



**HAL**  
open science

## Espace public et intellectuels : du réseau social au champ de la blogosphère politique ?

France Aubin

► **To cite this version:**

France Aubin. Espace public et intellectuels : du réseau social au champ de la blogosphère politique ? . XVIIIe Congrès de l'AISLF, Jul 2008, Istanbul, Turquie. hal-01425906

**HAL Id: hal-01425906**

**<https://hal.science/hal-01425906>**

Submitted on 4 Jan 2017

**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.

## **Espace public et intellectuels : du réseau social au champ de la blogosphère politique?**

France AUBIN, professeure au département de communication sociale à l'UQTR

### **Résumé**

Certains estiment que les modalités du débat public ont subi d'importantes mutations (diversité des supports et des genres médiatiques, prise en compte de la complexité de la réception, etc.). Qu'en pensent les intellectuels, dont on attend précisément qu'ils contribuent au débat public ? L'auteure rend compte des résultats tirés de sa thèse de doctorat sur les stratégies d'occupation de l'espace public déployées par des intellectuels critiques de la globalisation et introduit ses réflexions sur la notoriété en ligne formulées dans le but d'étudier éventuellement une éventuelle nouvelle figure de l'intellectuel, celle du carnetier (ou blogueur). En parallèle avec cet intérêt pour de nouvelles figures intellectuelles se dessine fort évidemment celui d'une nouvelle notoriété et de la reconnaissance associée à la blogosphère comme modalité légitime de l'espace public.

**Mots-clés** : espace public, médias, Internet, intellectuels, blogs, blogosphère, notoriété

\*\*\*

### **1. ESPACE ET DÉBAT PUBLICS**

Mon intervention se divisera en deux temps : d'abord, je reviendrai sur ce que j'annonçais dans mon résumé, à savoir ce que pensent les intellectuels des modalités du débat public à partir des conclusions de ma recherche doctorale; puis, j'exposerai mes réflexions sur la notoriété en ligne et l'éventualité que la blogosphère puisse se voir accorder le statut de modalité légitimée de l'espace public, conférant ainsi potentiellement au carnetier ou au blogueur le statut de nouvelle figure intellectuelle.

La multiplicité des supports de sens et des genres médiatiques, le brouillage entre les fonctions d'éducation, de divertissement et d'information sans compter la prise en compte de la diversité de la réception par un public désormais considéré dans sa complexité culturelle et sociale, tout cela n'a pas été sans effet sur le débat public. Il semblerait que ses modalités aient subi d'importantes mutations au cours des dernières décennies: les points de vue divergent toutefois quant à leur nature. Pour les plus pessimistes, l'espace public, défini par George Leroux, comme « le lieu virtuel où les débats sur les enjeux fondamentaux peuvent avoir lieu »<sup>1</sup> aurait rétréci; le nombre de voix s'y faisant entendre aurait déchu. D'autres estiment au contraire que l'espace public a

---

<sup>1</sup> George Leroux, « Une heure avec Georges Leroux », Entrevue radiophonique diffusée pendant l'émission *Indicatif présent*, Première chaîne de la SRC, 21 octobre 2004.

En ligne. < <http://www.radio-canada.ca/radio/indicatifpresent/chroniques/41141.shtml> > Consulté le 30 juillet 2006.

augmenté tout en se diversifiant par ailleurs <sup>2</sup>: ainsi l'accès à l'espace public aurait connu une amélioration importante <sup>3</sup>. Pour ces derniers, il est vrai, l'espace public ne se limite pas aux modalités entourant la délibération politique (la sphère politique) mais englobe l'ensemble des structures de médiation culturelle et sociale<sup>4</sup>.

### 1.1 Qu'en pensent les intellectuels ?

Qu'en pensent les intellectuels, dont on attend précisément qu'ils contribuent au débat public ? Estiment-ils que l'espace public leur est plus largement ouvert ? Que l'Internet leur permet d'accéder virtuellement à un public dépassant les frontières nationales dans lesquelles circulent habituellement leurs interventions ? Ou se sentent-ils, au contraire, dépassés par un environnement médiatique où leur voix n'arrive plus à se faire entendre, noyée *dans la mêlée* des paroles devenues toutes équivalentes.

