

La blogosphère politique québécoise : Une «société distincte» en Amérique du Nord ?

Thierry Giasson et Cyntia Darisse,
Département d'information et de communication,
Université Laval

Vincent Raynauld,
School of Journalism and Mass Communication
Carleton University

Groupe de recherche en communication politique de l'Université Laval

Résumé

La présente communication est basée sur les résultats du tout premier sondage mené auprès de participants de la blogosphère politique québécoise. Les données tirées de l'enquête portent à la fois le portrait sociodémographique et politique des blogueurs politiques québécois, leurs habitudes «bloguistiques», leurs visions de la démocratie et les motivations qui les guident dans leur activité de rédaction en ligne. Les résultats de cette étude indiquent que les blogueurs politiques québécois forment une «société distincte» au sein de l'ensemble nord-américain mais également dans la société québécoise en général. La thèse soutenue dans cette présentation est que ce double constat de la société distincte s'explique en majeure partie par le statut minoritaire de la nation québécoise. Par l'exploration d'autres analyses portant sur des blogosphères issues de nations ou de communautés minoritaires comparables au Québec, nous posons un premier jalon pour la vérification de cette hypothèse.

Communication présentée au congrès annuel de la Société québécoise de science politique, Université d'Ottawa, 28 mai 2009.

Version préliminaire. Ne pas reproduire sans la permission des auteurs.

Mise en contexte

En avril 2008, le *Groupe de recherche en communication politique de l'Université Laval* rendait public les résultats d'une étude dressant la cartographie de la blogosphère politique québécoise (Giasson et *al.*, 2008), basée sur les données provenant du tout premier sondage d'opinion réalisé auprès des blogueurs politiques québécois. Trois objectifs ancrèrent cette enquête. Le premier consistait à tracer le profil sociodémographique et politique des blogueurs politiques au Québec. Plus précisément, il s'agissait d'identifier les caractéristiques sociologiques propres aux participants de cette cyber-communauté citoyenne et de relever également leurs opinions politiques, leur degré d'engagement civique, leur conception de la démocratie et leur perception de leur influence sur la vie politique québécoise.

Le second volet de l'étude portait sur ce que nous avons convenu d'appeler les « habitudes bloguistiques » et les intentions de communication derrière le blogue. L'objectif général de ce volet était d'identifier ce qui génère le contenu des blogues politiques. Quelles sont les sources d'information qui alimentent les blogueurs? Quel rapport entretiennent-ils avec leurs lecteurs? Quels objectifs de communication tentent-ils d'atteindre en tenant un blogue?

Enfin, l'étude a identifié les motivations qui guident les blogueurs politiques québécois. Plus précisément, nous souhaitons comprendre le rôle que cette communauté croit jouer dans la dynamique de communication politique et électorale au Québec. Cette étape de notre démarche d'enquête, avant tout inductive et exploratoire, s'inspire grandement de la théorie des usages et satisfactions; il s'agissait de savoir ce que les blogueurs retirent personnellement de cette expérience.

Problématique

Le constat général émergent de l'enquête initiale révèle que les blogueurs québécois se distinguent non seulement des autres blogueurs politiques, notamment ceux des États-

Unis¹, mais aussi de la société québécoise en général. D'abord, les données sociodémographiques amassées démontrent que les blogueurs politiques québécois présentent un profil légèrement différent de celui relevé précédemment aux États-Unis, en particulier du point de vue de leur idéologie politique et des motivations qui les guident. Ces constats démontrent que les blogueurs politiques québécois forment en quelque sorte une « société distincte » dans la blogosphère politique nord-américaine.

En plus de ces différences avec la situation américaine, notre étude a permis d'établir que les blogueurs québécois se démarquent aussi, d'une certaine façon, de la société dont ils sont issus. Dans l'ensemble, nos résultats démontrent que les blogueurs politiques du Québec partagent les principales caractéristiques culturelles propres aux Québécois. Par exemple, l'idéologie nationaliste à laquelle adhère une proportion importante de Québécois (Léger Marketing, 2008), est également largement soutenue dans la blogosphère politique québécoise. Toutefois, ce reflet n'est pas exact, puisque l'appui à la souveraineté du Québec ressort de façon beaucoup plus marquée dans la blogosphère politique que dans la population en général.

La présente communication avance que la blogosphère politique québécoise constitue d'abord et avant tout un miroir de la société québécoise, reflétant en grande partie les distinctions que l'on connaît entre la nation québécoise et ses voisins nord-américains. Par exemple, plusieurs auteurs ont avancé au cours des dernières années qu'une blogosphère nationale peut être vue comme étant une caisse de résonance reflétant ou, dans certains cas, amplifiant les dynamiques socio-politiques au sein de la société civile qui sont relevées, par exemple, dans le traitement de l'actualité des médias conventionnels (Wallsten, 2005; Lawson-Border, 2005: 557; Gilbert, Bergstrom et *al.*, 2009; Veenstra, Sayre et *al.*, 2008). Nous affirmons par le fait même que ces caractéristiques proprement québécoises ne sont pas simplement reflétées dans la blogosphère politique, mais qu'elles y sont exacerbées. En d'autres termes, la blogosphère politique québécoise constituerait

¹ Dans le présent texte, les comparatifs seront avant tout basés sur la situation américaine, puisqu'aucune étude semblable à la nôtre n'a été menée pour l'ensemble du Canada. Il s'agira d'ailleurs de la suite du projet de recherche au GRCP.

une sorte de « miroir grossissant », reflétant les traits dominants et propres de la société québécoise.

Nous tenterons ainsi d'illustrer cette thèse de la blogosphère québécoise comme « société distincte » en Amérique du Nord en mettant en parallèle, dans un premier temps, nos résultats d'analyse sur le cas québécois et des données sur les blogueurs américains ainsi que la population générale québécoise. Dans un deuxième temps, nous explorerons la thèse du « miroir grossissant », en comparant les résultats de notre étude sur la blogosphère québécoise avec d'autres analyses ayant examiné des nations minoritaires comparables au Québec.

Blogues et blogosphères politiques

Les blogues politiques peuvent être définis comme des canaux de publication Web individuels ou collectifs, accessibles à tous les internautes gratuitement ou à très faible coût, permettant à leurs utilisateurs de mettre en ligne rapidement et périodiquement des contributions politiques, comprenant des éléments multimédia (image, textes et sons) et présentant des faits et des opinions souvent arrimés à une position partisane ou idéologique particulière. Ces contributions sont mises à jour fréquemment par leurs auteurs, sont archivées par ordre chronologique inversé et incluent habituellement des contenus interactifs tels des hyperliens redirigeant les lecteurs d'un blogue vers diverses sources d'information disponibles sur le Web dont s'inspirent les blogueurs dans leurs contributions (Giasson et *al.*, 2009: 1 ; Wallsten, 2005: 2; Sweetser et Kaid, 2008: 72; Hargittai, Gallo et *al.*, 2008: 72; Drezner et Farrell, 2008: 2; Xenos, 2008: 490; Bar-Ilan, 2005: 297; Blumenthal, 2005: 655; McIntosh, 2005: 386; Raynauld, 2006: 1-2 ; Blood, 2003: 61; Gibson et *al.*, 2003: 50; Reynolds, 2003: 81; Wall, 2005: 154; Schmidt, 2007: 1409, 1417; Ferguson et Griffiths, 2006: 368; Lenhart et Fox, 2006: 14; Trammell et Keshelashvili, 2005: 968).

