

## **Intervenir autrement**

**Cyril Lemieux, sociologue-blogueur pendant la campagne présidentielle de 2007**

Publié dans *Terrains & travaux*, n°15, pages 51-79.

Eric Dagiral et Sylvain Parasio

Laboratoire Techniques, Territoires et Sociétés (LATTS)  
Université Paris-Est / Marne-la-Vallée

### Contact :

Université de Marne la Vallée  
Cité Descartes - Rue Galilée  
Champs-sur-Marne  
77454 Marne la Vallée Cedex 2

[sylvain.parasio@univ-paris-est.fr](mailto:sylvain.parasio@univ-paris-est.fr)

[eric.dagiral@univ-paris-est.fr](mailto:eric.dagiral@univ-paris-est.fr)

33 (0)1 60 95 73 26

À l'heure où les pouvoirs publics manifestent un désintérêt croissant à l'égard des sciences humaines et sociales, la communication des chercheurs à destination du grand public s'avère particulièrement urgente. Jusqu'à une période récente, une telle démarche imposait le passage par les professionnels des médias : journalistes, professionnels de l'édition, réalisateurs de documentaires. Les sociologues ont souvent pointé, d'une façon plus ou moins critique, les contraintes exercées par ces professionnels sur leurs interventions. Pierre Bourdieu affirmait que les journalistes, fascinés qu'ils sont par les classements entre intellectuels, valorisent des « intellectuels médiatiques » qui n'ont aucune valeur du point de vue du champ académique (Bourdieu, 1984). Des études déjà anciennes ont par ailleurs mis l'accent sur la figure du journaliste vulgarisateur qui rechercherait la reconnaissance du monde scientifique tout en s'adressant à des classes petites-bourgeoises en attente de promotion sociale (Boltanski et Maldidier, 1970). On peut s'attendre à ce que les chercheurs en sciences sociales investissent le web pour profiter d'un relâchement de ces contraintes. D'abord, parce qu'il rend moins nécessaire le passage par le professionnel des médias ou permet une diversification des professionnels, le coût d'entrée étant nettement plus faible que dans les médias traditionnels. Ensuite parce que le chercheur est susceptible de disposer d'une liberté formelle nettement plus grande puisqu'il peut organiser son discours comme il l'entend, sans se soumettre aux impératifs journalistiques classiques. Enfin, parce qu'en s'exprimant en ligne, le sociologue est en mesure d'avoir des réactions plus directes avec son public. Si tout ceci reste hypothétique, on peut néanmoins se demander dans quelle mesure ces possibilités offertes par le web sont susceptibles d'être investies par les sociologues et dans quelle mesure cela donne lieu à un renouvellement de leurs formes d'intervention publique.

Mais l'intervention publique des chercheurs en sciences sociales ne se réduit pas à une question d'espace médiatique. Encore faut-il savoir de quelle manière intervenir. Sans prétendre à l'exhaustivité, on peut pointer plusieurs modes d'intervention différents. L'*expert*, tout d'abord, vient faire état publiquement des résultats de ses recherches. Il revendique une parole objective et politiquement neutre, et on attend de lui qu'il tienne un discours vrai sur la société – vrai parce que politiquement neutralisé –, susceptible d'informer la décision des pouvoirs publics ou des citoyens. L'*engagé* rejette lui cette forme de neutralité pour

E. Dagiral, S. Parasié (2009), « Intervenir autrement. Cyril Lemieux, sociologue-blogueur pendant la campagne présidentielle de 2007 », *Terrains et travaux*, n°15, p. 57-79.

revendiquer des engagements politiques et moraux qu'il inscrit, totalement ou partiellement, dans la continuité de ses recherches<sup>1</sup>. Le *vulgarisateur* est celui qui endosse une posture plus pédagogique, de façon à diffuser auprès du public des connaissances issues de la recherche. Parmi les autres modes d'intervention aujourd'hui minoritaires, figure celle du *grand intellectuel* – qui, à l'instar du Pierre Bourdieu de la seconde moitié des années 1990, délivre une parole de type prophétique qui prétend s'identifier à la sociologie<sup>2</sup> – et celui du *promeneur*, qui rend compte sur un mode subjectif assumé de son activité et du monde de la recherche<sup>3</sup>.

Dans cet article, nous avons étudié une expérience singulière, qui a pris corps sur le site web d'un média traditionnel et qui s'identifie à un autre mode d'intervention. Il s'agit du blog intitulé « Prises de parti journalistiques » tenu par Cyril Lemieux, sociologue à l'École des hautes études en sciences sociales, entre février et mai 2007. Hébergé sur le site lemonde.fr, ce blog se donnait pour objet « les médias au cœur de la présidentielle » et se revendiquait d'une « inspiration sociologique ». Ce sociologue présente deux traits importants. En premier lieu, il est spécialiste des médias – ses terrains ont concerné la presse écrite quotidienne (nationale et régionale), la presse magazine et l'information télévisée – et ses recherches ont majoritairement porté sur le travail journalistique et les critiques qu'il suscite dans l'opinion. En second lieu, ses recherches s'inscrivent dans la perspective dite de « sociologie de la critique » tracée à partir de la seconde moitié des années 1980 par Luc Boltanski et Laurent Thévenot. Il est assez donc intrigant d'observer de quelle manière un sociologue spécialiste des médias et de la critique des médias a mis en place un blog lui laissant, d'une part, une certaine liberté dans l'écriture et dans les formes de l'argumentation et le confrontant, d'autre part, à la critique des internautes.

Outre une étude des textes et des commentaires du blog, notre enquête s'appuie sur un entretien conduit auprès de C. Lemieux en juin 2008, soit un peu plus d'un an après l'arrêt de son blog.

## **Le sociologue peut-il être un blogueur comme les autres ?**

---

<sup>1</sup> Le projet de la sociologie bourdieusienne s'identifie à la volonté de tenir un discours critique qui s'appuie sur l'objectivité de la méthode scientifique. Mais il existe bien d'autres modes engagés.

<sup>2</sup> Jérôme Truc (2002) a étudié ce mode d'intervention dans cette revue à partir du film *La sociologie est un sport de combat*, consacré à Pierre Bourdieu.

<sup>3</sup> Ce mode d'intervention vise moins le grand public. Nous pensons à quelques blogs de sociologues français qui s'adressent au public des chercheurs et universitaires en sciences sociales et qui évoquent le métier de chercheur sous un mode subjectif revendiqué. « Le piéton de Berlin », un blog aujourd'hui disparu de Jean-Louis Fabiani, était sans doute le plus révélateur de cette posture.

E. Dagiral, S. Parasié (2009), « Intervenir autrement. Cyril Lemieux, sociologue-blogueur pendant la campagne présidentielle de 2007 », *Terrains et travaux*, n°15, p. 57-79.

En janvier 2007, C. Lemieux est contacté par un journaliste du monde.fr pour couvrir la campagne présidentielle en sa qualité de spécialiste des médias. L'objectif de la rédaction est alors de constituer un ensemble de blogs tenus par des spécialistes qui livreraient au jour le jour leurs analyses de la campagne. S'engage alors une négociation entre les deux parties qui conduit à l'ouverture du blog et à la publication du premier billet le 1<sup>er</sup> février 2007. Penchons-nous sur cette phase expérimentale qui voit le sociologue définir non seulement l'objet du blog mais aussi quelques principes d'écriture.

**« Je ne vais pas faire un blog à la première personne »**

Devant la proposition qui lui est faite, C. Lemieux exprime d'abord son refus de tenir un blog à la première personne qu'il associe à une attitude narcissique.

*En tant que lecteur de blogs, ce qui m'énerve beaucoup, c'est le narcissisme, c'est cette prise de position à la première personne. Par exemple des journalistes, bon il ne faut pas que je m'énerve, un peu veules en public, qui racontent ensuite les coulisses. Des trucs comme ça. Ils disent leur opinion, bon ben on s'en fout en fait. Je me dis « en quoi l'opinion des personnes a un intérêt ? » (...) Et donc moi, quand on m'a proposé de faire un blog, je ne voulais pas que ce soit un blog où je parlais de ma vie, de mes opinions.*

L'exercice n'a donc à ses yeux qu'un intérêt très limité s'il s'agit d'exprimer des opinions personnelles. Ceci reflète d'abord une prise de position à l'encontre de l'image sociale du blog comme espace d'expression de l'intime. Mais plus fondamentalement, C. Lemieux prend ici position sur le type de narration qu'il souhaite produire, même si les choses sont encore assez ouvertes à cette étape. Un point lui importe dès le départ : il n'évoquera pas ses opinions personnelles sur la campagne, les candidats ou les journalistes<sup>4</sup>. Il ne fera pas non plus le récit d'événements personnels ou professionnels. Au lieu d'exprimer des opinions, C. Lemieux veut d'emblée se placer en narrateur sociologue qui produit des « discours d'inspiration sociologique ».