Dans le cadre de ma thèse, menée en communication, j'ai étudié les stratégies d'occupation de l'espace public déployées par des intellectuels <sup>5</sup> ayant critiqué la globalisation <sup>1</sup>. Il s'agissait de voir comment les promoteurs d'un point de vue minoritaire arrivaient à se faire entendre dans le double contexte de l'accélération de la globalisation des marchés et du discrédit généralisé des intellectuels. J'ai analysé trois types de stratégie, dont les stratégies de diffusion.

Je me suis penchée sur l'utilisation que faisaient les enquêtés des différents supports et médias à la fois comme consommateurs et comme producteurs d'informations. J'étais particulièrement intéressée de voir ce que pensaient les intellectuels du réseau des réseaux (Internet), surtout en ce qui a trait à son efficacité à diffuser leurs interventions. À cet égard, j'ai observé ce qu'on pourrait appeler des pratiques « paradoxales ». Avant d'exposer ce que j'entends par là, je vous propose d'abord un bref portrait de l'ensemble des stratégies de diffusion.

### 1.2 Des intellectuels mutants dans un espace public en mutation ?

Je n'ai pas observé de consensus absolu, ni grande innovation, chez mes enquêtés en matière de stratégies de diffusion. La majorité d'entre eux recouraient à des supports traditionnels pour la diffusion de leurs interventions et accordaient assez peu d'importance à l'Internet, qu'ils concevaient souvent uniquement comme support de reproduction et non comme un support de diffusion pour une production originale. *Par supports traditionnels, j'entends ici les documents imprimés et les conférences publiques.*

---

<sup>2</sup> Bernard Miège, « L'espace public : au-delà de la sphère publique », dans *Hermès* 17-18 *Communication et politique*. p. 49-62.

<sup>3</sup> Rémy Rieffel, *Sociologie des médias*, Édition Ellipses, Coll. Infocom. 2<sup>e</sup> édition, Paris. 2005

<sup>4</sup> Bernard Miège, *La société conquise par la communication*, t. 2 : *La communication entre l'industrie et l'espace public*, Grenoble, Éd. des Presses Universitaires de Grenoble. 1997, p. 172.

<sup>5</sup> L'intellectuel a été abordé par sa fonction de contribution à la formation de l'opinion publique et peut être décrit à partir de quatre caractéristiques : c'est une personne dotée d'une certaine notoriété; qui intervient publiquement ; sur des questions d'ordre social ou politique; à partir d'un positionnement idéologique explicite. Pour plus de détail, voir Aubin (2006).

Parmi les documents imprimés, on trouvait des articles dans la presse dite de référence, des articles dans la presse militante et des ouvrages de petits formats *ad hoc*, c'est-à-dire produits dans le cadre de mobilisations ponctuelles. Ces mobilisations pouvaient survenir en contexte électoral, référendaire, ou législatif, c'est-à-dire en vue ou en réaction à l'adoption possible d'un projet de loi. Pour les moins timides des enquêtés, les conférences publiques constituaient cependant le support de prédilection en raison de l'interactivité possible avec le public venu les entendre.

Après le support imprimé et la conférence publique, c'est la radio qui recueillait la faveur des intellectuels que j'ai rencontrés. En Europe, l'émission de Daniel Mermet, *Là-bas si j'y suis*, diffusée sur France Inter et au Québec, l'émission *Indicatif présent* animée par Marie-France Bazzo à la radio publique jusqu'en juin 2006 remportaient la palme radiophonique. La télévision a été mentionnée par les plus « médiatiques », mais elle reste le média le moins prisé par la majorité des intellectuels que j'ai rencontrés pour ma recherche. Certains y associaient un impact important et accepteraient d'y faire une intervention, mais le plus souvent, à contrecœur, estimant que le temps dont ils disposeraient serait trop bref ou que le ton des émissions ne favorise pas une discussion permettant de traiter en profondeur les enjeux importants du débat public.

Pour en revenir à l'Internet, la quasi-totalité des enquêtés disaient y recourir pour leurs propres recherches ou pour le travail en collaboration. Ils estimaient que le réseau des réseaux avait pu faciliter le traitement des informations et leur diffusion mais de manière générale, ils ne jugeaient pas que l'Internet avait changé radicalement la teneur ou la quantité de l'information en circulation ni démocratisé son accès.