Les blogues, incluant les blogues politiques, composent la blogosphère, soit une constellation de blogues accessibles dans le cyberespace (Drezner et Farrell, 2004: 3). La blogosphère peut être décomposée en une multitude de sphères web, ou « web stars » (Zhang et Nguyen, 2005: 1003), qui peuvent être envisagées comme des réseaux virtuels décentrés et dynamiques regroupant deux ou plusieurs sources d'information en ligne portant sur un ou plusieurs thèmes identiques ou complémentaires et liés grâce à une série

d'hyperliens (Foot et Schneider, 2002: 225). Les sphères web présentes dans la blogosphère sont souvent articulées autour d'un noyau central composé de blogues « A-list », ou *alpha*, c'est-à-dire des blogues influents, disposant d'un lectorat important et fréquemment cités par des médias conventionnels ainsi que par d'autres blogueurs à l'aide d'hyperliens (Herring et *al.*, 2005: 1; Trammell, 2005; Su et *al.*, 2005: 2).

Quatre types de blogues sont recensés dans la littérature. Tout d'abord, les journaux de bord en ligne sont habituellement rédigés par une personne qui y publie un contenu très personnel. La blogosphère est majoritairement composée de ce genre de carnets. Les blogues hébergeant des groupes d'entraide représentent le deuxième type de blogues. Il s'agit d'environnements en ligne où les internautes peuvent s'exprimer librement sur une grande variété de sujets. Le troisième type de carnets web sont les «filter-blogs», ou blogues filtres (Herring et *al.*, 2005: 3). Ces espaces offrent des hyperliens pointant vers des informations d'intérêt publiées dans le cyberspace accompagnés de commentaires. Ils peuvent être comparés à des portails ou à des filtres d'information virtuels que les internautes consultent afin d'avoir accès à un traitement différent de l'actualité de celui qu'offrent les médias conventionnels. Finalement, les plates-formes de collaboration en ligne, ou de coproduction, représentent le dernier type de blogues. Il s'agit de sites Internet permettant à deux ou plusieurs internautes de participer à la création et la modification d'un contenu accessible gratuitement à tous les internautes. Bien entendu, ces catégories de blogues ne sont pas exclusives, il existe en effet des blogues hybrides ayant les caractéristiques de différents types de carnets en ligne.

De nombreuses études ont été consacrées récemment à l'analyse des blogues politiques, en particulier aux États-Unis. Cependant, plusieurs ne tracent que des profils limités ou incomplets des activités politiques des individus qui produisent ces contributions. Par exemple, Wallsten (2008) a mené une étude exploratoire de la composition de la blogosphère politique américaine, sans toutefois tracer un portrait socio-politique précis des blogueurs qui y sont actifs. McKenna (2007: 213) a quant à lui réalisé neuf entretiens auprès d'un échantillon exemplaire de blogueurs politiques américains afin de déterminer leur objectifs de communication, leurs motivations et leur intentions. Toutefois, ce sont

McKenna et Pole (2004: 115-116) qui ont sans doute réalisé à ce jour l'étude la plus achevée et approfondie de la composition de la blogosphère politique américaine en réalisant un sondage électronique auprès de 28 des plus influents blogueurs politiques aux États-Unis. Ils ont ainsi relevé en détail le premier profil sociodémographique de leurs répondants de même que leurs motivations à bloguer et leurs intentions de communications.

Bien que l'intérêt scientifique envers la blogosphère politique canadienne soit en émergence, très peu d'analyses de ses particularités ont été publiées au cours des dernières années. Quelques contributions méritent d'être mentionnées. Ainsi, bien que Braaten (2005) ait réalisé la première cartographie de la blogosphère canadienne, il ne s'est pas intéressé spécifiquement aux contributions politiques qui y sont publiées. À l'opposé, Small (2008: 106), a relevé les particularités de la blogosphère parlementaire canadienne et les usages que font des blogues les politiciens fédéraux. Chu (2007) s'est intéressé à l'influence des blogueurs canadiens sur les médias traditionnels. Koop and Jansen (2006) ont réalisé une analyse quantitative du contenu de certains blogues politiques canadiens, sans toutefois s'entretenir directement auprès de blogueurs. Enfin, le *Centre francophone d'informatisation des organisations* (CEFRIO) a publié les données de son sondage annuel *NETendance* (2008) qui révèlent que 26% des internautes adultes québécois ont déjà lu au moins une fois un blogue et que 8% d'entre eux en rédigent un. Cependant, cette vaste étude ne s'est pas attardée directement aux blogues politiques ni aux motivations et aux intentions qui animent les blogueurs politiques au Québec. Notre analyse du cas québécois permet ainsi d'étoffer, bien que partiellement, la recherche sur les particularités sociologiques et politiques des blogueurs canadiens.

Méthodologie

Notre étude sur les participants de la blogosphère politique citoyenne du Québec a été réalisée par le biais d'un sondage web. Le questionnaire comportait 58 questions divisées en sept sections abordant entre autres les caractéristiques sociodémographiques, le contenu politique des carnets, les motivations, les intentions de communication et le comportement

politique des blogueurs. L'enquête d'opinion s'est déroulée du 15 avril au 1^{er} mai 2008, à l'aide d'un questionnaire électronique sécurisé hébergé sur le site Internet du *Groupe de recherche en communication politique* de l'Université Laval². Tous les répondants de l'étude devaient être citoyens canadiens, de 18 ans et plus, ayant le droit de vote et tenant un blogue dont la majorité des contributions traitaient d'enjeux politiques. De plus, les répondants devaient mettre à jour leur blogue au moins une fois par semaine. La taille réelle de la population à l'étude (les blogueurs politiques) est inconnue, mais nous anticipions néanmoins qu'elle soit plutôt restreinte (probablement moins de 125 blogueurs politiques actifs au Québec). Cette évaluation semble être confirmée par deux sites de mesure de fréquentation des blogues québécois: www.tlmeb.com, qui répertorie 65 blogues politiques québécois collectifs ou individuels, et www.topblogues.com, qui recense 121 blogues consacrés à la politique. D'ailleurs, les trente premières positions répertoriées sur les deux sites sont presque toutes occupées par les mêmes carnets web.

Afin de procéder à un échantillonnage tenant compte des particularités de notre objet d'étude, nous avons privilégié une technique mixte non probabiliste combinant dans un premier temps un choix raisonné et une méthode « boule de neige » à diffusion virale et, dans un deuxième temps, un appel de volontaires. L'échantillon typique par choix raisonné était constitué de blogueurs *alpha* sélectionnés car leurs carnets font partie des plus populaires sur les sites d'évaluation de la fréquentation de blogues québécois mentionnés précédemment ou parce qu'ils étaient couramment cités dans la couverture médiatique consacrée au déroulement de la campagne électorale provinciale de 2007 dans la blogosphère. Nous avons ainsi retenu une liste de 22 blogueurs *alpha* auxquels un courriel d'invitation à participer au sondage a été envoyé. Les blogueurs qui acceptaient de répondre au sondage étaient ensuite priés de faire suivre l'adresse électronique du questionnaire à trois autres blogueurs politiques qu'ils connaissent ou dont ils consultent les sites et qui répondaient également à nos critères de sélection initiaux. Nous avons également demandé aux blogueurs *alpha* d'annoncer sur leur carnet la tenue de l'étude de même que l'adresse du questionnaire web. Finalement, afin de compléter notre

² http://www.com.ulaval.ca/chaires_groupes/grcp/

échantillonnage, nous avons envoyé un courriel d'appel de volontaires à quatre journalistes carnetiers dont les blogues sont très lus. La mise en place de ce scénario combiné d'échantillonnage correspond à la norme actuellement en vigueur dans la discipline. En effet, la plupart des analyses précédentes utilisent aussi des techniques d'échantillonnage croisées (voir entre autres Lenhart, 2005; Herring *et al.*, 2005; Efomiva et Hendrick, 2005; Reese *et al.*, 2007). Viégas (2005), précise que l'appel de volontaires est une technique particulièrement efficace sur le web, étant donné la nature « virale » des blogues qui permet d'atteindre un large échantillon assez rapidement. Les autres techniques d'échantillonnage adaptées à la recherche sur les blogues ou leurs auteurs (par délimitation des communautés virtuelles, par fournisseurs de services, annuaires de blogues ou moteurs de recherche...) ne permettaient pas de cibler des caractéristiques précises à l'intérieur de notre population limitée. Par ailleurs, le recrutement des participants par l'envoi d'un courriel de sollicitation est aussi pratique courante dans les recherches précédentes (Koh *et al.*, 2005; Li, 2005).

