidat.com a innové dans le monde de la presse en ligne puisque, des dépêches AFP aux articles de la rédaction, tout est ouvert au commentaire, sans modération préalable ni même nécessité de s'inscrire sur le site. Le seul contrôle effectué sur les commentaires est réalisé a posteriori, c'est-à-dire une fois le texte mis en ligne par l'internaute, un système d'alerte par email avertissant l'équipe de rédaction de la présence d'une nouvelle contribution (nous reviendrons sur le travail de modérateur du journaliste). L'ouverture des contenus aux commentaires a rencontré un large succès. Même si aucun outil statistique n'a permis de les comptabiliser, Jean-Paul Fritz estime à « des milliers et même sans doute des dizaines de milliers » le

---

<sup>2</sup> Benoît Raphaël et Jean-Paul Fritz.

nombre de commentaires, ajoutant : « dans les périodes les plus intenses, nous recevions des alertes commentaires toutes les deux minutes »<sup>3</sup>.

Les articles envoyés par les internautes ne sont pas non plus soumis à une autorisation préalable de la rédaction. Ils sont directement publiés dans la rubrique « Journal des internautes » (à noter la terminologie empruntée au registre de la presse et non à celui du Web participatif pour qualifier cet espace d'expression – en fait un blog collectif – alloué aux internautes). Ces derniers peuvent proposer des contributions dans d'autres rubriques du site dont certaines, comme « votre programme » et les « questions aux candidats » sont soumis à validation.

Les concepteurs de Quelcandidat.com ont également misé, dès son lancement, sur une dimension ludique incarnée par un test, « A quel candidat ressemblez-vous ?<sup>4</sup> », permettant à partir de 25 questions où se mêlent questions politiques et questions sur des choix plus personnels – culturels, sociétaux, psychologiques –, « de savoir avec quel(le) femme ou homme politique [les internautes] ont le plus de points communs ». Atypique pour un site de presse, ce type de test, un tantinet « décalé », n'en est pas moins parfaitement adapté aux logiques de communication virale propres au Web. Jean-Paul Fritz reconnaît que l'idée maîtresse lors de la création de ce questionnaire était de faire connaître le site : « Il faut toujours quelque chose pour booster un site, pour faire du *buzz*; notre idée, c'était le test. Et c'est le test qui a amené le plus de monde, de loin... C'était fait pour... ». Durant les premières semaines d'existence du site, le test a drainé environ 80% des visites : « Au départ, les gens venaient pour le test. Mais ils passent, puis restent. Le résultat de ce questionnaire peut être surprenant, donc les gens râlent, réagissent, et c'est ce qui a créé le *buzz* », raconte Benoît Raphaël. Lancé sans budget communication, le site a d'ailleurs bénéficié d'un bon bouche-à-oreille et est rapidement devenu un site d'information politique très consulté pendant la campagne présidentielle, dépassant les pronostics de fréquentation de ses concepteurs : en près de trois mois d'existence, le site a comptabilisé 15 millions de pages vues et un million et demi de visiteurs<sup>5</sup>.

## La revendication d'une pratique différente du journalisme

Né dans l'effervescence du Web 2.0 et son cortège de « nouveaux » concepts, le site Quelcandidat.com est présenté comme un « média participatif » permettant à des « journalistes citoyens » de partager des articles, des vidéos, des liens, etc.

---

<sup>3</sup> En mars 2007, sur son blog, Benoît Raphaël annonçait : « Nous recevons chaque jour une quinzaine de contributions (articles, vidéos, propositions), sans compter les centaines de commentaires ».

<sup>4</sup> Intitulé que l'on retrouve dans l'URL du site.

<sup>5</sup> À titre de comparaison, le site français de presse le plus consulté, celui du *Monde.fr* a compté en avril 2007 près de 4 millions de visiteurs, tandis que celui de *Libération* avoisinait les 1,5 millions de visiteurs. (Source Médiamétrie / NetRatings, avril 2007). et 46 millions de pages vues, tandis que celui de *er la vie quotidienne*emple à Agoravox).litique,

(« Devenez journalistes citoyens » propose même un encadré sur la page d'accueil du site). Derrière ce flou terminologique se traduisant par l'emploi de qualificatifs en vogue mais finalement peu définis et très controversés au sein de la profession<sup>6</sup>, nous faisons l'hypothèse que le site Quelcandidat.com a été conçu et administré avec une référence forte et presque idéologique à la dimension de participation citoyenne et à une vision renouvelée du métier de journaliste s'inscrivant dans des évolutions des pratiques journalistiques à l'œuvre depuis quelques dizaines d'années. Au-delà du dispositif technologique permettant une expression des internautes, Quelcandidat.com repose sur une approche particulière du travail journalistique se traduisant par un effacement de la relation verticale de magistère entre journaliste et public et la mise en place d'un journalisme « conversationnel », valorisant la parole citoyenne. Nous verrons comment ces principes s'incarnent dans la pratique quotidienne du journaliste et dans sa relation – tant « off » que « on »-line – aux internautes qui contribuent à la co-construction des contenus. Cette relation passe notamment par un certain nombre de principes explicites et implicites mis en place pour assurer le fonctionnement du dispositif et concilier deux objectifs qui peuvent apparaître contradictoires : une libre expression des opinions de chacun et une exigence de qualité à laquelle souscrit tout site de presse.