### 1.3 Des intellectuels aux pratiques paradoxales

De fait, j'ai souvent constaté un écart important entre ce que les intellectuels attendent de l'Internet comme consommateurs d'informations et ce qu'ils en attendent comme producteurs d'où mon expression de « pratiques paradoxales »<sup>6</sup>. Parmi les réserves exprimées à l'égard de l'Internet, on retrouve l'idée que les personnes qui s'informent grâce à l'Internet sont déjà bien pourvues en information et donc que l'Internet maintient l'écart (voire le creuse) entre les *info-riches* et les *info-pauvres*. De plus, l'Internet constituerait une caisse de résonance inquiétante, répercutant à l'infini des textes qui, décodés hors de leur contexte d'origine, perdraient leur sens ou contribueraient à fausser le débat d'idées dans l'espace public. D'autres éprouvent une certaine ambivalence pragmatique à l'égard de l'Internet, jugeant que les organisations militantes dont sont proches les intellectuels disposent rarement des ressources nécessaires pour tenir à jour un site Web. Enfin, on fait valoir que l'Internet (le Web) est utile pour un groupe ayant déjà quelque chose en commun; pour mettre à disposition des informations pour des gens qui les cherchent, mais que la force demeure le contact personnel<sup>7</sup>, ce qui nous ramène à la question des réseaux sociaux devant précéder l'Internet et plus globalement, à la nécessité de prendre en

---

<sup>6</sup> Les enquêtés qui occupaient des fonctions de webmestre faisaient cependant exception : Philippe Rivière, webmestre et membre de l'équipe de rédaction du *Monde diplomatique*, Nico Hirtt, enseignant et animateur du site APED (Appel pour une école démocratique) et Gérard de Sélys, journaliste puis webmestre pour la RTBF, maintenant retraité.

<sup>7</sup> C'est notamment l'opinion de Dominique Wolton.

considération non seulement l'espace public dans sa composante politique mais aussi l'ensemble des structures de médiation culturelle et sociale.

## 2. LA NOTORIÉTÉ EN LIGNE

Au cours des derniers mois précédant la fin de ma recherche doctorale, je me suis intéressée à la notoriété en ligne. Même si mes résultats suggéraient un faible investissement de la part des intellectuels, j'avais le sentiment qu'il allait falloir bientôt se préoccuper de chercher à comprendre comment fonctionnait la reconnaissance hors des institutions déjà établies et plus précisément en ligne.

Si de toute évidence Internet ne constituait pas encore un espace public « légitime », conférant à certains individus une reconnaissance indiscutable, du moins aux yeux des autorités compétentes en matière de capital symbolique universitaire, je pensais que cela était susceptible de changer. Bourdieu avait déjà démontré dans *Homo Academicus* qu'il existait non pas une seule espèce de notoriété, ou une seule espèce de capital symbolique, mais plusieurs, en distinguant par exemple le prestige scientifique, le pouvoir universitaire et la notoriété intellectuelle<sup>8</sup>.

J'ai donc commencé à élaborer un modèle de reconnaissance à paliers (ou à escalier) pour tenter de comprendre le fonctionnement même de la notoriété, puis j'ai exploré les différentes modalités en contextes intellectuels autonome et hétéronome pour enfin esquisser une série d'indicateurs correspondant à une série d'espèces de capital symbolique, que je comparais à ceux qu'avaient mis au point respectivement Pierre Bourdieu et Christophe Charle. Il me semblait qu'une nouvelle figure intellectuelle était sur le point d'émerger, celle du carnetier (ou blogueur). J'y ai travaillé quelques mois, ai fait 2 ou 3 conférences sur la question, ai rédigé une note de recherche que j'ai soumise à un certain nombre de lecteurs, puis je suis retournée finir ma thèse à *la suggestion de mon directeur*. Le terrain conceptuel est resté en friche depuis, puisque j'ai été ensuite occupée à d'autres projets.

A l'heure actuelle, il m'est difficile d'évaluer avec précision la pertinence de mes intuitions mais elles m'apparaissent, au vu des sujets annoncés dans différents colloques, de certaines lectures et surtout du développement fulgurant de la blogosphère, accuser une certaine vraisemblance. Je constate aujourd'hui, avec plaisir, que d'autres chercheurs et militants ont établi toute une série de questions portant sur le débat public en ligne en lien avec la blogosphère et je voudrais proposer, bien modestement les miennes à partir des quelques réflexions évoquées plus tôt.