Au terme de nos deux semaines de recrutement, nous avons recueilli l'opinion de 56 répondants, dont 16 de nos 22 blogueurs *alpha* (73 %). Quarante répondants de l'étude (71 %) ont été recrutés par notre procédure virale d'appel de volontaires ou par la couverture médiatique générée par notre courriel aux journalistes carnetiers. Compte tenu de la taille limitée de la blogosphère politique québécoise, nous estimons que ce taux de réponse permet de révéler certaines tendances et orientations au sein de cette communauté émergente.

Portrait sociodémographique

Le profil type de nos répondants correspond à celui d'un homme (89 %), âgé entre 18 et 35 ans (54 %), ayant complété des études universitaires (54 %), sur le marché du travail (63 %) et dont le revenu annuel est supérieur 25 000\$ (64 %). En ce sens, nos données correspondent assez fidèlement au profil sociologique de l'ensemble des blogueurs québécois produit par le CEFRIO en mars 2008 (88 % d'hommes, 44 % des blogueurs entre 18 et 34 ans, 37 % ayant complété des études universitaires, 50 % sur le marché du travail et 73 % dont le revenu est supérieur à 20 000\$). Le profil des blogueurs politiques

québécois ressemble à celui de leurs homologues américains. Par exemple, 50% des blogueurs *alpha* détiennent un diplôme universitaire et 40% ont complété des études aux cycles supérieurs (McKenna et Pole, 2004 : 16). De plus, McKenna et Pole (2004 : 16) ont démontré que l'âge moyen des blogueurs politiques américains est de 37, tout comme celui des blogueurs québécois. Enfin, seule une minorité (7%) des blogueurs politiques *alpha* aux États-Unis sont des femmes (McKenna et Pole, 2004 : 16), ce qui correspond aux résultats relevés dans le cadre de notre analyse. En fait, plusieurs études nord-américaines démontrent que la majorité des blogueurs *alpha* sont des hommes (Pedersen et Macafee, 2007), ce qui amène certains auteurs à conclure que la blogosphère est un environnement communicationnel sexiste où le discours est influencé par des considérations principalement masculines (Tremayne, Zheng et *al.*, 2006 ; McKenna et Pole, 2004 : 16). Certaines études relèvent toutefois de légères disparités entre le blogueur politique et les autres membres de la blogosphère en général. L'analyse menée par Lenhart et Fox (2006), entre autres, montre que la blogosphère américaine présente une communauté plus jeune (54% des blogueurs âgés de 30 ans ou moins) et plus féminine (46% sont des femmes) que celle formée par les blogueurs politiques.

Par ailleurs, notre examen de la pratique «bloguistique» de nos répondants révèle une information étonnante qui contredit aussi les conclusions d'analyses précédentes réalisées aux États-Unis. Nos données indiquent qu'une majorité de blogueurs politiques québécois (57 %) assument leur véritable identité (nom et prénom) lorsqu'ils diffusent des contributions politiques. Selon Lenhart et Fox (2006 : ii), 55% des blogueurs américains n'afficheraient pas leur véritable nom sur leur blogue. La littérature américaine soutient que l'anonymat joue un rôle de premier plan dans les délibérations politiques sur Internet. Les pistes d'explication avancées posent que cette discrétion volontaire permet aux carnetiers de se protéger d'éventuelles représailles ou d'atteintes discriminatoires quant à leur âge, leur genre, leur orientation sexuelle, leur profession ou leur affiliations politiques ou sociales (Bohman, 2004: 138; Bonchek, 1997: 47, 100; Chaffee et Metzger, 2001: 366; Pappacharissi, 2002: 16; Kaye et Johnson, 2004: 1999; Kwak *et al.*, 2004: 425 ; Albrecht, 2006: 64). Notre analyse montre ainsi que les blogueurs politiques québécois semblent

assumer plus ouvertement leur propos, leurs opinions politiques dans la blogosphère que leurs collègues américains.

Les préférences politiques

Les blogueurs politiques québécois se distinguent aussi de leurs collègues américains du point de vue de leur idéologie politique. En effet, alors que les blogueurs politiques américains sont reconnus pour être davantage conservateurs et identifiés à la droite libérale (voir entre autres Adamic et Glance, 2005), la cartographie de la blogosphère politique québécoise révèle une communauté composée de citoyens en grande majorité au centre ou à gauche de l'échiquier politique. Plus précisément, 63 % des blogueurs québécois se décrivent principalement comme progressistes, sociaux-démocrates, socialistes, communistes ou libertaires/anarchistes alors que 21,4 % s'identifient plutôt à la droite libérale ou conservatrice (voire libertarienne pour certains répondants).

Autre fait propre à la réalité politique québécoise, 66 % des répondants se disent favorables au projet de souveraineté politique du Québec, contre 21,4 % qui s'oppose à cette option (13 % n'ont pas émis d'opinion). Cette proportion d'appuis à la souveraineté dépasse très largement les seuils actuellement recensés dans la population québécoise, qui fluctuent depuis les cinq dernières années entre 39 et 54 % d'appuis (Léger Marketing, 2008).

Cependant, ces résultats quant à l'identité partisane et au soutien au projet souverainiste des blogueurs québécois doivent être envisagés prudemment. Ils pourraient être le fruit d'un effet de sélection lié au choix de la technique d'échantillonnage de l'étude. Plus précisément, il se pourrait que la diffusion virale de la procédure de recrutement ait favorisé un échantillonnage de répondants apparenté idéologiquement (en particulier des blogueurs souverainistes plus à gauche). Nous avons néanmoins envisagé cette probabilité initialement et avons choisi de contacter des blogueurs alpha identifiés à tous les partis et courants politiques en présence au Québec. Il se pourrait toutefois qu'un effet de sélection se soit manifesté.

Des « hypercitoyens »

De nombreuses études américaines (entre autres Gillmor, 2004; Fergusson et Griffiths, 2006; Kavanaugh, 2005 et 2006; Kerbel et Bloom, 2005) présentent le Web participatif et les blogues comme de nouveaux créneaux de communication et d'action politique permettant à des citoyens cyniques et désabusés par le système partisan traditionnel de participer autrement, différemment à la vie politique. Qu'en est-il alors des blogueurs politiques québécois? L'étude a relevé diverses mesures de participation politique³ allant des plus traditionnelles (vote, contribution financière et adhésion à un parti politique) aux plus alternatives (adhésion à des organisations citoyennes, boycott, militantisme web).

Un constat clair émane des données et révèle que les participants de la blogosphère politique québécoise sont des citoyens nettement plus engagés politiquement que la moyenne de la population québécoise. Le tableau présenté en Annexe I, qui met en parallèle les activités pratiquées par les répondants de l'étude et dans la population québécoise, démontre que les blogueurs politiques québécois sont très engagés dans toutes les formes de participation politique et d'engagement citoyen. Il serait même possible de les qualifier de citoyens « hyperactifs » politiquement ou d'« hypercitoyens ».