---

<sup>4</sup> Un autre sociologue, Philippe Corcuff, qui n'a pas à proprement parler tenu de blog mais a coutume d'exprimer publiquement ses engagements politiques en continuité de ses analyses sociologiques, a souvent été pris pour cible par des militants et parfois des sociologues qui lui reprochaient d'être devenu un « intellectuel médiatique ». Il fait le récit de son expérience dans un entretien (Corcuff, 2007).

E. Dagiral, S. Parasié (2009), « Intervenir autrement. Cyril Lemieux, sociologue-blogueur pendant la campagne présidentielle de 2007 », *Terrains et travaux*, n°15, p. 57-79.

*Il fallait que ce soit sur la présidentielle et les médias, puisqu'ils venaient me chercher en tant que spécialiste des médias. Moi j'ai mis en avant un troisième pôle qui était la sociologie, donc je leur ai dit « je ne vais pas faire un blog à la première personne, je vais faire quelque chose où je parlerai de ma discipline et de quelle manière elle peut éventuellement permettre d'éclairer, à chaud ». Je ne m'attendais pas à faire de la sociologie, mais plutôt des discours d'inspiration sociologique, éclairer à chaud ce qui se passait, ce qu'on voyait à la télé notamment, dans les médias et sur les blogs justement.*

L'objectif défini au départ est donc relativement ouvert – *éclairer à chaud le traitement médiatique de la campagne au moyen de la sociologie* – et les deux parties s'entendent pour procéder à un essai. Au départ, le blog ne sera pas plus visible pour l'internaute qui consulte le site que le blog de n'importe quel abonné du monde.fr. Si elle le juge intéressant, la rédaction prévoit à terme d'accroître la visibilité du blog en le plaçant sur la liste des « blogs recommandés », accessible sur la page d'accueil du monde.fr. Seule véritable contrainte imposée au sociologue : la nécessité de publier trois billets par semaine.

*Il y avait un accord qui était entre nous de trois posts par semaine, et ils n'arrêtaient pas de me dire « mais si vous voulez, vous faites trois lignes ! ». Alors leur modèle au monde.fr, enfin il y en a deux, c'est Pisani, et encore plus fort, Assouline. Il a quinze milles visites par jour depuis des années, et souvent ça leur sert de référence. Alors ils me disent : « regardez, Assouline ce matin, il a mis : 'ce matin, je n'ai rien à dire'. » C'est un peu le journal de Louis XVI : « aujourd'hui, R. A. S. ». Ils me disaient : « c'est génial le mec il a le courage de dire qu'il n'a rien à dire ». Moi je ne voyais pas ça comme ça, donc c'était difficile.*

Une tension apparaît ici entre la position, défendue par le journaliste, selon laquelle les billets doivent être courts et publiés à intervalles restreints, et la volonté de C. Lemieux d'écrire *en sociologue*. Pour les journalistes, on sait que l'expansion de la forme blog a correspondu à une intensification du rythme de publications souvent plus courtes (Matheson, 2004). Pour C. Lemieux, ceci heurte les habitudes académiques qui impliquent la publication à intervalles de plusieurs mois de textes nettement plus longs. Mais ceci n'est pas uniquement une question d'habitudes professionnelles pour C. Lemieux : écrire en sociologue, ou tout au moins produire des discours d'inspiration sociologique, exige la mise en œuvre de compétences qui ne cadrent pas facilement avec ces contraintes de rythme.

**« Vulgariser non pas des connaissances, mais plutôt un mode de connaissance »**

E. Dagiral, S. Parasio (2009), « Intervenir autrement. Cyril Lemieux, sociologue-blogueur pendant la campagne présidentielle de 2007 », *Terrains et travaux*, n°15, p. 57-79.

S'exprimer en sociologue auprès du grand public peut prendre des formes très différentes. L'expertise constitue une forme répandue de l'intervention publique du chercheur, et notamment du sociologue. S'appuyant sur ses recherches personnelles ou sur celles de ses collègues, le sociologue expert prétend livrer un discours vrai sur la société. Ce registre d'intervention, dans lequel les connaissances transmises ne sont pas discutables, postule une coupure nette entre l'expert (qui dit le vrai) et le profane (qui n'a pas les ressources pour mettre en question des arguments qui ont été éprouvés dans le monde académique). D'emblée, C. Lemieux met à distance la posture d'expert et souhaite conserver le caractère discutable des arguments sociologiques qu'il exposera.

*Les arguments scientifiques sont par essence des choses discutables, qui doivent être discutées et non pas reçues sans esprit critique. L'idée d'asséner des arguments d'autorité, ce n'est pas une attitude scientifique. Alors dans le cadre d'un tel blog, on ne peut pas non plus faire de la science, c'est pour ça que je l'ai toujours présenté comme un « blog d'inspiration sociologique ». Ce n'est pas le lieu où l'on va discuter des arguments. Mais l'idée, c'est de les présenter d'une manière qui laisse la porte ouverte aux réfutations éventuelles, ou au fait que du moins les gens peuvent objecter, contester – de toute façon ils peuvent le faire. Mais disons, de les présenter immédiatement dotés de cette possibilité de réfutation. En même temps, ce n'est pas un vrai espace de discussion qui irait jusqu'au bout.*

Le sociologue dessine ici un espace qui est défini par deux refus. Ni espace dans lequel des connaissances sociologiques sont présentées comme non discutables ; ni véritable espace de discussion sociologique, lequel serait incompatible avec l'idée de s'adresser à un public de non-sociologues. L'objectif que C. Lemieux assigne à son blog s'identifie donc à une forme originale de vulgarisation. Il s'agit de proposer à l'internaute d'entrer dans un mode de discussion qui s'apparente, sans s'y confondre, à une discussion scientifique.

*Parce qu'en fait qu'est-ce que ça veut dire vulgariser ? Ce n'est pas vulgariser des connaissances, c'est vulgariser un mode de connaissance, c'est permettre aux gens de rentrer dans ce régime de discussion scientifique. Et tant qu'on ne l'a pas fait, on est du côté des arguments d'autorité que les gens peuvent épouser sans esprit critique, ou qu'ils peuvent rejeter parce qu'ils sont contraires à leurs croyances.*

Autrement dit, l'objectif du sociologue est ici de familiariser le lecteur au raisonnement sociologique, et non pas de lui transmettre les résultats de la recherche sociologique déjà faite. Une telle démarche ne tombe pas du ciel. Elle s'inscrit dans la continuité des recherches sociologiques de C. Lemieux. La sociologie de la critique, et plus largement le courant de la sociologie pragmatique, mettent en effet l'accent sur le fait que les personnes disposent de

E. Dagiral, S. Parasié (2009), « Intervenir autrement. Cyril Lemieux, sociologue-blogueur pendant la campagne présidentielle de 2007 », *Terrains et travaux*, n°15, p. 57-79.

compétences critiques, et qu'il n'y a pas de différences de nature entre le raisonnement scientifique et le raisonnement ordinaire (Boltanski, 1990 ; Boltanski et Thévenot, 1991). Cette signification particulière que C. Lemieux attribue à ce projet de blog s'identifie également aux interventions passées du sociologue en direction d'un public de non-sociologues. Ayant consacré une grande partie de ses recherches au travail des journalistes et aux critiques qu'ils suscitent, il s'est exprimé à plusieurs reprises auprès de publics non académiques.

*Ça m'arrive de faire des interventions publiques, dans des associations par exemple. Bon, généralement, sur mes thèmes de recherche : les médias, la critique des médias, la critique du journalisme. (...) Il y a un intérêt pour le détour qui est proposé par la sociologie, c'est-à-dire qu'il y a toujours une surprise chez les gens. Ils sont surpris parce que par exemple sur un thème comme la critique des médias, si on fait à peu près correctement le travail, on ne rentre pas spontanément comme eux dans la critique. Donc on détourne un peu... (...) je pense que l'effet est relativement superficiel et éphémère mais pas absolument inutile, parce qu'à mon avis on peut faire passer quelques messages importants qui consistent par exemple à dire : « il y a certaines choses que vous n'avez pas le droit de dire, il y a des contrevérités, vous pouvez continuer à dire ce que vous voulez mais ça non ! ».*

Dans la phase de négociation avec les membres de la rédaction, C. Lemieux formule donc deux principes qui s'inscrivent dans la lignée de son parcours sociologique et de ses expériences d'interventions auprès de publics de non-sociologues. Mais cette écriture sociologique d'un genre particulier demande maintenant à se traduire dans une forme précise. L'espace argumentatif qui se dessine est pour le moment défini de façon négative : il s'agit ni de diffuser des connaissances sociologiques indiscutables, ni de recréer un véritable espace de discussion académique.