### 2.1 Le principe de la reconnaissance

Pour commencer à comprendre ce qu'est la notoriété en ligne, il faut d'abord chercher à comprendre ce qu'est la notoriété, que j'assimile ici à la reconnaissance, et que le dictionnaire définit, depuis le 19<sup>e</sup> s. comme le fait d'être connu avantageusement<sup>9</sup>. Détenir une notoriété, c'est se voir reconnu un capital symbolique. Pour être reconnu, il faut donc que quelqu'un vous reconnaisse. Cela signifie que la notoriété en ligne ne peut être auto-attribuée. Pour attribuer une notoriété (et établir les indicateurs correspondants), il faut être compétent, c'est-à-dire être

<sup>8</sup> Ce que je préfère nommer notoriété médiatique pour plus de clarté.

<sup>9</sup> *Le nouveau Petit Robert de la langue française*, 2007, p. 1706

soi-même reconnu. C'est ce que j'appelle le principe de la reconnaissance <sup>10</sup>. Une autorité compétente est donc nécessaire pour établir une nouvelle espèce de notoriété. Cela signifie qu'en principe ce ne sont pas des acteurs de la blogosphère qui peuvent attribuer la « notoriété en ligne » <sup>11</sup> à d'autres acteurs de la blogosphère. La notoriété doit être attribuée ou reconnue par un acteur déjà reconnu, une autorité. Ainsi l'existence même de la blogosphère <sup>12</sup> n'a commencé à être prise en compte qu'à partir du moment où ont parlé d'elle des médias consacrés. Il ne suffit donc pas d'être connus, ou populaires, pour détenir une certaine notoriété. Il faut qu'une autorité (compétente), elle-même reconnue par une série d'indicateurs, vous accorde cette notoriété <sup>13</sup>.

## 2.2 La reconnaissance à escalier (ou à paliers)

Si la différence entre la popularité (être connu) et la notoriété (être reconnu) apparaît appartenir au sens commun, elle se fait moins nette lorsqu'on se pose par exemple la question suivante : les annuaires spécialisés, comme *Top Blogues* constituent-ils des indicateurs de notoriété ou des indicateurs de popularité ? Quel titre décernent-ils ?

Ma réponse qui ne saurait être que provisoire et forcément fragmentaire serait de dire que la notoriété est toujours déléguée, même en mode autonome, c'est-à-dire qu'elle n'est encore dans ces cas-là qu'une autorité autorisée par le champ du pouvoir <sup>14</sup>. Ainsi c'est l'État qui détermine les sommes allouées aux organismes subventionnaires de recherche et qui accepte de déléguer ses pouvoirs aux responsables scientifiques qui les composent. Pour répondre à la question soulevée à propos des annuaires de blogues, il s'agit donc alors de localiser le lieu du pouvoir pour arriver à déterminer si l'instance qui juge, classe, promeut ou au contraire, condamne un contenu en ligne, en est le prolongement ou non. Je serai portée à dire sans en avoir approfondi la question que le classement établi sur le site de TV5 est plus proche de la notoriété que *Top Blogues*, à propos duquel il faudrait alors de popularité.

Il faut admettre toutefois qu'en contexte de mutation, le jugement en la matière est difficile à rendre, c'est-à-dire qu'on ne perçoit qu'avec le temps le déplacement du pouvoir. Si aujourd'hui on établit avec Christophe Charle que le pouvoir symbolique de dire la vérité est passé à la fin du

---

<sup>10</sup> Et qui s'inspire essentiellement des articles de Bourdieu sur les actes de langage, regroupés dans *Ce que parler veut dire*.

<sup>11</sup> A ne pas confondre avec la popularité. Deux outils de notoriété interne (ou légitimité restreinte) existent : « popularity through citations, as well as popularity through affiliation » (i.e. blogroll). The basic conclusion from studies of the structure of blogs is that while it takes time for a blog to become popular through blogrolls, permalinks can boost popularity more quickly, and are perhaps more indicative of popularity and authority than blogrolls, since they denote that people are actually reading the blog's content and deem it valuable or noteworthy in specific cases.[6] Source Wikipedia (référéncée sur la page Web des blogues de BBC, ce dernier extrait renvoie d'ailleurs à une conférence). <http://en.wikipedia.org/wiki/Blog> Page consultée le 4 juillet 2008

<sup>12</sup> Le titre de personnalité de l'année 2006 (*Time's person of the year*) a été décerné à la blogosphère entendue ici comme l'ensemble de ses rédacteurs (« you »).