Les motivations

L'approche des usages et satisfactions est née en opposition au modèle hypodermique des effets des médias. La théorie stipule que les usagers des médias, plutôt que de subir passivement leur influence, s'en servent afin de répondre à une vaste gamme de besoins. Blumler et Katz (1974) ont établi cinq types de besoins pouvant être assouvis par l'utilisation des médias : le besoin d'évasion, d'interaction sociale, la recherche d'identification, l'information (fonction éducative) et le besoin d'être divertit. Cette approche a été utilisée par de nombreux chercheurs dans l'évaluation de l'utilisation et de l'impact des nouvelles technologies de l'information (NTIC) auprès de leurs usagers. Parmi ceux-ci, mentionnons entre autres Lenhart et Fox (2006) et Li (2005) qui se sont basés sur l'approche des usages et satisfactions afin de questionner les blogueurs

³ Nous considérons ici la participation politique dans un sens large, incluant l'engagement social. Pour les auteurs de cette étude, l'engagement dans un organisme communautaire ou un mouvement citoyen naît avant tout d'un choix politique (idéologique).

américains sur les motivations qui les guident. D'ailleurs, les données de notre étude sur la blogosphère politique québécoise confirment leurs conclusions. Ainsi, la littérature démontre que les blogueurs (politiques ou non) sont avant tout motivés par des besoins personnels tels que le désir de prendre la parole, d'appartenir à une communauté, de devenir un citoyen mieux outillé, de participer au débat public ou de s'exprimer.

Plus précisément, les blogueurs politiques québécois ont affirmé être motivés avant tout par le désir de participer au débat public (12,5 %), celui d'exprimer une opinion ou de prendre la parole (28,1 %) ou d'améliorer une compétence civique (11,5%). Ceci étant, l'intuition première voulant que le blogueur politique soit un militant désirant à tout prix convaincre et modifier le cours de la vie politique est infirmée non seulement par notre propre étude, mais aussi dans les conclusions d'autres études portant sur les blogueurs canadiens (Braaten, 2005), suisses (Kullin, 2005 et 2006) ou américains (Nardi et *al.*, 2004). Les blogueurs bloguent ainsi pour eux avant tout, pour prendre la parole, pour s'exprimer.

Bien que les blogueurs politiques québécois partagent les motivations recensées au sein d'autres blogosphères nationales, quelques distinctions apparaissent toutefois en ce qui concerne l'évaluation que font les blogueurs de l'impact de leurs contributions. En effet, les blogueurs américains évaluent beaucoup plus positivement que les blogueurs québécois l'influence qu'ils sont susceptibles d'avoir sur les médias, la vie politique ou le vote de leurs lecteurs. Les résultats d'un sondage mené par Tomaszewski (2006) auprès de 250 blogueurs politiques américains démontrent que plus de la moitié d'entre eux croient avoir une réelle influence sur les décisions de vote de leurs lecteurs. De plus, près de 80% des répondants de cette même étude prédisaient à ce moment que les blogues politiques allaient avoir un impact réel sur la campagne à la chefferie du parti démocrate en 2008. Finalement, 60% d'entre eux affirmaient que la blogosphère était vouée à devenir, dans quelques années, un élément central de la « médiasphère ».

Notre étude démontre que les blogueurs québécois sont nettement plus sceptiques envers leur pouvoir d'influence effectif sur l'activité de la blogosphère politique, la couverture

des médias traditionnels, ou l'opinion publique. Ainsi, 48,2 % des répondants de l'étude pensent que leurs interventions politiques génèrent peu ou pas d'impact dans la blogosphère, 64,3 % croient que leurs interventions politiques génèrent peu ou pas d'impact auprès des médias traditionnels et 58,9 % perçoivent que leurs contributions politiques ont peu ou pas d'impact sur l'opinion publique du Québec.

Certes, cette différence majeure constatée entre les blogueurs au Québec et aux États-Unis n'est pas en soi une découverte surprenante. En effet, la blogosphère québécoise étant toujours dans sa phase d'émergence, elle demeure moins développée que sa contrepartie américaine. En conséquence, il est probable que son pouvoir d'influence réel auprès des médias et de la scène politique soit effectivement plus faible. Par ailleurs, si les distinctions relevées entre les blogosphères politiques québécoises et américaines peuvent s'expliquer sur la base de leurs différences culturelles, il est toutefois plus étonnant de constater que les blogueurs politiques québécois forment une communauté qui se distinguent également de la société dont ils sont issus. En effet, les blogueurs politiques québécois présentent un profil dont les caractéristiques liées à l'affirmation identitaire québécoise (souverainisme, profil social-démocrate, engagement politique) sont exacerbées, d'où la métaphore du « miroir grossissant » avancée précédemment.

Qu'est-ce qui explique cette double particularité de la blogosphère politique québécoise? Nous proposons l'hypothèse selon laquelle le caractère « distinct » de cette blogosphère serait attribuable à la situation minoritaire du Québec dans la fédération canadienne et en Amérique du Nord. En d'autres termes, nous envisageons l'existence d'un lien entre la présence d'un discours identitaire (nationaliste ou communautariste) fort au sein d'une blogosphère politique nationale et le statut minoritaire de la communauté d'origine de la blogosphère dans un ensemble politique plus vaste (fédérations multinationales ou états unitaires multiethniques). Ainsi, dans les communautés nationales minoritaires similaires au Québec, la blogosphère politique servirait de canal privilégié d'expression aux revendications identitaires et politiques de la communauté, de la nation. La recension d'études réalisées sur les blogosphères et les blogueurs de nations minoritaires comparables au Québec permettra de vérifier le fondement de cette hypothèse.

Les blogosphères nationales minoritaires

Le contexte politique catalan est souvent comparé à la réalité québécoise. Pour cause, la communauté autonome de Catalogne et le Québec ont en commun d'être deux nations revendiquant une langue et une identité culturelle distinctes de celles de la majorité de la population au sein de leur pays. L'étude de Josep Sort (2008) sur la blogosphère catalane (que l'auteur appelle la «catosphère») est un comparable intéressant à notre propre étude. Toutefois, Sort n'a pas mené d'entrevues avec les blogueurs, et l'analyse ne traite pas exclusivement des blogues politiques.

Bien que l'auteur ne conclut pas directement à une distinction entre la blogosphère catalane et celle de l'Espagne ou d'un quelconque comparable européen, plusieurs constats tirés de l'analyse témoignent de spécificités évidentes propres à la catosphère. Les observations de Sort peuvent être regroupées sous trois principaux constats. Le premier concerne la langue utilisée par les blogueurs catalans. Plus particulièrement, l'auteur affirme que, malgré le déclin général de l'utilisation du catalan ces dernières années, les blogues provenant de cette région de l'Espagne sont très souvent rédigés dans cette langue. Les statistiques recueillies révèlent que, toute proportion démographique gardée, le catalan est davantage présent dans la blogosphère européenne que ne le sont plusieurs autres langues telles le danois, le finnois et le norvégien. Le chercheur souligne aussi que le nombre de blogues de toutes langues provenant de la communauté autonome de la Catalogne est très élevé par rapport à la population. Les chiffres avancés confirment une réelle explosion de la blogosphère catalane depuis le début des années 2000.