### **Mettre au point une forme argumentative**

Le 8 mai 2007, quand C. Lemieux publie le dernier billet de « Prises de parti journalistique », son blog a rencontré un certain succès. Il totalise 330 000 visites jusqu'à cette date tandis que le nombre de commentaires suscité par chaque billet dépasse régulièrement la trentaine<sup>5</sup>. La rédaction l'a placé dans sa liste des blogs recommandés, et il apparaît presque systématiquement en première page du site. À plusieurs reprises, des billets du blog ont été

---

<sup>5</sup> Ce qui, en comparaison des blogs populaires hébergés par le monde.fr, est inférieur à la moyenne du nombre de commentaires du blog de Pierre Assouline, mais comparable à celui du blog de Francis Pisani consacré aux nouvelles technologies.

E. Dagiral, S. Parasio (2009), « Intervenir autrement. Cyril Lemieux, sociologue-blogueur pendant la campagne présidentielle de 2007 », *Terrains et travaux*, n°15, p. 57-79.

référéncés dans les titres principaux du journal en ligne, lui procurant une audience importante. Comme l'ont montré Dominique Cardon et Hélène Delaunay (2006), ce qui explique le succès d'un blog (mesuré par l'audience et la régularité des posts), c'est la capacité de son auteur à trouver une forme d'énonciation qui permette d'attacher un public à des contenus. Quand on examine de près « Prises de parti journalistique » et quand on interroge son auteur, on comprend que cet attachement, s'il est manifeste à partir du mois de mars, n'a pas été immédiat. C'est au terme d'une petite dizaine de posts publiés dans la première quinzaine du mois de février que le sociologue trouve « sa » forme argumentative.

**« J'essaierai de moins confondre un blog avec un séminaire... »**

Dans les billets qu'il publie durant la première quinzaine de février, C. Lemieux évoque l'objet sur lequel a porté la grande partie de ses recherches – l'éthique journalistique – et cherche à expliquer pourquoi les journalistes font apparemment tant de fautes professionnelles. Ces premiers posts sont d'une taille importante (entre 3 000 et 7 000 signes) et l'argumentation qui y est tenue emprunte plusieurs traits de l'écriture académique : un narrateur qui est un chercheur (« *Dans un travail précédent, j'ai proposé de styliser ces règles de la façon suivante* ») ; des citations d'auteurs et d'ouvrages (« *je conseille vivement la lecture du livre de Sylvie Blum...* ») ; l'emploi de concepts issus de ses travaux (« *La distanciation énonciative* », « *L'anticipation des ruptures de coopération* »). La campagne présidentielle qui se déroule à cette époque est mentionnée dans ces billets, mais majoritairement au milieu ou à la fin de l'argumentation, comme exemple appuyant la démonstration qui est tenue. Autrement dit, le mouvement de l'argumentation s'appuie surtout sur la présentation d'analyses tirées des recherches du sociologue, l'actualité de la couverture médiatique de la campagne intervenant *a posteriori* comme illustration de ses thèses. C'est ce que montre le passage que nous reproduisons en figure 1 : la notion de format, que l'auteur a particulièrement travaillée dans ses recherches personnelles, est ensuite illustrée au moyen d'une conversation concernant le choix d'une couverture de Paris-Match sur laquelle apparaît un Sarkozy mal rasé.



E. Dagiral, S. Parasio (2009), « Intervenir autrement. Cyril Lemieux, sociologue-blogueur pendant la campagne présidentielle de 2007 », *Terrains et travaux*, n°15, p. 57-79.

**Le respect des formats**



**MEDIAMETRIE**

Par « format », j'entends non seulement la longueur d'un article ou la durée d'un reportage, mais encore son angle, son « concept », son rythme, ses schémas narratifs, le mode de distribution des tours de parole qui y prévaut, la distance aux protagonistes qui y est instaurée, etc. C'est à travers le respect de formats qu'ils n'ont généralement pas conçus eux-mêmes, que s'exercent pour les journalistes les **contraintes commerciales** de leur activité. En télé par exemple, émissions et reportages devront être suffisamment « punchy », « sexy », « proches des gens », « simples », etc., c'est-à-dire capables de maintenir un niveau d'intérêt suffisant chez les téléspectateurs. La logique des invitations politiques à la télévision (en dehors de la période de campagne officielle), mais aussi la décision de couvrir tel ou tel candidat, meeting ou événement politique, et surtout, la détermination des modes de traitement et de cadrage de l'information, (voir en ce sens, Jacques Gerstlé, Olivier Duhamel, Dennis Davis, « La couverture télévisée des campagnes présidentielles », *Pouvoirs*, 63, 1992) s'expliquent pour l'essentiel par le souci des journalistes de satisfaire de telles contraintes de format.

Le *Canard Enchaîné* de la semaine dernière dont je me suis déjà servi, nous en fournit un bon exemple :

« Il est partout, le Monsieur Internet de l'UMP. Loïc Le Meur, vibrionnant supporter de Sarko, raconte sur son blog comment il a participé à une « intéressante conversation », le 11 janvier, dans les bureaux de *l'Express*. Christophe Barbier et Christine Kerdellant, respectivement directeur et directrice adjointe de la rédaction, y hésitaient sur « l'impact » de quatre photographies en concurrence pour illustrer la première page, avec ce titre « Ce qu'on ne vous a jamais dit sur Sarkozy ». Et Le Meur de s'extasier sur le choix final d'un Sarko « pas rasé », de préférence aux trois autres, que l'on peut également admirer sur le même blog . Et Cécilia ? Et Claude Guéant ? Ils n'étaient pas invités par *l'Express* à participer à cette « intéressante conversation ? » (*Le Canard Enchaîné* du 31 janvier 2007). Comme on le voit, le journaliste du *Canard* reproche ici à ses confrères de *l'Express* un mauvais suivi de la règle de conservation de l'initiative (règle n°2). Il pointe au passage vers le fait que ce mauvais respect est dû au facteur que j'ai appelé *proximité avec les sources* (« Recherche éthique... » n°3). Mais l'anecdote nous introduit également au facteur du respect des formats : le choix d'une photographie du président de l'UMP « mal rasé » est en effet conçu par les directeurs de la rédaction comme le mieux adapté au type de formats de diffusion recherchés par l'hebdomadaire, c'est-à-dire aussi : comme le plus vendeur.



**Figure 1** « Le respect des formats » (extrait du 8 février 2007)

Si le ton est, on le voit, relativement académique, certains éléments de l'énonciation rompent avec les formes classiques de l'écriture scientifique. Outre l'utilisation des liens hypertextes, les illustrations qui accompagnent le texte sont assez nombreuses et souvent décalées (figure 2).

E. Dagiral, S. Parasio (2009), « Intervenir autrement. Cyril Lemieux, sociologue-blogueur pendant la campagne présidentielle de 2007 », *Terrains et travaux*, n°15, p. 57-79.



**Figure 2** « Les petits chevaux » (extrait du 12 février 2007)

Si C. Lemieux se souvient des difficultés qu'il a éprouvées au début pour trouver une forme d'argumentation satisfaisante, il dit le plaisir qu'il a tout de suite eu à rechercher des illustrations. Ceci s'inscrit, selon lui, dans la manière originale dont la revue *Actes de la recherche en sciences sociales* articulait, dans ses premiers numéros de la seconde moitié des années 1970, le texte et les images<sup>6</sup>.

*En fait je pense qu'il y a une expérience fondatrice, c'est Actes de la recherche en sciences sociales, et surtout les premiers numéros, parce qu'ils étaient super inventifs de ce point de vue-là (...). Ils faisaient des montages, des collages, c'était excellent, et ça permettait d'insérer de l'humour tout en tenant par ailleurs un discours de la rigueur.*

Néanmoins, lorsque quelques jours après le démarrage du blog, le sociologue et les journalistes du monde.fr dressent comme convenu un premier bilan, ils font le constat d'une écriture assez peu adaptée au blog.