Pour soutenir et illustrer notre propos, nous nous appuyerons sur l'analyse de l'un des blogs du site Quelcandidat.com, le blog collaboratif « Vu de La Murette ». Sa particularité est d'être un blog « de village », écrit à deux voix par des habitants de la commune de La Murette (dans l'Isère) invités à s'exprimer et à livrer leur point de vue sur la campagne présidentielle et par un journaliste. Pour mener ce travail, nous avons réalisé une série d'entretiens semi-directifs avec les principaux protagonistes de cette expérience : Benoît Raphaël, journaliste au *Dauphiné Libéré* et chargé du projet, qui a géré, animé et alimenté le blog ; Jean-Paul Fritz, également journaliste au *Dauphiné Libéré*, qui travaillait plus particulièrement sur le site global Quelcandidat.com ; et des contributeurs actifs du blog de La Murette. Les contenus du blog ont par ailleurs été analysés, de même que ceux du groupe de discussion réservée à l'équipe du blog et qui avait pour objectif de faciliter les échanges et la coordination entre les blogueurs. En complément de l'entretien avec Benoît Raphaël, nous nous sommes appuyée sur les réflexions qu'il livre sur son blog personnel<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> Ainsi, le 31 mars 2007, le Syndicat national des journalistes (SNJ) faisait paraître sur son site un communiqué par lequel les journalistes SNJ du Dauphiné Libéré et de Vaucluse Matin réagissaient à l'expression « journaliste citoyen » utilisée sur le site Quelcandidat.com, contestant « non pas la participation des internautes au débat, mais l'emploi du terme de "journaliste citoyen" » et mettant en garde contre une « dévalorisation de la profession ». Texte disponible sur [http://www.snj.fr/article.php?id\\_article=461&var\\_recherche=citoyen](http://www.snj.fr/article.php?id_article=461&var_recherche=citoyen) (page consultée le 17 juin 2007).

<sup>7</sup> Dans son blog créé en janvier 2006 et qui répond au titre provocateur de « Demain tous journalistes ? » (<http://benoit-raphael.blogspot.com>), Benoît Raphaël se propose de « comprendre comment Internet et la blogosphère peuvent remettre en cause et/ou enrichir notre métier » [celui de journaliste] et invite à « tester de nouvelles formes de journalisme » (extrait du premier post « Demain tous journalistes ? », daté du 27 janvier 2007).

### **Vu de la Murette, un blog collaboratif « de village »**

Outre le test « A quel candidat ressemblez-vous », le blog « Vu de la Murette » a été un élément fortement médiatisé<sup>8</sup> du site Quelcandidat.com, souvent présenté comme le symbole de sa dimension participative. C'est d'ailleurs la seule partie du site qui a perduré, le blog ayant basculé sur le site du *Dauphiné*<sup>9</sup>, à la suite de la fermeture des deux sites événementiels (celui de la présidentielle puis celui des législatives).

Le principe de ce blog était de faire s'exprimer les habitants du petit village de La Murette sur leur perception de l'élection présidentielle et de leur faire « partager leurs opinions, leur vision de l'actualité, mais aussi leur vie quotidienne à La Murette » (site de Quelcandidat.com), sous la houlette d'un journaliste<sup>10</sup>.

Cette petite commune rurale (1800 habitants) du pays voironnais, en Isère, n'a pas été choisie au hasard. Benoît Raphaël explique : « je cherchais une commune dynamique, avec un maire ouvert à ce type d'expérience et qui ait de l'humour ». L'implication des habitants mais également des élus était en effet un élément déterminant du succès de l'aventure. Contacté en début d'année 2007, le maire, intéressé par le projet, a élaboré une liste d'une quarantaine d'habitants pressentis pour participer au blog. L'essentiel était de veiller au pluralisme, en sélectionnant des personnes aux profils, aux styles et aux sensibilités variés ; la seule exigence étant qu'« il fallait des personnes qui aient envie de parler et d'écrire » (Raymond Grillon, maire de La Murette). Une vingtaine de personnes a répondu favorablement à l'invitation et a constitué l'équipe de blogueurs (baptisés « village reporters »). On compte parmi eux des chefs d'entreprise, des retraités, des enseignants, la plupart étant par ailleurs investie dans la vie associative du village.

#### ***Le principe : un reportage interactif à deux voix***

Pour ces participants, il ne s'agissait pas seulement de contribuer ponctuellement au blog en postant des billets ou des commentaires mais de s'investir dans une expérience dont le but annoncé était de réaliser « un reportage interactif de deux mois », à deux voix (le journaliste et les blogueurs).

---

<sup>8</sup> Le blog de La Murette a suscité l'intérêt de grands médias de presse écrite comme *Libération*, *Le Monde*, *Le Figaro* ou *Le Temps* et de la télévision (avec notamment la diffusion, dans le JT 13 heures de TF1, d'un reportage concernant le blog, tourné lors du premier tour de l'élection présidentielle à La Murette).

<sup>9</sup> Le blog est dorénavant accessible, sous le titre « L'Esprit de La Murette » par un lien depuis la page d'accueil du *Dauphiné Libéré* ou directement sur <http://lamurette.ledauphine.com>.