Le deuxième constat qu'émet Sort est encore plus intéressant, car il concerne les blogues politiques. Les statistiques d'un moteur de recherche (gencat.cat) démontrent que la politique est un sujet fortement prisé par les blogueurs catalans. Plus précisément, en avril 2008, sur 1567 blogues catalans répertoriés, 811 étaient considérés comme des blogues traitant de politique :

«Although initially political blogs shared protagonism with technological, literary and personal ones, they grew faster in number in the period 2005-06, to the point that we can speak of a true catosfera hyperpolitization: from the thematic point of

view, political blogs, be they activists or more academic, become preeminent, although this trend seems, apparently, to slowdown in 2007-08» (Sort, 2008, p.7)

Cette dernière particularité se rapproche des résultats de notre analyse québécoise. Sort met en contraste cette « hyperpolitisation de la catosphère » avec le déclin de la participation et de l'engagement politique constaté depuis quelques années en Catalogne. Ainsi, de la même façon que nous avons pu le constater au Québec, le chercheur catalan affirme que la blogosphère est nettement plus politisée et engagée que la population qu'elle représente. En conclusion, l'auteur expose une série de facteurs susceptibles d'expliquer ces particularités de la catosphère. Parmi ces facteurs, mentionnons notamment le manque de publications en langue catalane dans les médias traditionnels et la popularité du genre et du style littéraire des blogues en général. D'autres facteurs liés à la situation médiatique, telles que la tradition journalistique riche dont jouit la Catalogne ou la crise de confiance envers les médias traditionnels auraient aussi contribué à l'accroissement du nombre de blogues mis en ligne. Bien que l'étude de Sort ne conclue pas de manière définitive à la spécificité de la blogosphère catalane par rapport à celle de l'Espagne ou à celles d'autres nations, les constats évoqués sur la langue utilisée, la popularité de la catosphère et les facteurs expliquant cette popularité sont spécifiques à la situation catalane.

Par ailleurs, ce souci de délimiter des blogosphères selon les territoires géographiques se répercute à l'intérieur même de la Catalogne. L'étude de Gil Solés (2007), s'intéresse quant à elle à la communauté de blogueurs de la Terre de l'Ebre, située au sud du territoire catalan. Basé sur l'observation d'événements ponctuels concernant les blogueurs de ce territoire, l'étude conclut que « l'ebresphère » est constituée d'une communauté de membres fortement liés, ce qui participe à l'épanouissement rapide de la blogosphère en ce territoire. L'ebresphère est ainsi un autre lieu de rassemblement de blogueurs qui partagent un sentiment identitaire particulier.

La plupart des études recensées concernant les blogosphères nationales ne s'intéressent pas directement aux profils des blogueurs, mais plutôt aux caractéristiques de leurs carnets. Aussi, lorsque ces études relèvent les spécificités d'une blogosphère, celles-ci

sont expliquées par la conjoncture propre à ce territoire, plutôt que par une distinction culturelle, intrinsèque à la personnalité des auteurs de blogs. L'étude de Vielba (2006) portant sur les blogosphères politiques portugaise et espagnole, témoigne de ce phénomène. S'intéressant à la base aux blogs politiques comme moyen de favoriser la démocratie participative, l'auteur relève certaines distinctions entre les blogosphères des deux pays, qui sont pourtant situés dans la même région géographique et partagent des tendances communes quant au niveau de développement des TIC (Vielba, 2006 : 21). Ces distinctions sont d'abord expliquées par des facteurs externes, notamment les nombreux événements politiques suscitant la polémique en Espagne (les élections de 2004, la guerre en Irak et les attentats terroristes de Madrid), qui auraient contribué à l'expansion plus rapide de la blogosphère politique dans ce pays qu'à celle du Portugal. Cependant, l'auteur concède que les particularités relevées entre les blogosphères espagnole et portugaise pourraient être liées, plus simplement, à la distinction idéologique ou culturelle entre les deux peuples : « In addition, a component of social reinforcement is encouraged in a sense, since blogs tend to bring together like-minded individuals, who strengthen their ideological beliefs » (Vielba, 2006 : 21). Un constat qui n'est pas sans rappeler la présence marquée au sein de la blogosphère québécoise de blogueurs partageant une identité partisane et des positions idéologiques.

Compte tenu du sujet novateur de l'objet de recherche, les études portant sur les blogosphères issues de nations minoritaires sont encore peu nombreuses. Les analyses recensées précédemment semblent toutefois révéler certains traits communs au sein des blogosphères politiques nationales minoritaires : la présence d'une langue d'usage propre à la nation d'origine de la blogosphère, une augmentation du nombre des blogs politiques liées à l'activité politique nationale de même que l'existence d'un discours politique dominant et consensuel. À l'évidence, les cas comparables ne sont pas suffisants actuellement pour confirmer hors de tout doute cette tendance. Cependant, d'autres études s'intéressant aux blogosphères citoyennes produites par les membres de groupes identitaires qui ne résident pas au sein d'une nation minoritaire contribuent à renforcer la thèse selon laquelle les groupes minoritaires engendrent des blogosphères distinctes.

L'utilisation de la blogosphère par les groupes minoritaires

Parmi ces contributions, mentionnons celle de Cammaerts (2007), portant sur l'utilisation que font les groupes politiques d'extrême droite en Belgique de la blogosphère pour communiquer leurs idées. Adoptant une approche critique, l'auteur analyse des discours tenus par des groupes fascistes belges d'extrême-droite (notamment le Vlaams Belang) sur les forums ou la blogosphère. Il adresse une sévère critique à l'encontre des nouvelles technologies de communication, confrontant notamment le principe de liberté d'expression à l'utilisation potentiellement dangereuse du cyberspace à des fins de renforcement des discours racistes ou haineux:

«As has been shown in studies into progressive movements, the internet allows dispersed activists to link-up and interact, superseding boundaries such as space and time, creating subaltern spaces of communication [...] Likewise, for fascist, fundamentalist, and other 'repressive' movements the same applies». (p.147)

Cette capacité de rassemblement d'individus dispersés géographiquement mais partageant des idéologies ou des caractéristiques communes, qui est ici décrite par Cammaerts, est au contraire envisagée positivement par d'autres études. Parmi celles-ci, Mehra (2004) s'intéresse à l'utilisation d'Internet et des NTIC par trois types de groupes minoritaires américains (les familles pauvres, les minorités sexuelles et les femmes afro-américaines) afin de défendre leurs intérêts dans le débat public. Par cette étude, l'auteur souhaite explorer les usages précis que ces groupes minoritaires peuvent faire des NTIC, à des fins de rassemblement des communautés et d'*empowerment*.

Dans cette même veine des études portant sur les blogosphère « communautaires », Antoinette Pole (2005 et 2007) s'est intéressée à deux types de groupes minoritaires américains : les blogueurs noirs et les latino-américains. Ces études, réalisées suivant un protocole d'enquête similaire mené auprès des deux communautés de blogueurs, visaient trois objectifs principaux : mettre en lumière le contenu des blogues tenus par des noirs et des latino-américains; relever si ces derniers utilisent leurs carnets comme outil d'émancipation politique et, finalement, repérer les manifestations de discrimination dans la blogosphère. Ces analyses démontrent qu'il existe peu de différences entre les communautés de blogueurs noirs ou latino-américains et l'ensemble des blogueurs

américains en général. D'un point de vue sociodémographique, les résultats relèvent que les blogueurs latino-américains et les blogueurs noirs ressemblent largement au portrait du blogueur américain moyen, bien que les hispaniques soient légèrement plus âgés et moins instruits. Pour ce qui est du contenu des carnets, Pole affirme que les blogueurs noirs et hispaniques traitent d'un vaste éventail de sujets et ne s'attardent pas spécifiquement, tel que l'anticipait la chercheuse, aux enjeux concernant directement les communautés noires et latino-américaines. Par ailleurs, aux questions concernant l'utilisation du blog comme outil de persuasion et d'engagement politique, les blogueurs hispaniques répondent davantage positivement que les blogueurs noirs. Ces conclusions ne soutiennent que légèrement l'hypothèse de l'utilisation politique instrumentale de la blogosphère. Enfin, le dernier volet des entretiens réalisés auprès des blogueurs noirs et latino-américains révèle que ces derniers disent ne pas ressentir de discrimination raciale au sein de la blogosphère.