*Au départ le journaliste a trouvé cela trop académique et il avait raison, mais ça ne venait pas d'une mauvaise volonté de ma part. Le problème c'est que j'étais à la*

<sup>6</sup> Comme l'a récemment raconté Luc Boltanski (2008), le projet d'*Actes* s'identifiait au départ à un « fanzine de sociologie ». L'articulation entre le texte et les images ne devait pas être simplement illustrative : « Il est parsemé de photographies, de morceaux de documents, de dessins, de gravures, de tableaux statistiques, de bribes de textes écrits à la main, de pavés encadrés, de titres en gros caractères, un peu déconcertants et faits pour ça, tout cela dans un apparent désordre, mais qui prend sens et dont la nécessité s'impose au lecteur dès qu'il a pénétré dans le corps du texte ».

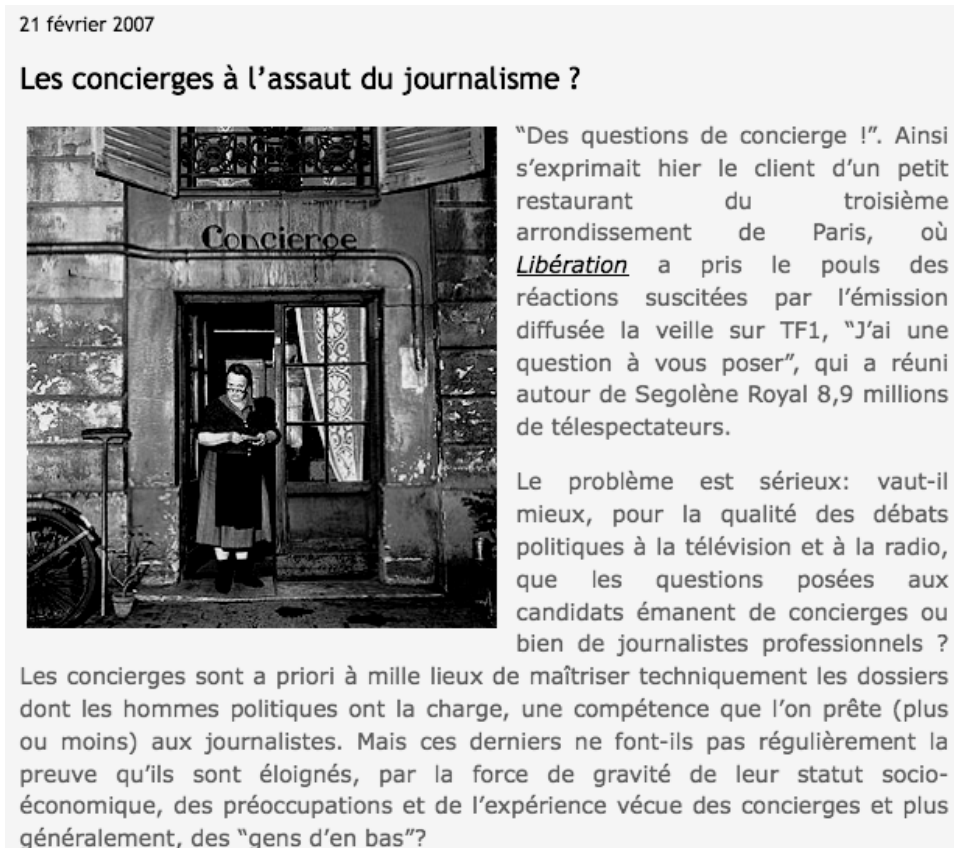
E. Dagiral, S. Parasio (2009), « Intervenir autrement. Cyril Lemieux, sociologue-blogueur pendant la campagne présidentielle de 2007 », *Terrains et travaux*, n°15, p. 57-79.

*recherche d'une forme. Je n'ai jamais écrit relâché par exemple, parce que j'ai senti que si je voulais être sérieux en termes de vulgarisation sociologique, il ne fallait pas. Je pouvais mettre par exemple un peu d'humour dans les images, dans les attaques des papiers, mais il ne fallait pas que je commence à être relâché au moment de présenter les arguments parce que ça décrédibilise le message qu'on veut faire passer.*

Dans un billet daté du 9 février, C. Lemieux fait d'ailleurs son *mea culpa* : « *Ce fut un parcours un tantinet professoral. À partir de maintenant, j'essaierai de moins confondre un blog avec un séminaire de l'Ecole des hautes études en sciences sociales* ». En réalité, dans les deux premières semaines de son blog, le sociologue est non seulement à la recherche d'une forme d'argumentation qui satisfasse ses intentions initiales, mais il doit également trouver une méthode de travail qui corresponde au rythme de publication demandé. La moitié des billets postés jusque-là ont en effet été rédigés par avance avant l'ouverture du blog, et ne s'inscrivent pas dans le modèle d'une écriture qui débouche immédiatement sur une publication.

### ***L'émergence d'une forme***

À partir du 10 février, les posts sont un peu plus courts (autour de 3 000 signes) et ils évoquent moins explicitement les recherches de l'auteur. L'actualité de la campagne constitue plus ostensiblement l'objet des billets comme en témoignent leurs titres : « *Qu'est-ce que les blogs changent à cette campagne présidentielle ?* » (10 février), « *Propositions 79 à 81* » (13 février, au sujet des propositions de Ségolène Royal concernant les médias), « *Alain Duhamel : une erreur peut en cacher d'autres* » (16 février, au sujet de la suspension d'antenne du journaliste Alain Duhamel suite à la diffusion d'une vidéo dans laquelle il affirme qu'il va voter pour François Bayrou.). Les posts débutent moins souvent par des références théoriques et plus souvent par le récit d'un épisode de campagne. Les illustrations sont plus nombreuses, prennent davantage de place, et sont moins directement illustratives.



**Figure 3** « Des questions de concierge » (extrait du 21 février 2007)

Dans le début du billet reproduit en figure 3, c’est un épisode particulier de la campagne – en apparence plutôt anecdotique – qui sert d’introduction. *Libération* a publié le témoignage d’un client d’un petit restaurant parisien, lequel qualifiait les questions posées la veille à Ségolène Royal par des « Français ordinaires » dans une émission politique de « questions de concierge ». C. Lemieux se sert de cette anecdote pour poser la question de la distinction des experts et des profanes dans le débat public. Mais alors que les tout premiers billets citaient plusieurs auteurs de façon assez succincte, le narrateur s’attarde maintenant de plus en plus sur une étude particulière, en la reliant à l’objet présenté dans l’introduction. Dans le cas ci-dessous, C. Lemieux présente l’ouvrage de M. Callon, P. Lascoumes et Y. Barthe, *Agir dans un monde incertain* (2001). Dans un paragraphe, il expose les deux modèles de la « démocratie délégative » et de la « démocratie dialogique » qui accordent une place très différente à l’intervention des personnes non expertes dans le débat public. C. Lemieux renoue enfin avec ses propres analyses pour imaginer comment les journalistes pourraient retrouver la confiance du public.

E. Dagiral, S. Parasié (2009), « Intervenir autrement. Cyril Lemieux, sociologue-blogueur pendant la campagne présidentielle de 2007 », *Terrains et travaux*, n°15, p. 57-79.

Au fil des posts, C. Lemieux systématise cette formule qui consiste à mettre en scène un événement de campagne – souvent un fait qui donne lieu à des réactions indignées – ou un fait en apparence très éloigné de la sociologie, et à éclairer ensuite celui-ci au moyen d’une explication sociologique tirée d’un auteur particulier. L’argumentation se clôt sur une petite leçon sociologique, exprimée sans autres références théoriques ou concepts supplémentaires. Le billet publié le 16 avril est tout à fait exemplaire de cette forme. Intitulé « Nicolas Sarkozy ou le paradoxe du comédien », il s’ouvre par le récit d’un fait de campagne : la visite du candidat auprès de la mère d’une victime assassinée par trois jeunes gens trois ans auparavant.

**Nicolas Sarkozy ou le paradoxe du comédien**

En meeting en Provence, Nicolas Sarkozy a tenu à voir la mère de Ghofrane Haddaoui, cette jeune fille sauvagement assassinée à coups de pierre il y a trois ans par deux jeunes gens qui viennent d’être condamnés pour ces faits à vingt-trois ans de réclusion criminelle. Le procès des deux assassins, mineurs au moment du crime, s’était tenu à huis-clos. Ce ne fut pas le cas de la rencontre entre le candidat et la mère de la victime: c’est devant une forêt de caméras, d’appareils photos et de micros qu’il a étreint la main de cette dernière avec des mots de réconfort, avant que de lui promettre, s’il est élu, le vote d’une loi plus répressive sur les multirécidivistes.