<sup>10</sup> C'est Benoît Raphaël qui a animé le blog de La Murette pendant la période des élections présidentielles puis législatives. Ayant ensuite quitté le *Dauphiné Libéré*, c'est Jean-Paul Fritz en a pris la suite.

L'interactivité souhaitée entre le journaliste et les habitants s'est matérialisée sous différentes formes dont la plus organisée est la tenue de réunions régulières (tous les quinze jours et, durant les périodes très actives, toutes les semaines) où les blogueurs et le journaliste échangent et débattent sur les questions susceptibles d'être abordées dans le blog. Dans une ambiance très conviviale et détendue, ces réunions se tiennent sans ordre du jour défini et s'engagent rapidement sur des discussions « à bâtons rompus » où chacun exprime librement son point de vue. L'un des blogueurs raconte : « Lors des réunions, il n'y avait rien de structuré. Benoît Raphaël n'était pas du tout directif, même si parfois il nous recentrait. Il suggérait des articles ou des initiatives (comme le débat entre Didier Migaud et Gérard Longuet<sup>11</sup>) et nous lui en propositions également ». Des interactions individualisées ont également rythmé l'activité du blog ; ainsi, chaque nouveau texte proposé par un blogueur doit être préalablement envoyé au journaliste chargé de l'animation et de la modération du blog (nous y reviendrons) qui procède lui-même à la publication.

Les sujets lancés sur le blog ont été dans un premier temps relativement neutres. Ils concernaient essentiellement le village, avec des présentations de ses installations (commerces, équipements sportifs, culturels, etc.), de son patrimoine historique, de sa vie associative, etc. Cette douce entrée en matière a permis de faire connaître aux lecteurs l'environnement local, mais a surtout favorisé au sein de l'équipe une familiarisation progressive entre les intervenants (qui, pour beaucoup, ne se connaissaient pas au début de l'aventure) et une prise en main du dispositif d'expression que beaucoup découvraient, n'étant pas, pour la majorité, des blogueurs expérimentés. Après ces débuts « gentils » (pour reprendre l'expression de l'un des blogueurs), le journaliste a progressivement proposé des sujets un peu plus politiques voire polémiques et engagé le débat.

Les contributions des blogueurs consistent en des textes (articles ou commentaires) mais également en des reportages vidéo qu'ils réalisent seuls (en assurant le tournage, le montage et la mise en ligne via une plateforme de diffusion de vidéos). Certains de leurs films sont devenus des éléments centraux du blog, comme le « clip » où des blogueurs représentatifs des principales sensibilités politiques s'expriment sur leurs valeurs et leurs convictions ou encore le reportage sur la journée électorale lors du premier tour des présidentielles.

### **Trois postures journalistiques**

Comme nous l'indiquions précédemment, « Vu de La Murette » se différencie des principales autres expériences de blogs sur les sites de presse par la co-élaboration

---

<sup>11</sup> Ce débat s'est tenu, à l'initiative des blogueurs et de Benoît Raphaël, dans l'enceinte de la mairie de La Murette. Les blogueurs avaient préparé quelques questions à destination des intervenants.

des contenus par le journaliste et les blogueurs. Le témoignage de l'un d'entre eux résume en quelques mots l'implication de Benoît Raphaël dans cette expérience : « Le journaliste, le professionnel a joué un rôle extraordinaire. C'était plus que notre modérateur ; c'était l'initiateur, le moteur et le régulateur. Il nous recadrait. Il a su, et c'est important, valoriser chacun. Il a su également faire des reportages proches des gens, au café du progrès par exemple ». L'activité du journaliste dans la gestion de ce blog peut être analysée à la lumière du modèle des trois pôles du champ journalistique (pôle factuel, pôle éditorial et pôle interactionnel) mis en évidence par Thierry Watine (Watine, 2003). Après avoir présenté les postures adoptées par le journaliste, nous les positionnerons par rapport à différents courants d'évolutions des pratiques journalistiques à l'œuvre depuis quelques dizaines d'années et qui insistent sur la relation entre le journaliste et son lectorat et se fondent sur une conception renouvelée de l'information.

### *Le journaliste reporter de la « vie ordinaire »*

Dans le cadre du blog de La Murette, le pôle factuel est de fait peu développé puisqu'il s'agit d'un blog dont la vocation première n'est pas d'« informer » au sens traditionnel du terme, mais plutôt d'« explorer les vertus du débat et de la conversation »<sup>12</sup> en partageant les éclairages, les expertises et les expériences personnelles. Le travail journalistique s'est toutefois exprimé à travers la réalisation et la mise en lignes de reportages sur le village et ses habitants. Ces reportages, écrits et vidéos, visaient à permettre l'expression de personnes qui n'écrivaient pas sur le blog voire d'individus traditionnellement peu considérés par la presse. Illustration de ce souci de laisser la parole à tous, Benoît Raphaël est allé rencontrer deux habitués du café du village qui, avec leurs mots, lui ont confié leur vision de la politique et de la campagne présidentielle. Ce reportage vidéo a fait l'objet de plusieurs critiques dont une via le blog, son auteur jugeant le reportage « Aux ras des pâquerettes », preuve que cette forme de récit de la « vie ordinaire » est encore assez peu prisée. Certains blogueurs reconnaissent également avoir dans un premier temps mal perçu cette approche, avant d'admettre que cela fait également partie de l'identité et du quotidien de La Murette. Pendant près de trois mois, le journaliste s'est ainsi imprégné de la vie et de l'ambiance de ce petit village, assistant aux principaux événements (fêtes, défilés, etc.) et interviewant de nombreux habitants et commerçants.