<sup>13</sup> Bien entendu, on peut aussi se dire que tout le travail de promotion ou de légitimation de la blogosphère réalisé par les médias s'inscrit dans une démarche d'auto-promotion implicite dans la mesure où les médias produisent aujourd'hui eux-mêmes des blogues. Parmi les questions qu'il pourrait être intéressant de creuser, on pourrait chercher à voir si les blogues valorisés par les médias appartiennent à la sphère médiatique traditionnelle. Quelle part les médias font-ils au journalisme dit « citoyen » ? Se pourrait-il que les médias valorisent les blogues professionnels dans un effort de récupération symbolique ?

<sup>14</sup> C'est la raison pour laquelle on dit du champ « intellectuel » qu'il occupe le pôle dominé du champ dominant qu'est le pouvoir.

19<sup>e</sup> s des militaires aux intellectuels (dreyfusards), il aura fallu mettre un certain temps pour connaître l'issue durable de l'affrontement symbolique et donc pour localiser le nouveau lieu du pouvoir <sup>15</sup>. Il y a fort à parier que peu de gens percevaient alors ce qu'allaient représenter, dans l'histoire occidentale, les intellectuels <sup>16</sup>. En d'autres termes, il est difficile de savoir quand et comment l'internet, et plus particulièrement la blogosphère, sera perçue comme un espace public légitime par les autorités en mesure de poser un tel jugement et donc de la consacrer comme un lieu de débat public significatif <sup>17</sup>.

### 2.3 La blogosphère politique, une nouvelle modalité de l'espace public légitime ?

Mes dernières lectures me suggèrent néanmoins que ça ne devrait pas tarder. Les indices que j'avais élaborés : références aux blogues politiques dans les médias, y compris dans la presse de référence <sup>18</sup> ; et surtout, la traduction du capital symbolique d'un carnetier dans une autre espèce de capital symbolique font déjà partie de l'histoire. Non seulement trouve-t-on des références aux blogues politiques dans les médias mais des blogueurs ont été embauchés dans des médias traditionnels. Serait-ce déjà le moment de s'installer pour observer le lent mais inexorable glissement des plaques tectoniques symboliques ? À moins qu'au contraire, on puisse interpréter la montée en puissance et donc en notoriété des blogueurs comme le réaménagement des anciennes frontières entre le commentaire et l'information, entre le divertissement et la consommation ? Comme un retour à une certaine division du travail, qui prévalait avant l'avènement des presque anciennes nouvelles technologies.

Si on excepte la multiplicité des médias potentiellement utilisés et la rapidité des échanges, à première vue, il n'y a rien de vraiment nouveau dans le contenu d'un blogue ; la blogosphère politique offre d'ailleurs une étonnante ressemblance avec la presse d'opinion. Néanmoins, la spécialisation de la blogosphère en thèmes (politique, sport, éducation, voyage, cuisine...), en supports (ordinateur, téléphone...), en types d'auteurs (personnels, médiatique, corporatifs...), en médias (vidéo, texte...); la popularité des nombreux annuaires spécialisés en blogues produits par des moteurs de recherche déjà bien en vue <sup>19</sup> ; les principes mêmes qui s'affrontent pour régir ses différents classements, et enfin, le travail d'analyse fascinant qui porte sur le réseautage des blogues via les hyperliens <sup>20</sup>, tout cela me suggère la naissance d'un nouveau champ en train de se structurer, même si les adeptes de la culture Wiki préfèrent y voir un réseau social où

---

<sup>15</sup> Ou en termes moins schématiques, la nouvelle structuration du champ du pouvoir, avec ses pôles dominant et dominé.

<sup>16</sup> Qu'on qualifie encore souvent d'« à la française » ou au contraire qu'on assimile aux intellectuels dans leur ensemble, comme une métonymie symbolique à l'échelle culturelle.

<sup>17</sup> Mon propos n'est pas d'adhérer à une quelconque légitimité, mais bien de suggérer une interprétation des formes de légitimation par le politique. La légitimation dont je parle n'est pas de mon fait. Il ne faut donc pas entendre ici le terme légitimité au sens où l'entend Patrick Champagne (*Faire l'opinion*) quand il entreprend de défendre la légitimité des mobilisations collectives comme forme d'opinion publique, s'opposant alors aux formes légitimées par le pouvoir (les sondages notamment).