**Figure 4 La mise en scène d’un fait de campagne (1<sup>ère</sup> étape)**

Ce petit récit débouche ensuite sur une question formulée dans le langage ordinaire : « Cela signifie-t-il pour autant que Nicolas Sarkozy s’est comporté à l’occasion de manière cynique ? ». Le lien est ensuite fait avec la distinction opérée par Erving Goffman entre le « cynisme » et la « sincérité ».

LE SENS COMMUN  
Erving Goffman  
**la mise en scène de la vie quotidienne**  
1. la présentation de soi



L'intention électoraliste qui a présidé à cette entrevue est peu douteuse; la mise en scène à destination des journalistes, flagrante; le coup médiatique, patent; mais cela signifie-t-il pour autant que Nicolas Sarkozy s'est comporté en l'occasion **de manière cynique**? Rien n'est moins évident si l'on accepte la définition du cynisme, précise et technique, donnée par le sociologue Erving Goffman : "Quand l'acteur ne croit pas en son propre jeu, on parlera de *cynisme* par opposition à la *sincérité* qu'on réservera aux acteurs qui croient en l'impression produite par leur propre représentation". Goffman vise à distinguer là "deux possibilités extrêmes" dans l'attitude que nous pouvons prendre en public, qui forment, dit-il, "**un continuum**": d'un côté, cultiver une très grande "distance au rôle" que nous sommes en train de jouer (cynisme); de l'autre, nous retrouver "complètement pris par [notre] propre jeu" et "sincèrement convaincus que l'impression de réalité que [nous] produi[sons] est la réalité même" (conviction).



Goffman a en quelque sorte traduit en des concepts opératoires pour la sociologie, le propos central de Diderot dans son Paradoxe sur le comédien. Jusque dans cette remarque: "Il va de soi que l'acteur cynique, en dépit de son détachement de professionnel, peut tirer de son hypocrisie une jouissance personnelle résultant du sentiment de domination spirituelle que peut lui procurer la possibilité de jouer à volonté avec une situation que son public doit prendre au sérieux". Toutefois, Goffman se démarque de la conception de Diderot sur un point d'importance: il n'oppose **pas radicalement** sincérité et cynisme. Ainsi, même une fois la représentation de soi commencée, l'acteur cynique peut, sans susciter nécessairement une *rupture de représentation*, basculer vers la conviction. Car il existe, dans toute interaction en public, des mouvements "de va-et-vient entre le cynisme et la sincérité", des "points intermédiaires" et des "mélanges".



Figure 5 Le cynisme selon Erving Goffman (2<sup>e</sup> étape)

L'explication est présentée de façon rigoureuse. Elle s'appuie sur des phrases extraites du texte goffmanien. Le parallèle établi avec le « paradoxe sur le comédien » de Diderot permet à l'auteur de puiser dans un répertoire culturel qui est plus largement connu des internautes. L'argument central est alors exposé : « *il existe, dans toute interaction en public, des mouvements de "va-et-vient entre le cynisme et la sincérité"* ». Dans la suite du propos,

E. Dagiral, S. Parasio (2009), « Intervenir autrement. Cyril Lemieux, sociologue-blogueur pendant la campagne présidentielle de 2007 », *Terrains et travaux*, n°15, p. 57-79.

C. Lemieux revient au fait (la visite de Sarkozy à la mère de la victime) et donne l'interprétation qu'il tire de l'explication goffmanienne : lorsqu'il saisit la main de la mère de la victime, le candidat n'est pas nécessairement cynique, même s'il y a toutes les chances qu'il se soit comporté de façon cynique avant la rencontre et qu'il se comporte encore cyniquement après la rencontre.

Voilà pourquoi, au moment où il saisit la main de la mère de Gohrane, Nicolas Sarkozy n'est pas nécessairement cynique. Il peut ressentir, dans ce geste compassionnel que la situation qu'il a provoquée, appelle, une réelle émotion, une émotion non feinte, qui affecte jusque sa voix et son corps, et le fait devenir soudain "dupe de son propre jeu". Bien entendu, dans les situations qui ont précédé (lorsque la rencontre a été décidée et programmée avec son staff de communication) comme



dans les situations qui suivront (lorsque seront évaluées avec ce même staff les reprises médiatiques de l'évènement et ses effets sur les sondages), le cynisme (au sens goffmanien) redeviendra l'attitude dominante chez ce *professionnel* de la politique. (Quoique même alors, toute trace d'affectivité et de sincérité n'aura pas nécessairement disparu !).



Voilà qui suggère que s'il est vrai que la professionnalisation politique conduit les candidats à devoir cultiver toujours plus de "distance au rôle" et à ne produire en public que des gestes savamment calculés et des "impressions maîtrisées", elle est cependant incapable de faire disparaître **complètement** la croyance de l'acteur en son propre jeu. Au fond, hommes et femmes politiques n'ont nullement besoin, pour respecter leurs objectifs instrumentaux, d'être cyniques et "distants au rôle" *jusqu'au bout*. Cela serait même contre-productif. C'est-à-dire aussi: peu professionnel.



CL

**Figure 6** Interprétation du fait et leçon (3<sup>e</sup> étape)

Dans la conclusion, le sociologue formule ce qui s'apparente à une leçon : pour être professionnels et atteindre leurs objectifs, les hommes politiques ne sont pas nécessairement cyniques à tous les moments de leur activité. La majorité des billets publiés jusqu'à la fin du blog est fidèle à cette forme : récit d'un fait ; présentation d'un argument formulé par un auteur ; interprétation du fait à la lumière cet argument ; leçon. Par ailleurs, l'écriture

E. Dagiral, S. Parasié (2009), « Intervenir autrement. Cyril Lemieux, sociologue-blogueur pendant la campagne présidentielle de 2007 », *Terrains et travaux*, n°15, p. 57-79.

manifeste ici une compétence proprement sociologique : celle qui consiste à éclairer un fait, compréhensible par tout un chacun, par l'explication d'un auteur, le plus souvent classique. Dans la plupart des billets postés à partir de la deuxième quinzaine de février, les faits qui sont choisis comme entrée en matière donnent habituellement lieu à des commentaires indignés ou à des critiques. L'argument que C. Lemieux emprunte à un auteur classique a pour rôle de détourner l'internaute des jugements de valeur qu'il est susceptible de formuler suite au petit récit introductif.

### *Pourquoi cette forme ?*

Si C. Lemieux juge cette forme particulièrement adaptée, c'est à la fois parce qu'elle correspond à ses intentions de départ, et parce qu'il parvient à l'intégrer dans l'organisation matérielle et temporelle de son travail. D'abord elle lui permet d'introduire une dose de discutabilité sans soumettre l'ensemble de son propos au relativisme des opinions. Le fait est là, qui ne se discute pas. L'explication proposée, elle, est tout à fait libre d'être discutée. L'argumentation qui est tenue se distingue d'une écriture académique. Ainsi, les arguments sociologiques présentés ne sont pas destinés à appuyer l'approche théorique du narrateur, qui ne cherche pas particulièrement à la faire valoir : il n'écrit pas contre d'autres auteurs, mais se situe à un niveau plus global qui est celui des sciences sociales. C'est pourquoi les références mobilisées dans le blog sont puisées parmi les sociologues classiques (Durkheim, Weber, Schütz, Tarde, Mauss), les sociologues de référence plus contemporains (Merton, Goffman, Elias, Bourdieu, Boudon, Grignon et Passeron, Boltanski et Thévenot), les auteurs de référence dans l'univers des médias (Hall, Schudson, Schlesinger, Mc Combs et Shaw, Bourdon). D'autres arguments sont trouvés chez les historiens (Darnton, Chartier), chez les anthropologues (Mauss, Turner) et surtout chez les philosophes (Wittgenstein, Whitehead, Rawls, Ricoeur, Lefort). La diversité des auteurs et des disciplines ainsi que la forte proportion de classiques visent à faire du blog une « vitrine » des sciences sociales.

*Je ne voulais pas mobiliser uniquement la sociologie que je fais, c'est-à-dire la sociologie pragmatique. Je la mobilisais un peu, mais j'essayais que ça soit représentatif d'une grande diversité de courants. Évidemment, il y a des auteurs avec lesquels je suis beaucoup plus familier, mais ce n'est pas forcément la sociologie pragmatique. Norbert Elias, ça marche super bien par exemple. (...) C'est Weber et Durkheim souvent en tant que classiques, l'École de Chicago et encore. Un peu Bourdieu aussi. Mais j'ai un peu freiné sur Bourdieu parce que je me suis dit que c'est*



E. Dagiral, S. Parasio (2009), « Intervenir autrement. Cyril Lemieux, sociologue-blogueur pendant la campagne présidentielle de 2007 », *Terrains et travaux*, n°15, p. 57-79.