La méthode employée pour définir les sujets traités, en collaboration avec les blogueurs, peut être assimilée au journalisme *Open Source* qui consiste à s'appuyer sur les avis et l'expérience vécue des citoyens pour choisir et définir ensemble les

---

<sup>12</sup> Blog du La Murette : post de Benoît Raphaël, du 23 février 2007.



sujets à traiter et recueillir des informations nécessaires à la réalisation de l'enquête<sup>13</sup>.

### ***Le journaliste éditeur***

Dérivé de la terminologie anglo-saxonne, le travail d'édition ne consiste pas à produire des contenus journalistiques mais à mettre en scène des informations produites par d'autres en fonction de la connaissance du public auquel on s'adresse et des spécificités du support sur lequel les informations sont diffusées. La visée éditoriale est centrale dans le fonctionnement d'un blog comme "Vu de La Murette". Le journaliste, sous sa casquette d'éditeur, ne se contente pas de mettre en ligne les textes reçus par les blogueurs; il les organise, les met en valeur, les hiérarchise et parfois les modifie.

Ce travail d'édition consiste à introduire systématiquement les textes par un court paragraphe présentant le contexte de l'intervention (en référence soit à la thématique développée, soit à une contribution antérieure sur le blog, soit à l'auteur du billet). L'autre insertion fréquente consiste en une invite au débat en fin d'article, le plus souvent sous une forme interrogative du type « Et vous, qu'en pensez-vous ? ». Les titres des articles sont parfois réécrits par le journaliste pour les rendre « plus accrocheurs » ou en meilleure adéquation avec le texte.

Toutefois, cette intervention éditoriale se fait toujours dans le respect de l'expression des blogueurs, aucune consigne sur le style rédactionnel ou le format des contributions ne leur ayant été imposée. L'un des blogueurs raconte : « La règle, c'est aucune correction, aucune censure sur les textes que l'on propose ; même les fautes grammaticales passent ! [...] Souvent, on s'exprime comme on parlerait ». Cette faible intervention sur l'écriture des contributions renvoie à un choix explicite de la part du journaliste éditeur du blog. Commentant en février 2006, le blog de la rédaction mis en place par le quotidien régional *L'Alsace*, Benoît Raphaël notait : « J'apprécie beaucoup le souci de l'Alsace de ne pas supprimer les commentaires mal écrits ou incompréhensibles. La prise de parole est aussi un apprentissage, du côté du lecteur comme du média traditionnel. Il ne faut pas casser ce lien qui commence à se renouer entre habitants et journalistes via les blogs des rédactions ». Cette absence de barrière rédactionnelle a favorisé la prise de parole et une certaine spontanéité dans les interventions, même si le non-anonymat des participants les conduisait à une forme d'auto-contrôle de leur modalité d'expression. L'empreinte éditoriale, notamment dans sa dimension stylistique, est donc légère et vise plus à une valorisation de la parole citoyenne qu'à un recadrage de celle-ci.

---

<sup>13</sup> Le journalisme *Open source* tel qu'il est envisagé dans le projet *New Assignment*, lancé fin 2006, est un peu différent dans la mesure où il intègre un financement provenant en partie de dons d'internautes qui paient pour voir les enquêtes journalistiques de leur choix réalisées.

L'activité éditoriale revêt un caractère plus radical lorsqu'il s'agit de modérer les contributions. Ce contrôle éditorial s'effectue a priori ou a posteriori<sup>14</sup>, selon les types de contributions. Il repose sur un principe simple : sont supprimés les contenus qui enfreignent la loi<sup>15</sup> (cela peut concerner toute ou partie d'un message) ou qui tendent à utiliser le blog à des fins publicitaires. Le principe juridique n'est toutefois pas le seul à orienter la modération. Le journaliste veille également au respect du pluralisme et de la diversité des interventions émanant du groupe des blogueurs. Cette exigence est d'autant plus prégnante pour un espace d'expression qui porte sur une thématique politique. Un blogueur, par ailleurs militant socialiste, explique : « Lorsqu'on cherchait à publier des articles affirmant notre positionnement, nos convictions et déclarant notre préférence pour la candidate de gauche, Benoît nous les refusait ; justifiant par le fait qu'il n'y avait pas d'équilibre gauche-droite ». De même, les textes qui s'écartent de la ligne éditoriale ne sont pas publiés ou soumis à une réécriture pour les recentrer sur les thématiques du blog.

Dans tous les cas, la modération (qu'elle soit de nature juridique, éditoriale ou éthique) s'est effectuée dans la transparence et l'explication. Lorsqu'elle a lieu a posteriori – c'est-à-dire d'une contribution déjà mise en ligne – la suppression du texte est justifiée par une courte formule en indiquant les raisons, et qui paraît sur le blog en lieu et place du message supprimé.