<sup>18</sup> Antoine Robitaille, « Révolte contre Dumont parmi la droite de l'ADQ » dans *Le Devoir*, édition des 28 et 29 juin 2008. Aussi en ligne : <http://www.ledevoir.com/2008/06/28/195751.html> Page consultée le 29 juillet 2008

<sup>19</sup> C'est-à-dire ayant déjà fait l'objet de reconnaissance par une autorité compétente.

<sup>20</sup> Qui n'est pas sans rapport avec la démarche de la scientométrie. Il existe d'ailleurs tout un champ de spécialisation de la bibliométrie en ligne et certains outils visant à dessiner les réseaux d'influence au moyen des hyperliens.

s'interconnectent un ensemble de communautés <sup>21</sup>. Il faudra voir bien sûr si les nouveaux acteurs sont véritablement nouveaux ou si plus simplement, ils ont migré d'un dispositif à l'autre, ce qui suggérerait alors le brouillage des frontières entre les médias traditionnels (*mainstream media*) et la blogosphère (à tout le moins politique), brouillage qui pourrait bien ne durer que le temps qu'un nouvel modèle économique ne soit mis en place pour la configuration des nouveaux supports de sens.

Il me tarde donc d'entendre les chercheurs qui ont entrepris l'étude de la blogosphère. S'ils arrivaient à conclure qu'elle constitue l'une des facettes de l'espace public contemporain « légitime », et octroyant à ses auteurs, les carnetiers, un rôle central dans le débat public, un « pouvoir d'influence » (pour le dire dans des termes qui se rapportent à l'histoire des intellectuels), ces chercheurs seraient alors tenus, à leur tour, après les Habermas, Fraser, Miège, Sénécal, George, Gingras et bien d'autres, d'en explorer les limites, au risque dans le cas contraire, de sombrer tout à fait dans l'utopie de la culture WIKI.

### Bibliographie

AUBIN France (2006), *La « Nouvelle résistance » : les stratégies de publicisation déployées par des intellectuels critiques de la globalisation (1994-2005)*. Montréal : Université du Québec à Montréal, Thèse de doctorat en communication.

BOURDIEU Pierre (1984) *Homo Academicus*. Paris : Les Éditions de Minuit.

BOURDIEU Pierre (2001) [1982] *Langage et pouvoir symbolique*, Paris : Fayard, Seuil

CHAMPAGNE Patrick [1990] (2001), *Faire l'opinion. Le nouveau jeu politique*. Coll. « Le sens commun », Paris : Éditions de Minuit.

LEROUX George (2004), « Une heure avec Georges Leroux », Entrevue radiophonique diffusée pendant l'émission *Indicatif présent*, Première chaîne de la SRC, 21 octobre 2004.

En ligne. < <http://www.radio-canada.ca/radio/indicatifpresent/chroniques/41141.shtml> > Consulté le 30 juillet 2006.

MIÈGE Bernard (1995), « L'espace public : au-delà de la sphère publique », dans *Hermès 17-18 Communication et politique*. p. 49-62.

MIÈGE Bernard (1997), *La société conquise par la communication, t. 2 : La communication entre l'industrie et l'espace public*, Grenoble, Éd. des Presses Universitaires de Grenoble.

ROBERT. Paul. 2006. *Le nouveau Petit Robert de la langue française (2007)*, Paris, Éditions Le Dictionnaires Le Robert - SEJER

---

<sup>21</sup> « Blogosphere is a collective term encompassing all blogs and their interconnections. It is the perception that blogs exist together as a connected community (or as a collection of connected communities) or as a social network. »  
Wikipedia En ligne < <http://en.wikipedia.org/wiki/Blogosphere> > Page consultée le 4 juillet 2008



RIEFFEL Rémy (2005), *Sociologie des médias*, Édition Ellipses, Coll. Infocom. 2<sup>e</sup> édition, Paris.

ROBITAILLE Antoine (2008), « Révolte contre Dumont parmi la droite de l'ADQ » dans *Le Devoir*, édition des 28 et 29 juin 2008. Aussi en ligne :

< <http://www.ledevoir.com/2008/06/28/195751.html> > Consultée le 29 juillet 2008

WIKIPEDIA (2008),« Blog » En ligne < <http://en.wikipedia.org/wiki/Blog> > Page consultée le 4 juillet 2008

WIKIPEDIA (2008),« Blogosphere » En ligne < <http://en.wikipedia.org/wiki/Blogosphere> > Page consultée le 4 juillet 2008

---