*un peu le plus connu des sociologues. Je voulais leur montrer qu'il y avait une diversité. C'était un peu l'idée de la vitrine, c'était de montrer qu'il y avait une pluralité de courants.*

Cette forme d'argumentation s'est par ailleurs identifiée chez C. Lemieux à la mise en place d'une organisation temporelle et matérielle du travail. Alors qu'au début, le rythme de publication change constamment (entre un et quatre jours entre deux posts), les billets sont systématiquement publiés tous les trois jours à partir du milieu du mois de mars. C. Lemieux organise sa semaine en commençant à chercher un sujet, dans la presse écrite, deux jours avant la publication.

*Je lisais le journal, mais je me suis mis à le lire complètement différemment. Je le lisais beaucoup plus à fond, et comme j'étais à la recherche d'une idée, je lisais complètement différemment. J'essayais déjà d'appliquer. En fait, ce blog a surtout été efficace sur moi je pense, pour l'histoire de la conversion du regard sociologique. (...) Donc je lisais la presse et je disais « tiens... ! ». Par exemple je sais plus une fois je prends le métro, il y avait un mec qui vendait le Parisien et je vois le titre : « elle décroche ! ». Je dis c'est quoi cette connerie, « elle décroche » ! J'achète le Parisien et je lis : « Ségolène Royal, elle décroche ». C'est toujours le même institut de sondage pourri qui fait toujours ça. Il n'y a jamais le taux de sans réponse, donc ça commençait à me chauffer, je me dis, voilà je vais le faire là-dessus. Je saisisais des possibilités comme celle-là.*

Le repérage d'un sujet implique dès le départ la recherche d'un lien avec une problématique sociologique et avec un auteur. Après un petit travail de relecture, la rédaction du texte lui prend ensuite entre deux et trois heures (par petites fractions), soit autant que le travail de recherche d'images, de liens hypertextuels et de mise en page. Au total, il évalue le temps passé pour la préparation d'un billet à cinq heures environ. Il s'agit donc d'un travail considérable, que cette forme argumentative particulière lui permet néanmoins d'intégrer plus facilement à son organisation hebdomadaire.

C'est donc au terme d'un temps d'exploration que C. Lemieux est parvenu à une forme argumentative qui satisfait ses intentions de départ et qui s'inscrit, en dépit du travail conséquent qu'elle représente, dans son organisation du travail. L'originalité de cette forme, c'est sans doute qu'elle rend visible auprès d'un public de non-spécialistes ce qui fait une des spécificités du métier de sociologue : le lien qu'il tente continuellement d'établir entre un fait et des interprétations. D'autres dimensions du métier sont laissées dans l'ombre – le travail de terrain, la défense d'une thèse, le monde de la recherche, etc. – au profit d'un accent mis sur une performance dont on peut affirmer qu'elle prend l'internaute au sérieux. Il s'agit

E. Dagiral, S. Parasie (2009), « Intervenir autrement. Cyril Lemieux, sociologue-blogueur pendant la campagne présidentielle de 2007 », *Terrains et travaux*, n°15, p. 57-79.

maintenant d'examiner en détail de quelle manière les internautes, tout au moins ceux qui ont rédigé des commentaires, ont participé et réagi à cette forme argumentative.

## Quel espace dialogique ?

Dans la continuité de ses positions sociologiques, C. Lemieux conçoit au départ le blog comme un espace de discussion qui est défini de façon négative – ni absence de discussion ni espace de discussion scientifique. La forme argumentative qu'il élabore suppose deux attitudes différentes de la part du lecteur : le fait présenté dans l'amorce de chaque billet n'est pas discutable, contrairement à l'explication proposée qui peut être contestée et discutée de manières différentes. Au jour le jour, l'auteur a pu se représenter son public et les jugements qui le traversent en pleine campagne présidentielle. Pour ce faire, il s'est appuyé sur les chiffres d'audience, mais aussi et surtout sur les commentaires qui ont été déposés et qu'il devait valider pour qu'ils soient publiés. Après avoir fait le point sur la manière dont C. Lemieux s'est représenté son public durant cette expérience, nous tenterons de qualifier les principaux traits de l'espace des commentaires à l'aide d'un traitement quantitatif qui a porté sur les 719 commentaires déposés.

*« Ce n'est pas mon blog, mais plutôt chez moi, et vous êtes invités à discuter »*

Dans la continuité des principes qui sous-tendent ses choix argumentatifs, C. Lemieux considère l'espace des commentaires comme ne relevant pas de son autorité. Il intervient d'ailleurs rarement dans cet espace.

*L'idéal, c'est que les gens discutent entre eux. Cela revient à la question de l'autorité : ce n'est pas mon blog, mais plutôt chez moi, et vous êtes donc invités à discuter. Je ne m'efface pas complètement, d'une certaine manière. Le but est effectivement que les gens puissent échanger, ce qui s'est d'ailleurs produit deux ou trois fois. Et à ce moment-là, ils m'oublient complètement, et peuvent même aller jusqu'à oublier le point de départ, et dériver. À chacun de juger ce que valent ces dérives (...). Les gens s'emparent de la discussion et l'amènent là où cela les intéresse (...) Si j'avais eu à recadrer, je l'aurais fait en disant que « ce que vous dites pose un autre problème sociologique. »*

L'hébergement sur un site aussi populaire que lemonde.fr attire une audience d'autant plus importante que le blog est rapidement placé parmi les blogs recommandés par la rédaction.

E. Dagiral, S. Parasio (2009), « Intervenir autrement. Cyril Lemieux, sociologue-blogueur pendant la campagne présidentielle de 2007 », *Terrains et travaux*, n°15, p. 57-79.

C. Lemieux explique alors qu'il a le sentiment de toucher un public hétérogène, qui se compose à la fois de lecteurs ponctuels et de lecteurs fidèles.

*Si je mettais Bayrou, Ségolène ou Sarkozy dans le titre, le nombre de commentaires augmentait. Pour « Bayrou de Münchhausen », cela a représenté 15 000 visites en une journée, par rapport à une fréquentation habituelle comprise entre 4 000 et 5 000 visites par jour. Ce sont généralement des gens qui viennent et remarquent le titre, « prise de parti journalistique ». Ils en déduisent qu'il s'agit d'un journaliste qui prend parti, et sont un peu étonnés du style et du ton. Ils laissent leur commentaire, ou pas, puis ils s'en vont. Cela représente donc une fréquentation ponctuelle, au contraire des gens qui font plus figure de quasi-abonnés : ceux qui viennent régulièrement, qui regardent s'il y a un nouveau post. Ce sont des sortes de fidèles. Cela dit, ils ne le sont pas forcément sur toute la durée de la tenue du blog, mais plutôt sur trois semaines ou un mois, par exemple. Il existe donc véritablement des types de visiteurs extrêmement différents du point de vue de la fréquence des visites, de la régularité et de la fidélité. Ceci, en plus d'un rapport à la sociologie qui peut être lui aussi extrêmement varié.*

La caractérisation des lecteurs se fait plus précise à la lecture des commentaires, derrière lesquels C. Lemieux cherche à reconnaître d'éventuelles connaissances ou d'autres chercheurs en sciences sociales.

*Une ultra-minorité des visiteurs laisse des commentaires. Je sais que des collègues le regardaient, comme Fabiani qui est intervenu, sur son blog y compris. Il y en a surtout qui m'en ont un peu parlé oralement. Mais il faut dire qu'en règle générale l'univers des blogs est assez étranger aux chercheurs, et ce sont donc plutôt des étudiants ou de jeunes chercheurs qui me l'ont mentionné. On voit des indices tout de suite, s'ils sont sociologues, ou pas. (...) Ça c'est le premier truc, enfin si ce sont des connaissances, ou pas. Et les deux types sont intéressants moi je trouve. Comment je me les représente ? Je ne sais pas, je vois aussi leurs pôles d'intérêt immédiat, leur culture, le type de formation qu'ils ont.*

### ***Un espace resserré sur le blog***

Un traitement quantitatif simple permet de caractériser l'espace discursif qui s'incarne dans le blog sans entrer dans le détail de commentaires souvent longs et élaborés<sup>7</sup>. On remarque tout d'abord qu'une minorité d'individus ont déposé des commentaires, puisque les 719

---

<sup>7</sup> La quasi-totalité des commentaires ont été postés durant la tenue du blog par C. Lemieux, quelques-uns ayant pu être envoyés dans les semaines suivant son arrêt. Nous avons constitué un corpus comprenant les 738 commentaires, dont 19 commentaires de C. Lemieux, que nous avons analysés séparément. Parmi les 719 commentaires restants, nous avons procédé à un codage selon les trois catégories explorées ci-après : 1) les types d'adresses des commentaires, 2) leur tonalité et 3) leurs appuis argumentatifs. Pour chaque commentaire, dans chacune des trois catégories, nous avons attribué une caractéristique unique.