### ***Le journaliste animateur***

L'activité éditoriale du blog repose sur une autre fonction essentielle, l'animation. Revenant sur l'échec de Bayosphere, site de journalisme citoyen, Dan Gillmor en concluait que les participants ont besoin d'accompagnement : « They want some direction and a framework, including a clear understanding of what the site's purpose is and what tasks are required » (Gillmor, 2006). Les blogueurs de La Murette interrogés ont unanimement souligné cet impératif d'encadrement afin d'assurer la dynamique mais également la pertinence et la qualité de leur participation : « L'apport du journaliste, c'était d'avoir une personne extérieure, reconnue comme compétente, qu'on écoutait et qui dirigeait l'ensemble. Il assurait le cadrage et la coordination », assure l'un d'eux.

---

<sup>14</sup> Avec la modération a priori, les textes ne sont pas mis en ligne tant qu'ils n'ont pas été validés par la rédaction. Dans le cas de la modération a posteriori, chaque texte publié sur le blog génère une alerte envoyée par email aux membres de la rédaction. En cas de doute, le message concerné est désactivé, le temps que les membres de la rédaction en discutent et prennent une décision commune. Celle-ci se traduit par la remise en ligne du texte, par une demande de modification à son auteur ou par sa suppression.

<sup>15</sup> « Pas de contenus incitant à la haine ou à la discrimination raciale, portant atteinte à l'honneur ou à la réputation de tiers (diffamation), de contenus à caractère violent ou obscène, de contenus pornographiques impliquant des mineurs, de contenus à caractère dangereux (fabrication artisanale de produits explosifs, techniques de suicide...) » (site Quelcandidat.com).

Le principe mis en place pour le blog pendant la campagne électorale est celui d'une interaction régulière entre le journaliste et les blogueurs. Outre les réunions tenues bimensuellement à La Murette, de nombreux échanges ont lieu par messagerie électronique ou encore par le biais d'une liste de diffusion puis d'un groupe de discussion privé<sup>16</sup>. Dans ces espaces de discussion non publics, le journaliste et les membres de l'équipe discutent des activités du blog (choix des sujets à lancer, propositions de reportages à réaliser, organisation des débats avec des personnalités politiques, etc.) et en assurent la coordination.

Dans son rôle d'animateur, le journaliste sollicite les blogueurs à travers un jeu de questions-réponses, les invitant à s'exprimer sur des questions d'actualité concernant la vie politique locale<sup>17</sup> ou nationale<sup>18</sup>. En plus du débat classique par commentaires interposés, une formule faisant davantage intervenir le journaliste a été imaginée. Un sujet d'actualité lié à la campagne était proposé en interne aux blogueurs de La Murette qui disposaient de 24 heures pour réagir et faire parvenir en quelques phrases leur opinion au journaliste qui se chargeait d'organiser ces premiers jets de réaction et de les publier sur le blog afin d'ouvrir la conversation, chacun des intervenants ayant ensuite la possibilité de compléter ses propos en commentant le post initial.

Prolongeant le filtre éditorial, l'activité d'animation de la communauté et du blog conduit le journaliste à veiller à l'expression du plus grand nombre. En février 2006, soit un an avant le lancement de Quelcandidat.com, Benoît Raphaël évoquait le risque de monopolisation de l'expression par quelques individus : « Sans encadrement, ni animation, sans professionnel du métier, la parole est vite confisquée par une petite élite créée sur le tas. Celle qui sait à peu près s'exprimer. Le citizen journalism est-il populaire ou réservé à un petit groupe d'intellectuels ? ». Le blog de La Murette n'a pas échappé à cet écueil puisque l'équipe de blogueurs, constituée d'une vingtaine de personnes – dont la moitié peut être considérée comme particulièrement active, ne s'est pas vraiment étendue. C'est donc à travers les reportages et la sollicitation de blogueurs particuliers que le journaliste a apporté de nouveaux témoignages et assuré la représentativité des opinions et sensibilités politiques les plus diverses.

---

<sup>16</sup> Dans le projet global du blog, « Vu de la Murette » n'est que la partie visible et publique du dispositif. En arrière-plan, la coordination s'effectue grâce à des outils indépendants du blog et plus restreints.

<sup>17</sup> La première question soulevée par Benoît Raphaël a concerné la décision du maire de La Murette de ne pas donner sa signature à un candidat à l'élection présidentielle.

<sup>18</sup> Dans un post intitulé « Devons-nous aimer le travail », le journaliste interroge : « Le travail est-il un moyen d'épanouissement ? Etes-vous motivés ? Les candidats mettent le travail en avant dans leurs programmes : Ont-ils raison ... ou tort ? Qu'est-ce que l'épanouissement ? Les politiques en parlent-ils ? Devraient-ils en parler ? »

## **Le journalisme réinventé ?**

### ***Une inscription dans les réflexions sur l'évolution des pratiques journalistiques***

Depuis quelques dizaines d'années, trois mouvements, aux Etats-Unis et en Europe, ambitionnent une « manière différente » de faire du journalisme et ont entraîné des évolutions dans les pratiques journalistiques à divers niveaux : dans le choix des sujets traités (en privilégiant des sujets jusqu'alors peu investis par les médias), dans le traitement des sujets et l'écriture journalistique (en revendiquant une certaine subjectivité du journaliste) et dans le rapport des journalistes aux citoyens.