Les conclusions des analyses de Pole semblent contredire le constat selon lequel les participants d'une blogosphère associés à un groupe minoritaire se distinguent des blogueurs issus de la majorité. Les communautés identitaires étudiées par Pole ne se distinguent de la majorité que sur la base de leur appartenance ethnique ou raciale. De plus, la taille importante de ces communautés dans la population américaine, leur hétérogénéité marquée et leur degré d'intégration élevé à la société américaine pourraient contribuer à expliquer en partie la conclusion divergente de ces études.

En somme, bien que les minorités observées dans ces études partagent peu de points communs avec le Québec, elles révèlent l'utilisation instrumentale que font ces groupes minoritaires de leur blogosphère. Ces analyses démontrent plus ou moins explicitement que la blogosphère sert d'outil d'émancipation identitaire pour divers groupes minoritaires. En défendant des causes distinctes, ces blogueurs communautaires participent politiquement, ils tentent de faire entendre leur voix.

Conclusion

L'étude sur les blogueurs politiques québécois a permis de révéler que, tout comme la société dont elle est issue, la blogosphère politique québécoise constitue, en quelque sorte, une «société distincte» en Amérique du Nord. Par rapport à leurs voisins du sud, les blogueurs québécois sont, entre autres, plus à gauche idéologiquement et plus pessimiste (certains diront réaliste!) face à leur pouvoir réel d'influence sur l'activité politique québécoise. Ils espèrent qu'éventuellement leur contribution ait une influence, mais ils sont conscients qu'en regard du développement actuel limité de la blogosphère politique québécoise et de son lectorat intimiste (en particulier dans les médias conventionnels) leur pouvoir effectif d'action politique demeure faible.

Par ailleurs, l'étude permet de constater que les blogueurs politiques québécois se distinguent aussi, sous certains aspects, de la société à laquelle ils appartiennent. En comparaison avec la population générale québécoise, les blogueurs politiques se démarquent par leur fort taux d'appui à la souveraineté et leurs habitudes d'engagement politique et civique beaucoup plus développées. Ce dernier constat nous amène à conclure que la blogosphère politique québécoise est un reflet déformé de la réalité politique québécoise, dans lequel l'affirmation identitaire et l'adhésion à des idéologies de gauche sont exacerbées.

Toutefois, compte tenu du faible avancement des connaissances dans l'examen des particularités des blogosphères politiques minoritaires comparables, il n'est possible de confirmer l'hypothèse selon laquelle le caractère distinct de la blogosphère québécoise serait lié au statut minoritaire de la nation québécoise. Cependant, les quelques études comparables recensées apportent un éclairage favorable à cette thèse. La réalisation d'études comparatives auprès des participants de blogosphères politiques d'Écosse, du Pays de Galles, de la Flandre, de la Wallonie, du Pays basques, de certains cantons suisses ou d'autres réalités nationales minoritaires au sein desquelles des discours identitaires nationalistes forts s'expriment permettraient de vérifier avec plus précision la validité de cette hypothèse.

L'enquête d'opinion menée auprès des blogueurs marque une première étape dans la réalisation de notre projet de recherche sur les fondements de la blogosphère politique québécoise et de son rôle dans la redéfinition de la dynamique de communication politique au Québec. Nos prochaines analyses examineront les notions d'échange et d'interaction entre blogueurs (fondamentales dans la conception théorique de la blogosphère), la création de nouveaux lieux de production de communication politique et l'impact des blogues citoyens sur la pratique journalistique conventionnelle. Ainsi, notre démarche devrait nous mener bientôt vers une consultation auprès des principaux journalistes québécois affectés à la couverture du web politique afin de connaître les motivations de leurs organisations de presse pour la blogosphère politique et leur évaluation de la réalité couverte dans leurs reportages. Les données pionnières et novatrices de notre enquête d'opinion nous permettront ainsi de poser les premiers jalons d'une réflexion théorique consacrée à l'apport de la blogosphère et de ses participants aux processus de délibération politique et de sélection de l'information au sein des médias ainsi qu'à son incidence dans la redéfinition des rapports hiérarchiques de diffusion de la communication politique et du concept d'audience.

Annexe I

Données relatives à la participation politique et sociétale, Québec 2000-2007

Indices de participation (activités effectuées au cours de la dernière année)	Blogueurs politiques québécois (GRCP, 2007) (%)	Population québécoise (%)
Voter aux élections provinciales de 2007	85,7	71,23
Voter aux élections fédérales de 2006	83,9	61,1 (Québec seulement)
Adhérer à un parti politique	40,0	4,8 (WVS) 20,5 (ISSP)
Signer une pétition	81,8	71,4 (WVS) 78,8 (ÉÉC) 41,8 (ISSP)
Adhérer à une organisation ou mouvement politique, communautaire ou citoyen	41,8	57 (Hall et al.)
Effectuer une contribution financière à une organisation ou mouvement politique, communautaire ou citoyen	30,9	29,1 (ISSP)
Militer de façon traditionnelle pour un parti politique	30,9	2,6 (WVS)
Militer de façon traditionnelle pour une organisation ou mouvement politique, communautaire ou citoyen	29,1	18,1 (WVS)
Participer à une manifestation politique	40,0	25,5 (WVS) 17,1 (ÉÉC) 9,3 (ISSP)
Participer au boycott d'un produit, service ou d'une entreprise	45,5	16 (WVS) 29,3 (ÉÉC) 31,7 (ISSP)

Sources

GRCP, 2007

Étude électorale canadienne (ÉÉC), 2004

International Social Survey Programme (ISSP), 2004

World Value Survey (WVS), 2000

Hall *et al.*, 2004 :

n = 56 blogueurs politiques québécois

n = 1048 (sous-échantillon québécois)

n = 311 (sous-échantillon québécois)

n = 458 (sous-échantillon de Canadiens francophones)

n = 2948 Québécois

Bibliographie

Adamic, L. et N. Glance (2005). *The Political Blogosphere and the 2004 U.S. Elections : Divided They Blog*. Communication présentée dans le cadre de l'ACM conference on Knowledge Discovery in Data, New York.

Agre, P. E. (2002). « Real-Time Politics: The Internet and the Political Process », *The Information Society*, 18(5): 311-331.

Albrecht, S. (2006). «Whose voice is heard in online deliberation?: A study of participation and representation in political debates on the Internet», *Information, Communication & Society*, 9(1): 62-82.

Bar-Ilan, J. (2005). «Information hub blogs», *Journal of Information Science*, 31(4): 297-307

Blood, R. (2003). «Weblogs and Journalism: Do they connect?», *Nieman Reports*, 57(3): 61-63.

Blumler, J. G. (2001). «The third age of political communication», *Journal of Public Affairs*, 1(3): 201-209

Blumler, J.G. et D. Kavanaugh (1999). «The third age of political communication: influences and features», *Political Communication*, 16(3): 209-230.

Blumler, J. et E. Katz (1974). *The Uses of Mass Communication*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Blumenthal, M. M. (2005). «Toward an Open-Source Methodology What We Can Learn from the Blogosphere», *Public Opinion Quarterly*, 69: 655-669.

Bohman, J. (2004). «Expanding dialogue: The Internet, the public sphere and prospects for transnational democracy», *The Sociological Review*, 52: 131-155.

Bonchek, M. S. (1997). «From Broadcast to Netcast: The Internet and the Flow of Political Information», En ligne:

<http://www.esri.salford.ac.uk/ESRCResearchproject/papers/bonch97.pdf>

Braaten, A. (2005). *The Great canadian blog survey : a snapshot of the canadian blogosphere in 2005*. Edmonton : University of Alberta Press.

Caldwell, G. et P. Reed (1999). « Civic participation in Canada : Is Quebec different? », *Inroads*, 215-222.

Cammaerts, B. (2007). « Blogs, online forums, public spaces and the extreme right in north Belgium », dans Carpentier et al. *Media technologies and democracy in enlarged Europe*, Tartu University Press.