E. Dagiral, S. Parasie (2009), « Intervenir autrement. Cyril Lemieux, sociologue-blogueur pendant la campagne présidentielle de 2007 », *Terrains et travaux*, n°15, p. 57-79.

commentaires ont été rédigés par 418 contributeurs distincts<sup>8</sup>. Compte tenu de l'audience réalisée par ce blog, la part des « commentateurs » parmi l'ensemble du public est, logiquement, très faible<sup>9</sup>. Parmi l'ensemble, une très large part des commentateurs ne sont intervenus qu'une seule fois (76 %). Un petit nombre d'internautes, en revanche, a écrit régulièrement pour composer un lectorat d'habitues, prompt à intervenir et à engager le débat. À ce titre, les 5 % des auteurs les plus prolifiques représentent 20 % de l'ensemble des contributions. Au-delà des thèmes et du degré d'élaboration de la variété des commentaires, plusieurs indicateurs simples permettent de décrire les grandes lignes de l'espace de discussion qu'elles dessinent.

Destinataire du commentaire	Effectifs	Pourcentages
Indéterminé	358	49,8 %
Cyril Lemieux	208	28,9 %
Autre commentateur	106	14,7 %
Grand public	25	3,5 %
Cyril Lemieux et commentateurs	21	2,9 %
Autre	1	0,1 %
<i>Total</i>	719	100 %

**Tableau 1 A qui s'adressent les commentaires ?**

La moitié des commentaires ne fournissent aucune indication sur leur cible. Leur lecture traduit le souci d'un mode d'écriture qui s'apparente à une grande généralité, dont on peut imaginer qu'elle s'adresse, selon les cas, au post de C. Lemieux ou à l'ensemble des commentaires, sans ce que cela soit explicité. Puisque près d'un commentaire sur deux vise directement C. Lemieux (29 %), les autres commentateurs (15 %) ou les deux (3 %), se dessine un cadre où les échanges concernent assez directement l'auteur et les commentateurs du blog, même si l'auteur occupe une place majeure.

Tonalité du commentaire	Effectifs	Pourcentages
Critique, contestation	228	31,7 %
Commentaire neutre, discussion, analyse	193	26,8 %
Remerciements, compliments	160	22,3 %
Discours sur l'objet sans mention de l'explication de C. Lemieux	93	12,9 %

<sup>8</sup> Les commentateurs sont identifiés par leurs pseudos.

<sup>9</sup> Ce qui confirme les nombreuses études qui ont porté sur les « lois de la coopération » sur internet, et qui observent qu'une petite minorité d'utilisateurs mettent des contenus à disposition des autres utilisateurs. Dans le cas des transferts de fichiers en *peer-to-peer*, cf. Adar et Huberman (2000).

E. Dagiral, S. Parasio (2009), « Intervenir autrement. Cyril Lemieux, sociologue-blogueur pendant la campagne présidentielle de 2007 », *Terrains et travaux*, n°15, p. 57-79.

Discours sans rapport	41	5,7 %
Autre	4	0,6 %
<i>Total</i>	719	100 %

**Tableau 2 Tonalité des commentaires**

Une majorité de commentaires adoptent un ton critique ou de contestation (plus de 30 %), qui peut s'adresser à C. Lemieux ou aux commentateurs, ou très souvent être formulé en toute généralité. Une part assez proche de commentaires se positionnent dans la discussion et l'analyse (près de 27 %) – là encore soit en référence directe à C. Lemieux ou aux commentateurs<sup>10</sup>, soit en toute généralité. Un volume significatif de commentaires remercie ou témoigne d'un accord – généralement avec l'auteur<sup>11</sup>, parfois aussi avec un autre commentateur. La très faible part de commentaires qui n'évoquent pas le sujet abordé dans le billet ou dans les autres commentaires (environ 6 %) montre que nous avons affaire à un espace où les individus partagent globalement les mêmes thèmes de discussion.

<b>Appui des commentaires</b>	<b>Effectifs</b>	<b>Pourcentages</b>
Analyse personnelle	450	62,6 %
Des auteurs / références	81	11,3 %
Aucun	72	10 %
Lien hypertexte vers un blog ou un article de presse	64	8,9 %
L'expérience du commentateur	27	3,8 %
Autre	25	3,5 %
<i>Total</i>	719	100 %

**Tableau 3 Sur quoi s'appuient les commentaires ?**

Une grande part des commentaires (environ 62 %) s'appuient sur une analyse personnelle, qui peut être rapide comme très détaillée, mais a pour caractéristique de ne mobiliser ni explicitement un argument de l'auteur, ni aucun élément extérieur (auteur, etc.). Les commentateurs interviennent pour proposer leur avis et/ou leur analyse, et ne s'appuient que très rarement sur une expérience personnelle pour faire valoir leur point de vue. Dans 11 % des cas, un auteur de sciences sociales est mobilisé, par exemple en discutant le choix

<sup>10</sup> « *Antimythe, excusez-moi mais vous dites n'importe quoi. (...) Je trouve choquant, très dangereux, non pertinent et même contre-productif d'opposer l'occident et l'orient. Seriez-vous une partisane du choc des civilisation ? (...)* » (Peter Pan, 11 mars 2007).

<sup>11</sup> « *Bravo Cyril, excellente analyse du dépassement de soi et de l'interaction. Bravo pour la référence à Ulysse qui avait su anticiper sur la faiblesse humaine et miser sur l'aide de ses compagnons. Ceci induit une réflexion sur la nécessaire solidarité et l'apport du groupe à l'individu... mais c'est encore une autre histoire. Bravo pour ce blog indispensable* » (danielle, 3 mai 2007).

E. Dagiral, S. Parasio (2009), « Intervenir autrement. Cyril Lemieux, sociologue-blogueur pendant la campagne présidentielle de 2007 », *Terrains et travaux*, n°15, p. 57-79.

d'auteur effectué par C. Lemieux dans son post. Une ouverture hors du blog est proposée dans 9 % des commentaires, qui fait le plus souvent référence à un article de presse en ligne qui complète un point de vue, puis à un blog, généralement celui du commentateur désireux d'assurer sa publicité et d'inviter à prolonger les échanges ailleurs.

L'espace des commentaires est donc, dans l'ensemble, très resserré sur le blog lui-même et les thèmes développés par son auteur. Une part significative des commentaires lui est adressée directement, tandis qu'une partie prend appui sur son argumentation pour être mis en débat entre des intervenants ponctuels d'une part, et un petit groupe d'habitues d'autre part<sup>12</sup>. La part des commentaires à finalité critique est importante, mais il faut souligner à quel point ceux-ci sont inégalement répartis selon les types d'interlocuteurs.

Commentaire adressé à :	Tonalité des commentaires (en %)					Total
	Remerciements, compliments	Critique, contestation	Analyse, discussion neutre	Discours sur l'objet sans mention de CL	Discours sur tout autre chose	
Cyril Lemieux	50	27	17	1	4	100
Autre commentateur	8	60	26	3	2	100
Grand public	13	54	17	4	13	100
Indéterminé	11	25	32	24	7	100
Plusieurs personnes	19	33	43	5	0	100
Total	22	32	27	13	6	100

(lecture : 50 % des commentaires adressés à CL sont des remerciements et/ou des compliments)

**Tableau 4 Tonalité des commentaires selon la personne à laquelle ils s'adressent**

C. Lemieux reçoit pour moitié des compliments et des remerciements, bien plus que de critiques. Entre commentateurs, en revanche, la situation est tout à fait inversée : les critiques fusent (60 % du total). L'espace le plus controversé est donc celui des échanges entre internautes, la critique émergeant de la lecture des autres commentaires.

### *Que faire des critiques ?*

<sup>12</sup> 7 % des commentateurs (29 personnes) sont à l'origine de 37 % de l'ensemble des commentaires.

E. Dagiral, S. Parasio (2009), « Intervenir autrement. Cyril Lemieux, sociologue-blogueur pendant la campagne présidentielle de 2007 », *Terrains et travaux*, n°15, p. 57-79.