Ces mutations ont pris naissance dans les années 60 aux Etats-Unis avec le mouvement du *New Journalism* qui, par une approche quasi ethnographique du travail journalistique et une subjectivité critique affirmée, prônait un journalisme littéraire « attentif à une image de la société vue d'en bas » (Neveu, 2004, 79). Héritier du *New Journalism*, le journalisme ethnographique est décrit par Eric Neveu comme un « journalisme plus concret, plus attentif à la vie quotidienne des lecteurs [...] [ses registres d'écriture] peuvent restituer l'expérience de personnes ou de groupes habituellement ignorés par le journalisme » (Neveu, 2004, 102). Ce journalisme de reportage se focalise sur l'évocation de personnes « ordinaires » auxquelles elles donnent la possibilité de s'exprimer indirectement à travers notamment les procédés de citation.

Le *public journalism* (ou *civic journalism*) s'inspire d'une vision « civique » du journalisme et s'inscrit dans une dynamique de débat social en plaidant pour une mise en exergue des questionnements portés par les citoyens. Il porte sur les différentes expériences menées par des journaux pour susciter et encourager la participation démocratique du public. Il accorde une place centrale à la notion de communauté et fait du journaliste le porteur des préoccupations du citoyen. Les expériences de journalisme public menées notamment aux Etats-Unis reposent sur une redéfinition de la position traditionnelle du journaliste dans la société : ce dernier ne doit plus seulement transmettre de l'information mais susciter le débat démocratique et encourager les actions collectives.

Cette forme de journalisme incite également le public à participer à la discussion et au débat (Rosen, 1994). Comme le souligne Jan Schaffer, Directrice générale du *Pew Center for Civic Journalism*, « le journalisme civique vise à fournir aux gens des possibilités d'intervention afin de les amener à agir, et encourager l'interactivité entre les journalistes et les citoyens. Il cherche à créer un dialogue avec les lecteurs, au lieu de se borner à transmettre les informations en sens unique et à inonder le public de données, comme cela se passe si souvent dans le journalisme traditionnel. Cette interaction peut se produire dans les pages des

journaux, sur les ondes, dans le cyberspace et parfois même dans l'espace réel, lors de forums et de réunions des habitants d'une localité. » (Schaffer, 2001).

La conception de Benoît Raphaël du rôle du journaliste s'inscrit pleinement dans cette philosophie du journalisme public dont l'objectif n'est pas uniquement d'informer mais également d'être un acteur à part entière de la vie publique. En janvier 2006, soit plus d'un an avant le lancement de Quelcandidat.com, il livrait, sur son blog, son idéal du journalisme local : « On remet les journalistes là où l'on a besoin d'eux. On les met dans les quartiers, les petites communes, et on les fait enquêter sur tout ce qui intéresse vraiment les habitants, sur tous ces petits tracasseries qui polluent notre vie quotidienne ("pourquoi il se passe cela et personne ne fait rien ?", "Qui est censé s'en occuper ?", "pourquoi ce gamin de 11 ans traîne-t-il toujours dans la rue ?", "le maire a dit ça, mais dans ma rue il se passe tout le contraire" etc.). Et on en tire en général des histoires incroyables... Et on règle parfois des problèmes. Et le journal devient enfin "utile" à ses lecteurs ».

Le journalisme de communication, présenté par Jean Charron et Jean de Bonville comme un nouveau paradigme venant remplacer celui du journalisme d'information se traduit également par la recherche d'une relation nouvelle au lecteur, privilégiant le mode conversationnel : « Les journalistes affichent plus ouvertement leur subjectivité et tentent d'établir avec le public, devenu de plus en plus « ciblé », des liens de connivence et d'intersubjectivité. Les genres journalistiques qui font une large place au commentaire (chroniques d'opinion, d'humeur et thématiques, tribunes téléphoniques, etc.) sont en nette progression ; la nouvelle, genre par excellence du journalisme d'information, incorpore de plus en plus de jugements et de commentaires. Le métissage entre le discours de presse et les autres formes du discours médiatique est toléré, voire encouragé : la fiction se mêle à la réalité ; l'anecdote acquiert le statut d'événement ; l'information se fait divertissante et adopte volontiers le ton de l'humour ou encore celui, familier, de la conversation ; l'effusion et l'émotion tiennent lieu d'explication » (Brin, Charron, de Bonville, 2004, 4).

Ces trois évolutions du journalisme ont trouvé un souffle nouveau ces dernières années avec l'engouement pour les dispositifs participatifs tant dans le champ politique et médiatique que dans le développement du Web 2.0. Les médias, et plus particulièrement la télévision, usent des dispositifs participatifs à travers la diffusion d'émissions politiques où les « gens ordinaires » organisés en panels représentatifs de la société française ont la parole et questionnent élus et candidats. Cette mise en avant du citoyen ordinaire et sa participation à l'espace public et médiatique se traduit par un effacement de l'intervention journalistique (le journaliste endossant plutôt un rôle d'animateur des échanges) et par un recentrage autour des questionnements individuels, de récits personnels et de situations vécues.