Centre francophone d'informatisation des organisations (CEFRIO) (2008). *NETendances 2007: utilisation d'Internet au Québec, Faits Saillants*, Montréal. En ligne : http://cefrio.qc.ca/fckupload/DEPL_netquebec_web_SECUR.pdf

Chaffee, S. H. et M. J. Metzger (2001). «The End of Mass Communication?», *Mass Communication & Society*, 4(4): 365-379.

Cho et al. (2003). *Beyond Access: Digital divide, Internet Use and Gratifications Gained*, Communication présentée dans le cadre du congrès annuel de l'International Communication Association, San Diego, Mai.

Drezner, D. W. et H. Farrel (2004). *The power and politics of blogs.:* <http://www.danieldrezner.com/research/blogpaperfinal.pdf>.

Drezner, D. W. and H. Farrel (2008). «Introduction: Blogs, Politics and Power: a special issue of Public Choice», *Public Choice*, 134(1): 1-13.

Duval, D (2005). « Recension des écrits sur la participation électorale », *Directeur Général des Élections du Québec*. En ligne:

http://www.electionsquebec.qc.ca/fr/pdf/publications/dge_6350_10_fr.pdf

Efimova, L. et S. Hendrick (2005). *In search for a virtual settlement: An exploration of weblog community boundaries*. Communication présentée à la deuxième conférence internationale *Communities and Technologies*, Milan.

Efimova, L et al. (2005). *Finding the life between buildings: An approach for defining a weblog community*. Communication présentée à la sixième conférence annuelle de l'Association of Internet Researchers, sous le thème *Internet Generations*, Chicago.

Ekdale et al. (2007). *From Expression to Influence: Understanding the Change in Blogger Motivations over the Blogspan*, Communication présentée dans le cadre du congrès annuel de l'Association for Education in Journalism and Mass Communication, Washington, DC, Août.

Élections Canada (2006). « Official Voting Results / Résultats officiels du scrutin », <http://www.elections.ca/scripts/OVR2006/defaultf.html>

Étude électorale canadienne (2004). (Sous-échantillon québécois), base de données en ligne : <http://ces-eeec.mcgill.ca/surveys.html#2004>.

Ferguson, R. et B. Griffiths (2006). «Thin Democracy? Parliamentarians, Citizens and the Influence of Blogging on Political Engagement», *Parliamentary Affairs*, 59: 366-374.

Foot, K.A. et S. M. Schneider (2006). *Web Campaigning*. Cambridge: The MIT Press.

Foot, K. A. et S. M. Schneider (2002). «Online Action in Campaign 2000: An Exploratory Analysis of the US Political Web Sphere», *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 46(2): 222-244.

Giasson, T., V. Raynauld et C. Darisse (2009). *Characterizing political bloggers' online and offline civic involvement: Why the Quebec experience matters*. Communication présentée dans le cadre du congrès annuel de la *Midwest Political Science Association*, Chicago, avril.

Giasson, T., V. Raynauld et C. Darisse (2008). *Cartographie de la blogosphère politique québécoise: utilisateurs, messages et intentions*. Communication présentée au colloque *Communication et changement social: les sphères théoriques, technologiques, médiatiques et francophones*, tenue dans le cadre de la 58^e conférence annuelle de l'Association internationale de communication, Montréal, mai.

Gibson, R. K. et al. (2003). «Election Campaigning on the WWW in the USA and UK», *Party Politics*, 9(1): 47-75.

Gil Solés, D. (2007). *A territorial community around blogs in Terres de l'Ebre (Catalonia): Ebresphere*. Communication présentée dans le cadre de l'*International Conference 'Catalan Culture and Identity in the Digital Era*, Juillet.

Gilbert, E., T. Bergstrom et al. (2009). "Blogs Are Echo Chambers: Blogs Are Echo Chambers." *HICSS 2009*. En ligne: <http://social.cs.uiuc.edu/papers/pdfs/hicss09-echo-gilbert.pdf>.

Gillmor, D. (2004). *We the media, Grassroots Journalism by the People for the People*. Cambridge: O'Reilly.

Gumbrecht, M. (2004). *Blogs as Protected Space*, Communication présentée dans le cadre de l'atelier *Weblogging Ecosystem: Aggregation, Analysis, and Dynamics*. New York: ACM Press.

- Hall, M. et al. (2004). *Canadiens dévoués, Canadiens engagés : Points saillants de l'Enquête canadienne de 2004 sur le don, le bénévolat et la participation*. Statistique Canada. En ligne: <http://www.statcan.gc.ca/pub/71-542-x/71-542-x2006001-fra.pdf>
- Hargittai, E., J. Gallo et al. (2008). «Cross-ideological discussions among conservative and liberal bloggers», *Public Choice*, 134(1): 67-86.
- Herring, S. C. (2004). «Slouching toward the ordinary: Current trends in computer-mediated communication», *New Media & Society*, 6(1): 26-36.
- Herring, S. C. et al. (2004). *Bridging the gap: a genre analysis of weblogs*. Communication présentée à la *Hawaii International Conference on System Sciences*, Honolulu.
- Herring, S. C. et al. (2005). *Conversations in the blogosphere : an analysis from the bottom up*, Communication présentée à la *Hawaii International Conference on System Sciences*, Honolulu.
- Howe, P. et D. Northrup (2000). «Strengthening Canadian Democracy : The views of Canadians», *Policy Matters/Enjeux Publics*, Institut de recherche en politiques publiques (IRPP), Montréal, Juillet. En ligne : <http://www.irpp.org/pm/archive/pmvollno5.pdf>
- International Social Survey Program*, «Citizenship», Sondage réalisé en 2004. Base données en ligne : http://www.za.uni-koeln.de/data/en/issp/questionnaires/q2004/CA2004_q_fr.pdf
- Johnson, T.J. et B.K. Kaye (2004). «Wag the blog: How reliance on traditional media and the Internet influence credibility perceptions of Weblogs among blog users», *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81(3): 622-642.
- Johnson, T. J. et B. K. Kaye (2003), «A Boost or Bust for Democracy?: How the Web Influenced Political Attitudes and Behaviors in the 1996 and 2000 Presidential Elections», *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 8(3): 9-34.
- Kahn, R. et D. Kellner (2004). «New Media and Internet Activism: From the 'Battle of Seattle' to blogging», *New Media & Society*, 6(1): 87-95.
- Katz, R. S. (2003). «United States», *European Journal of Political Research*, 42(7-8): 1115 -1123.
- Kavanaugh et al. (2005). «Raising political awareness and participation? Blogging in geographic communities». *Proceedings from Learning in Communities Workshop, Pennsylvania State University*.
- Kavanaugh et al. (2006). «When opinion leaders blog: new forms of citizen interaction». *ACM International Conference Proceeding Series*; 151: 79-88.
- Kaye, B. K. (2005). «It's a Blog, Blog, Blog World: Users and Uses of Weblogs», *Atlantic Journal of Communication*, 13(2): 73-95.
- Kerbel, M et Bloom D. (2005). «Blog for America and Civic Involvement», *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 10(4): 3-27.
- Kim, E. (2007). *Are Political Blogs a Different Species?: An Examination of Nonelite Political Blogs*. Communication présentée dans le cadre du congrès annuel de l' *International Communication Association, TBA, San Francisco, CA, May 23, 2007*. http://www.allacademic.com/meta/p173097_index.html
- Kim et al. (2007). «Toward a model of political participation among young adults: the role of local groups and ICT use», *Proceedings of the 1st international conference on Theory and practice of electronic governance*, 205-212.