Si la part des critiques dans les commentaires adressés à l'auteur est assez faible, celles-ci révèlent plusieurs points de tension dans la relation que C. Lemieux tente d'établir avec son public. Parmi ces points, la position de neutralité que l'auteur tente de conserver jusqu'à la fin de son blog, en refusant de prendre parti dans la campagne, soulève parfois des critiques. Certains commentateurs cherchent à le faire sortir de sa neutralité tandis que d'autres lui imputent certaines positions. Ponctuellement, d'autres commentateurs lui reprochent d'exclure certains auteurs de ceux qu'il mobilise dans son propos. Le billet consacré au décès de Baudrillard est tout à fait révélateur d'une certaine tension entre les sociologues que C. Lemieux compte dans sa « vitrine des sciences sociales » et les auteurs qui caractérisent davantage les autodidactes intéressés par la sociologie. De rares critiques plus agressives visent à jeter le doute sur les lectures conseillées par l'auteur.

On ne comprend rien à la glorification de l'interview de Ségolène Royal par les Inrock auquel se livre Cyril Lemieux si on n'oublie que ce dernier s'est déjà prêté maintes fois à ce jeu avec ce magazine. D'ailleurs quand vous tapez "Cyril Lemieux" sur google, vous tombez d'abord sur une interview des Inrock. Dommage que la distance critique ne concerne pas en premier lieu le sociologue...  
[Lionel, 15 mars 2009]

Une fois n'est pas coutume, C. Lemieux répond à cette accusation, et son propos vise en quelque sorte à prendre appui sur la critique pour instaurer une discussion :

(...) De manière générale, je pense que vous avez mille fois raison d'être soupçonneux sur ce qui unit ceux qui recommandent (quoiqu'en l'occurrence, je ne l'ai fait qu'indirectement) la lecture d'un ouvrage (ou ici d'une interview) et l'auteur de cet ouvrage (ou ici le co-auteur de cette interview). Raison pour laquelle votre suspicion devrait s'étendre à mon sens à toutes mes recommandations précédentes ainsi qu'à mes "livres de la semaine", mais aussi à toutes les recommandations que vous pouvez trouver sur des blogs et des sites qui défendent des idées plus proches des vôtres que celui-ci et vis-à-vis desquels votre suspicion est peut-être moins un réflexe "naturel". Vous suggérez, si je vous comprends bien, que même lorsque je trouve "bons" l'ouvrage (ou l'interview) de quelqu'un que je connais, je devrais ne pas en parler du fait même que je connais ce quelqu'un. Eh bien, peut-être avez-vous raison ! Du moins, cette proposition me paraît tout à fait discutable (au bon sens du terme). Personnellement, je n'ai pas encore sur ce point un avis très clair : le vôtre l'est peut-être davantage et je suis tout prêt à me laisser convaincre. Ce que je peux faire en attendant, c'est 1) expliciter mon lien éventuellement amical avec l'auteur (ce que je viens de faire, sous votre impulsion, concernant S. Bourmeau); 2) ne pas recommander seulement la lecture de mes "amis" et des gens que j'ai le malheur de connaître de près ou de loin (c'est ce que j'ai fait régulièrement depuis le début de ce blog). Mais la principale protection me semble encore être le sens du soupçon que vous manifestez en tant que lecteur : à vous de juger si la recommandation que je vous fais, est bien fondée, indépendamment de mes liens avec l'auteur.  
[C. Lemieux, 15 mars 2009]

Cette réponse repose sur un travail de maîtrise de soi de la part du sociologue qui cherche à répondre en sociologue à des accusations qui visent la personne. Ceci incarne l'idée selon

E. Dagiral, S. Parasio (2009), « Intervenir autrement. Cyril Lemieux, sociologue-blogueur pendant la campagne présidentielle de 2007 », *Terrains et travaux*, n°15, p. 57-79.

laquelle les critiques, même celles qui sont mal intentionnées, ne diffèrent pas en nature des critiques qui empruntent des formes plus convenables<sup>13</sup>.

*Il faut faire la part des choses entre la forme, qui peut être grossière, insultante et amalgamante, et ce qu'il peut néanmoins y avoir de juste dans la critique. Il s'agit donc de sauver la critique qui est adressée, bien que cela soit parfois très difficile. On est tellement obnubilé par le côté agressif des choses que cela peut être impossible. Mais j'ai plutôt ce côté laxiste, tout du moins permissif. Je craignais, sans doute, que l'on m'accuse d'autoritarisme. Mais il y a aussi l'idée qu'il faut toujours essayer de répondre par l'argumentation, et que la critique agressive constitue quand même le début d'un espace public. D'une certaine manière, c'est le contraire d'un espace public, mais c'est aussi en fait un espace public en devenir.*

Dans un article qui a fait controverse aux Etats-Unis et qui a récemment été traduit en français, le sociologue américain Michael Burawoy défend le modèle d'une « sociologie publique » (*public sociology*) qui chercherait à « *initier une relation dialogique entre le sociologue et le public, dans laquelle chacun se présente avec ses objectifs, et s'ajuste à l'autre* » (Burawoy, 2009). Cette relation dialogique peut, selon lui, correspondre à différentes interventions de la part des sociologues : la publication de tribunes consacrées à des questions d'intérêt public ; le travail en étroite relation avec un public local (un syndicat, des groupes de défense des droits des immigrés, etc.). Quand C. Lemieux met, comme prévu, le point final de son blog le dimanche 8 mai 2007 – jour de la victoire de N. Sarkozy –, il a expérimenté une nouvelle forme de « sociologie publique » qui va contre l'injonction souvent adressée au sociologue d'incarner le rôle d'expert du social. Mais l'originalité de cette forme d'intervention, c'est qu'elle ne s'appuie pas sur la revendication d'une autorité scientifique qui irait de soi, mais sur la mise en œuvre et la mise en discussion d'une compétence proprement sociologique : la capacité à mettre en relation des faits et des interprétations de sciences sociales. Elle s'incarne dans une forme argumentative découverte à travers le blog, que C. Lemieux pratique aujourd'hui sous une forme similaire dans une chronique qu'il tient sur France Culture.

---

<sup>13</sup> L'historienne Arlette Farge a montré la fécondité d'une telle perspective en étudiant l'opinion publique plébéienne qui apparaît au 18<sup>e</sup> siècle et qui, en dépit de ses traits parfois brutaux, signale la prise de distance critique des classes populaires de l'époque avec le pouvoir (Farge, 1992).



E. Dagiral, S. Parasio (2009), « Intervenir autrement. Cyril Lemieux, sociologue-blogueur pendant la campagne présidentielle de 2007 », *Terrains et travaux*, n°15, p. 57-79.

## Références

ADAR (E.), HUBERMAN (B.A.), 2000. « Free riding on Gnutella », *First Monday*, n°10, vol.5.

BOLTANSKI (L.), 1990. « Ce dont les gens sont capables », in *L'amour et la justice comme compétences*, Paris, Métailié.

BOLTANSKI (L.), 2008. *Rendre la réalité inacceptable. À propos de la production de l'idéologie dominante*, Paris, Demopolis.

BOLTANSKI (L.), MALDIDIER (P.), 1970. « Carrière scientifique, morale scientifique et vulgarisation », *Information sur les sciences sociales*, 9(3), p. 99-118.

BOLTANSKI (L.), THEVENOT (L.), 1991. *De la justification. Les économies de la grandeur*, Paris, Gallimard.

BOURDIEU (P.), 1984. « Le hit-parade des intellectuels français ou qui sera juge de la légitimité des juges ? », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 52, n°1, pp. 95-100.

BURAWOY (M.), 2009. « Pour la sociologie publique », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n°176-177 (2005).

CALLON (M.), LASCOUMES (P.), BARTHE (Y.), 2001. *Agir dans un monde incertain. Essai sur la démocratie technique*, Paris, Seuil.

CARDON (D.), DELAUNAY-TETEREL (H.), 2006. « La production de soi comme technique relationnelle. Un essai de typologie des blogs par leurs publics », *Réseaux*, n°4, n° 138, p. 15-71.

CORCUFF (P.), 2007. « Rester critique face à la critique des médias. Entretien avec Philippe Corcuff », *Dissidence*, <http://dissidence.libre-octet.org/rencontrer/corcuff.html>.

FARGE (A.), 1992. *Dire et mal dire, l'opinion publique au XVIIIe siècle*, Seuil, Paris.

LEMIEUX (C.), 2000. *Mauvaise presse. Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*, Paris, Métailié.

TRUC (G.), 2002. « La sociologie est-elle un sport de combat ? L'image du sociologue en Pierre Bourdieu », *Terrains & travaux*, n°3, pp. 63-88.