Mais c'est surtout sur Internet, à travers la popularisation du Web 2.0, que la participation des internautes à l'espace public a pris une ampleur nouvelle. Celle-ci est amplifiée par les spécificités propres à Internet : l'absence de médiation (médiatique, politique, etc.), l'effacement de la technique au profit des contenus (le web 2.0 se caractérise par une indéniable facilité à se créer un espace d'expression, les contenus primant sur les aspects esthétiques et ergonomiques des sites) ainsi que des dispositifs permettant des échanges (notamment les plateformes de réseau social telles que MySpace ou FaceBook).

### *Vers un journalisme conversationnel*

Ces différents courants du journalisme moderne mettent l'accent sur la posture dialogique qu'adopte le journaliste. La notion de dialogue est centrale dans le dispositif imaginé par Benoît Raphaël. Sur son blog, dans un post daté du 12 février 2007 où il annonce le lancement de Quelcandidat.com, il explique : « Qu'est-ce qu'un média participatif ? C'est un site d'informations qui fait converser intelligemment les news de journalistes et celles des internautes journalistes citoyens ». Thierry Watine (Watine, 2006) analyse cette évolution en mettant en évidence l'émergence d'un « journalisme de conversation » reposant sur des procédés interactionnels et sur une oralisation progressive du langage informatif.

Dans le cas du blog de La Murette, cette attention portée au dialogue entre le journaliste et les blogueurs (et plus largement les intervenants sur le blog) s'est matérialisée de diverses manières. Elle est particulièrement explicite dans la rhétorique employée, héritée de l'écriture de blog et qui s'éloigne des canons journalistiques traditionnels. Le style se veut direct, simple et vivant. L'emploi du « je » et du « vous » est omniprésent et installe une proximité relationnelle entre le journaliste et ses lecteurs. La forme stylistique qui permet d'instaurer le plus facilement le dialogue est le mode interrogatif, largement exploité sur le site Quelcandidat.com. La plupart des billets de la rédaction sont ponctués d'un « Qu'en pensez-vous ? » ou « Et vous ? ». La formule interrogative est parfois remplacée par une invitation à prendre la parole : « A vous de réagir maintenant. Le débat est ouvert ! », « A vous la parole ! », « Muretins, vos avis intéressent ». C'est également la narration d'anecdotes personnelles qui permet d'instaurer une forme de familiarité entre le journaliste et les blogueurs. Ces marques dialogiques manifestent, selon Thierry Watine, un « déplacement du pôle informationnel au pôle interactionnel » (Watine, 2003). Elles traduisent également une relation renouvelée, plus interactive et égalitaire, aux lecteurs.

### ***Une relation renouvelée au public***

Le 10 avril 2004, dressant un bilan intermédiaire de l'activité du site, Benoît Raphaël notait : « Quelcandidat.com est devenu un lieu populaire d'information et de débat sur la politique en France, loin des élites, entre nous ». L'expression « entre nous » est révélatrice de la posture de proximité adoptée par le journaliste à l'égard des blogueurs. Autre symbole de cette relation privilégiée où le professionnel fait oublier sa fonction, l'interview filmée de Benoît Raphaël par l'une des blogueuses de La Murette où l'inversion des rôles se fait sur le ton de l'humour, le journaliste titrant le post « L'arroseur arrosé ». Nous retrouvons ici certaines caractéristiques du journaliste de communication, qui « agit comme vulgarisateur, conseiller, voire comme un proche entretenant une relation de familiarité à son public, le divertissant. Il se dépouille ainsi de toute posture de magistère » (Neveu, 2004).

Sur le site Quelcandidat.com, la dimension participative s'entend comme la production de contenus à deux voix. Les internautes ne sont pas cantonnés au commentaire comme c'est parfois le cas sur des sites se prévalant d'une participation des lecteurs. A l'inverse, les journalistes ne s'adonnent pas qu'à l'écriture d'articles, format pourtant plus prisé, mais réagissent aux contenus générés par les internautes, pour compléter le propos, en souligner l'intérêt ou répondre à une interpellation directe. La particularité de Quelcandidat.com – et plus spécifiquement du blog de La Murette – est de ne pas créer de barrière entre les deux niveaux de discours. Les concepteurs du site ont également pris soin de ne pas les faire se superposer de manière artificielle, mais de véritablement les imbriquer, le discours journalistique étant intégré à la parole des internautes et vice-versa. En cela, le projet se distingue de nombreuses plateformes de blogs et autres forums mis en place sur les sites de presse qui introduisent une distanciation entre parole profane et discours journalistique, le journaliste se mêlant rarement aux écrits des internautes (Touboul, 2006).

### **Conclusion**

En guise de conclusion, nous souhaiterions insister sur trois tendances qui se dégagent du succès de Quelcandidat.com et pourraient créer des émulations dans le monde de la presse en ligne.

#### ***L'importance de la communauté***

La plupart des sites développés aujourd'hui dans une logique Web 2.0 s'appuient sur des outils et des services visant à organiser des communautés d'utilisateurs, avec la mise à disposition de fonctionnalités de publication, de classement,

d'échange, de communication, de diffusion, etc. Pierre Bellanger, président de Skyrock (leader français pour l'hébergement de blogs à travers sa plateforme Skyblog), évoque l'importance de la communauté dans le succès d'un site de média : « Être un média communautaire signifie sans cesse faire disparaître l'unilatéral, sans cesse boucler avec la communauté [...] Il faut tout mesurer, tout montrer, chaque connecté doit vivre et participer aux pulsations de l'ensemble à chaque instant. La reconnaissance, le partage, la mise en avant, la valorisation sont fondamentaux » (Bellanger, 2006).