- Koh *et al.* (2005). *Ethics in blogging*. Singapore : The Singapore Internet research center.
- Kullin, H. (2005). « Blog Sweden 1.0 : A survey of Swedish bloggers and blog readers », www.Kullin.net
- Kullin, H. (2006). « Blog Sweden 2 : A survey of 700 Swedish bloggers and blog readers », www.Kullin.net
- Kwak, N. *et al.* (2004). «To Broadband or Not to Broadband: The Relationship between High-Speed Internet and Knowledge and Participation», *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48(3): 421-446.
- LaRose, Mastro et Eastin (2001). «Understanding Internet Usage: A Social-Cognitive Approach to Uses and Gratifications», *Social Science Computer Review*, 395-415.
- Lawson-Borders, G. et R. Kirk (2005). «Blogs in Campaign Communication», *American Behavioral Scientist* 49(4): 548-559.
- Léger Marketing. (2008). « Intentions de vote référendaire au Québec », Montréal: 5 pages. En ligne: http://legermarketing.com/documents/intvote/IVREFFR_quebec.pdf
- Lenhart, A. (2005). *Unstable texts : an ethnographic look at how bloggers and their audience negotiate self-presentation, authenticity and norm formation*. Thèse doctorale, Washington : Georgetown University.
- Lenhart, A. et M. Madden. (2005). *Teen Content Creators and Consumers*. Washington: Pew Internet and American Life Project.
- Lenhart, A. et S. Fox (2006). *Bloggers : a portrait of the internet's new storytellers*. Washington : Pew Internet and American Life project.
- Lenhart, A., J. Horrigan et D. Fallows (2004). *Content creation online*. Washington : Pew Internet and American Life project.
- Li, D. (2005). *Why do you blog : a uses-and-gratifications inquiry*. Thèse de doctorat. Milwaukee : Marquette University.
- Mahéo, V. (2008). « La participation politique des jeunes se trouverait-elle ailleurs? », *Les Cahiers*, Université McGill, 4 (1): 54-57.
- Mehra, B. (2004). « The internet for empowerment of minorities and marginalized users », *New media and society*, 6(6): 781-802.
- McDermott, S. (2007). *The Singapore Blogosphere and Political Participation: an Ethnographic Approach*. Communication présentée à la conférence *Communication technologies of empowerment* de l'Institute of Communication, mai.
- McIntosh, S. (2005). «Blog: has their time finally come-or gone», *Global Media and Communication*, 1(3): 385-388.
- McKenna, L. (2007). *Getting The Word Out": Policy Bloggers Use Their Soap Box To Make Change*. Communication présenté au congrès annuel de l'*American Political Science Association*, Philadelphie, Août.
- McKenna, L. et A. Pole (2007). «What do bloggers do: an average day on an average political blog », *Public Choice*, 134: 97-108
- Nardi, Schiano et Gumbrecht (2004). « Blogging as a social activity, or, would you let 900 million people read your diary? », *Proceedings of the 2004 ACM conference on Computer supported cooperative work*. New York : ACM, 222-231

- Papacharissi, Z. (2002). «The Virtual Sphere», *New Media & Society*, 4(1): 9-27.
- Pedersen, S., et C. Macafee (2007). «Gender differences in British blogging». *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4). En ligne: <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/pedersen.html>
- Pole, A. (2005). *Black bloggers and the blogosphere*. Communication présentée dans le cadre de l'*International Conference on Technology, Knowledge & Society*, Hyderabad, décembre.
- Pole, A. (2007). *Hispanic bloggers in the blogosphere: Politics and Participation*. Communication présentée au congrès annuel de l'*American Political Science Association*, Chicago, mai.
- Raynauld, V. (2006). *Mise en réseau d'un média émergent: L'utilisation des sources d'information en ligne par les blogues durant la campagne présidentielle américaine en 2004*. Mémoire de maîtrise, Québec : Université Laval.
- Reese, S. D. et al. (2007). «Mapping the blogosphere: Professional and citizen-based media in the global news arena. », *Journalism*, 8(3): 235-261.
- Reynolds, G. H. (2003). «Weblogs and journalism: Back to the future?», *Nieman Reports*, 57(3): 81-82.
- Schmidt, J. (2007). «Blogging Practices: An Analytical Framework», *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4): 1409-1427
- Sort, J. (2008). *The rise of Catosfera: A case study of Catalan blogosphere*. Communication présentée à la rencontre *Politics: web 2.0.*, Londres.
- Su, N. M. et al. (2005). *Politics as usual in the blogosphere*. Communication présentée dans le cadre de l'*International Workshop on Social Intelligence Design*, Stanford.
- Taktheyev, Y. et Hall. (2005). *Blogging Together: Digital Expression in a Real-Life Academic Community*. Communication présentée dans le cadre de l'atelier *Social Software in the Academy*, University of Southern California.
- Tomaszeski, M. S. (2006). *A baseline examination of political bloggers: who they are, their views on the blogosphere and their influence in agenda-setting via the two-step flow hypothesis*. Mémoire de maîtrise, Tallahassee: Florida State University.
- Trammel, K. D. and A. Keshelashvili (2005). «Examining the new influencers: A self-presentation study of A-list blogs», *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82(4): 968-982.
- Trammel, K. D. et al. (2006). «Evolution of online campaigning: Increasing interactivity in candidate Web sites and blogs through text and technical features», *Mass Communication and Society*, 9(1): 21-44.
- Tremayne, M., N. Zheng et al. (2006). «Issue publics on the web: Applying network theory to the war blogosphere». *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(1), document accessible en ligne: <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue1/tremayne.html>
- Tsaliki, L. (2008). *How does the word Albanian make you feel?: A case study in the representation of the Albanian ethnic minority within the Greek media*. Communication présentée dans le cadre du colloque *Media@lse*, Londres, septembre.
- Veenstra, A. S., B. Sayre et al. (2008). *Sticking Together Online: Political Participation and Ideologically Homogeneous Blog Consumption*. Communication présentée dans le cadre du colloque annuel de l'*American Association for Public Opinion Research*, Nouvelle-Orléans, mai. Document accessible en ligne: <http://www.journalism.wisc.edu/smad/papers/veenstra-sayre-thorson-2008a.pdf>

- Vielba, I. R. (2006). *Political blogs and participatory democracy: evidence from Portugal and Spain*. Communication présentée dans le cadre de l'atelier *Political Theory and Policy Analysis*, Indiana University, Bloomington, avril.
- Viégas, F. B. (2005). « Bloggers' expectations of privacy and accountability : an initial survey », *Journal of computer-mediated communication*, 10 (3), article 12.
- Wall, M. (2005). «Blogs of war», *Journalism*, 6(2):153-172.
- Wallsten, K. (2008), "Political Blogs: Transmission Belts, Soapboxes, Mobilizers, or Conversation Starters?", *Journal of Information Technology & Politics*, 4(3): 19-40.
- Wallsten, K. (2007). *Blogs and the Bloggers Who Blog Them: An Analysis of the Who, What and Why of Blogging*. Communication présentée dans le cadre du congrès annuel de la *Midwest Political Science Association*, Chicago, avril.
- Wallsten, K. (2005). *Political Blogs and the Bloggers Who Blog Them: Is the Political Blogosphere and Echo Chamber*, Communication présentée dans le cadre du congrès annuel de l'*American Political Science Association*, Washington, DC, septembre. Document en ligne. <http://www.journalism.wisc.edu/blog-club/Site/Wallsten.pdf>
- World Values Survey (2000). *National survey of giving, volunteering, and participating*. (Sous échantillon canadien). Base de données disponible en ligne: <http://www.worldvaluessurvey.org/>
- Xenos, M. (2008), «New Mediated Deliberation: Blog and Press Coverage of the Alito Nomination», *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(2): 485-503.
- Zhang, J. et T. Nguyen (2005). «WebStar: a visualization model for hyperlink structures», *Information Processing & Management*, 41(4): 1003-1018.