Sur Quelcandidat.com, ces outils ont été peu développés, le site ayant une durée de vie trop limitée pour construire et consolider une communauté. L'intérêt est pourtant central : outre la création d'une audience stable et fidèle, la création d'une communauté répond à une logique marketing en fournissant les conditions d'un modèle économique.

### *Un journalisme de proximité*

La seconde évolution est celle de l'avènement d'un journalisme de proximité. Dans le cas du blog de La Murette, cette proximité s'illustre à deux niveaux. Proximité géographique tout d'abord, le projet s'inscrivant dans la tendance actuelle de développement, aux Etats-Unis mais également en France, d'un journalisme hyperlocal, centré sur une commune ou un territoire bien délimité. Proximité avec le public ensuite, en créant les conditions d'un journalisme en phase avec les préoccupations de ses lecteurs.

### *Une véritable dimension participative*

Quelcandidat.com a sans doute ouvert la voie au développement de sites de presse qui intègrent véritablement la dimension participative dépassant la simple mise à disposition de procédures apparemment participatives mais qui demeurent en fait fortement unilatérales. Aujourd'hui, la plupart des grands sites de presse travaillent à la création de plateformes participatives que certains qualifient de collaborations « pro-am » en référence à ce mélange des contributions de professionnels et d'amateurs.

Dans cette ouverture à l'internaute, le site Quelcandidat.com a mis en évidence le rôle déterminant assumé par le journaliste, tant dans son activité informative traditionnelle que dans des formes d'intervention moins prisées (car jugées plus périphériques) que sont l'édition, la modération et l'animation. Le modèle s'éloigne par conséquent de la notion de « journalisme citoyen » qui diffuse le mythe du « tous journalistes » et de l'affranchissement de la médiation journalistique classique.



**Références bibliographiques**

- BRIN (C.), CHARRON (J.), de BONVILLE (J.), dirs, 2004, *Nature et transformation du journalisme*, Laval, Presses de l'université de Laval.
- BELLANGER (P.), 2006, « Des radios libres aux skyblogs », in *Le Débat* n° 139, p. 146-164.
- CROISSANT (V.), TOUBOUL (A.), 2006, « Discours journalistique et parole ordinaire : analyse d'un rendez-vous manqué », communication présentée à l'occasion du 8<sup>e</sup> colloque Brésil-France, à l'Institut de la communication et des médias (Université Stendhal), Echirolles, les 29 et 30 septembre [en ligne] [http://w3.u-grenoble3.fr/les\\_enjeux/2006-supplement/Croissant-Touboul](http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2006-supplement/Croissant-Touboul) (page consultée le 27 juin 2007).
- GILLMOR (D.), 2004, *We the Media. Grassroots Journalism by the People, for the People*, Beijing, O'Reilly.
- GILLMOR (D.), 2006, « From Dan: A Letter to the Bayosphere Community », 24 janvier [en ligne] [http://bayosphere.com/blog/dan\\_gillmor?from=100](http://bayosphere.com/blog/dan_gillmor?from=100) (page consultée le 23 juin 2007).
- JEANNE-PERRIER (V.), LE CAM (F.), PELISSIER (N.), 2005, « Les sites web d'auto-publication : observatoires privilégiés des effervescences et des débordements journalistiques en tous genres », in RINGOOT (R.), UTARD (J.M.), dirs, *Le journalisme en invention*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, p. 161-202.
- LE CAM (F.), « États-Unis : les weblogs d'actualité ravivent la question de l'identité journalistique », *Réseaux*, 2006/4 - n° 138, p. 139-158
- NEVEU (E.), 2004, *Sociologie du journalisme*, Paris, La Découverte.
- SCHAFFER (J.), "Les médias au service de la collectivité", *Revue électronique du département d'État des États-Unis*, vol. 6, n° 1 [en ligne], <http://usinfo.state.gov/journals/itgic/0401/ijgf/frgj-2.htm> (page consultée le 27 juin 2007).
- TESSIER (M.), 2007, *La presse au défi du numérique*, Rapport au Ministre de la Culture et de la Communication [en ligne] <http://www.culture.gouv.fr> (page consultée le 11 juin 2007).
- TOUBOUL (A.), 2006, « Interactivité des sites de presse: relégation et exploitation de la parole profane » in CHARTRON (G.), BROUDOUX (E.), dirs, *Document numérique et société. Actes de la conférence DocSoc – 2006 : semaine du document numérique*, Paris, ADBS, p. 279-289.
- TREDAN (O.), 2007, « Le "journalisme citoyen" en ligne : un public réifié ? », *Hermès*, n° 47.
- WATINE (T.), 2003, « De la convergence des métiers de la communication publique à l'hybridation des pratiques professionnelles : la nouvelle posture journalistique », *Les Cahiers du journalisme*, n°12, automne, p. 242-277.
- WATINE (T.), 2006, « De la multiplicité des procédés interactionnels dans les contenus de presse : vers un journalisme de conversation... », *Les Cahiers du journalisme*, n°16, automne, p. 70-103.