

Louise CHAPUT  
Université Laval, Québec (Canada)

## **Le blogue : une stratégie de communication du journalisme politique<sup>1</sup>**

### **The blog: A communication strategy of political journalism**

**Abstract:** In the digital era, the political journalist has to adapt his journalistic practice if he wants to also be recognized on the Web. The formula of the journalistic blog, a platform of interactive communication, allows the political journalist to distance himself from the traditional position of neutrality and impartiality inherent in journalism, in order to personalize his texts and create a certain proximity with his readers, in short, to manifest more openly his subjectivity. To do this, the journalist-blogger relies on conversationalization processes imitating face-to-face interaction with his readers, creating an effect of intimacy between blogger and reader. As a result, the hybridization of genres places the political blog in the paradigm of journalism of communication.

**Keywords:** blog, political journalism, conversationalization, interactional rhetoric, subjectivity

### **1. Introduction**

Le blogue journalistique politique s'inscrit dans une perspective d'analyse différente de celle des genres traditionnels (nouvelle, éditorial, etc.) dans la mesure où le journaliste, qui représente l'un des nombreux acteurs de la diffusion de l'information sur le Web, a dû adapter sa

---

<sup>1</sup> Cette recherche bénéficie du soutien de la bourse postdoctorale du Conseil de recherche en sciences humaines du Canada.

pratique à cette nouvelle plateforme de communication pour y revendiquer sa place.

Cette forme de communication publique sur la Toile de l'information est moins étroitement assujettie aux règles du journalisme traditionnel. Le journaliste y trouve une plus grande liberté d'expression :

–il s'adresse à un grand public dans un style qui rappelle la conversation en face à face;

–il transmet des informations, argumente, communique ses réactions (doute, approbation, opposition, etc.) et états affectifs (colère, joie, dégoût, honte, etc.);

–il invite le lecteur à coopérer à la diffusion de l'information ou à participer au débat en ajoutant un élément d'information ou en laissant un commentaire à la fin du billet.

À l'ère du numérique et des médias sociaux, dans un contexte où sont facilités les échanges d'idées dans un espace temporel moins médiat et en apparence plus favorable à un certain rapprochement entre les participants, la description des faits se juxtapose à une analyse et à une interprétation de la scène politique plus émotives et exprimées dans un style d'écriture moins formel et plus expressif pour produire un discours très marqué par la subjectivité du journaliste.

## 2. Définition du blogue

Le rapport des journalistes aux faits se manifeste différemment selon la visée discursive et le genre journalistique dans lesquels s'inscrit l'information. La nouvelle journalistique à caractère politique, qui se définit comme un texte qui présente un événement de l'actualité mettant en scène une figure politique, se veut avant tout objective : elle vise d'abord à présenter les faits, à informer les lecteurs. Pour leur part, les textes d'opinion politiques tels que la chronique, le billet, l'éditorial et le commentaire, déjà plus empreints de subjectivité, ont pour objectif d'interpréter et de commenter les faits de l'actualité de manière à les situer dans un contexte plus large et à les rendre plus compréhensibles au lecteur. À ces textes à énonciation subjective s'est ajouté le billet de blogue vers la fin des années 1990.

De Moor et Efimova proposent une définition générale des blogues :

« Les weblogs, également appelés blogues, sont des sites Web mis à jour régulièrement, plutôt personnels, avec commentaires et liens. Le blogue est composé de nombreux messages courts, généralement affichés dans un ordre chronologique inversé. Les blogues sont principalement utilisés

comme filtres sur le monde extérieur, comme journaux personnels, ou comme carnets de notes. [...] L'une des caractéristiques importantes du blogue est sa structure d'hyperliens [...]. Ces liens peuvent être créés dans un blogue individuel, mais aussi, et surtout, entre plusieurs blogues. En conséquence, les blogues se transforment en médias conversationnels ». (2004, en ligne, notre traduction)

La réalité couverte par le terme blogue renvoie à une grande variété de textes. *Le Grand Dictionnaire terminologique* (GDT) précise qu'« on peut [y] donner son point de vue, publier des billets (courts textes) ou des articles (textes plus longs) dont le contenu et la forme, très libres, restent à l'entière discrétion des auteurs, qui peuvent ainsi communiquer leurs idées et leurs impressions sur une multitude de sujets. » (OQLF 2018, sous l'entrée « Blogue ») Cependant, dans le cas des blogues journalistiques, ces sites Web personnels sont majoritairement affiliés à une entreprise de presse. Le type de blogue auquel nous nous intéressons est justement pratiqué par des journalistes politiques professionnels œuvrant dans un contexte plus institué, le plus souvent sous la bannière d'un journal.

La question de la caractérisation du blogue journalistique, en ce qui a trait à son contenu et au traitement de l'information, demeure floue : on le décrit surtout en fonction :

- du support de communication (rapidité de diffusion de l'information à un grand nombre d'internautes, possibilités d'ajout d'hyperliens menant à d'autres sources d'information et d'échanges d'idées entre le blogueur et son lectorat, etc.);
- des enjeux de sa pratique (notamment, la démocratisation de la participation à l'information et la transparence).

Simard commente les blogues journalistiques en insistant sur l'absence de révision :

« Les blogues journalistiques sont pour l'essentiel le fruit d'une production artisanale. Même engagée, l'information qu'on y retrouve peut certes rencontrer les standards de l'éthique journalistique. Toutefois, la construction d'une nouvelle présentée dans un blogue se fait règle générale en l'absence d'une équipe de production, comme on la retrouve traditionnellement dans les grands groupes de presse. Ni chef de nouvelles, ni chef de pupitre, ni rédacteur en chef, ni collègues d'expérience ne se retrouvent à ses côtés pour parer une éventuelle erreur. Bref, le journaliste en ligne est un funambule sans filets. »<sup>1</sup> (2006, 37).

---

<sup>1</sup> Cette description correspond à un contexte qui a beaucoup changé depuis 2006, car les blogueurs sont la plupart du temps rattachés à un grand groupe de presse.

Le rapport à la présentation des faits et les objectifs varient considérablement d'un blogue politique à l'autre. Force est de constater que ce type de blogue affiche des traitements de l'information assez libres, laissant la possibilité au journaliste-blogueur de s'exprimer dans un style d'écriture plus personnel que dans la presse traditionnelle. Selon Wall, « news blogs generally are not objective or detached but rather opinionated and personal; hence, they are sometimes referred to as a personal journalism. » (2004, 3).

Relativement à « l'arrivée de l'outil » du blogue dans la profession journalistique, Bousquet soulève la question suivante : « Assiste-t-on à une nouvelle évolution du journalisme politique qui serait en train de changer de nature ou bien n'est-ce que la renaissance du journalisme d'opinion à travers la multiplication des éditoriaux désormais à la portée de tous? » (2007, 59) Il est certain que la pratique journalistique du blogue se range sous celle de l'information commentée (en ce sens que la présentation des faits, bien que fidèle, n'y est pas impartiale), mais le journaliste-blogueur dispose d'une plus grande latitude que les commentateurs de la presse traditionnelle quant à la mise en contexte de l'information et, surtout, au style discursif adopté.

### **3. Aspect « interactif » de la plateforme du blogue**

L'aspect interactif qui caractérise la plateforme du blogue, en tant que mode de communication permettant un échange d'idées circulant dans les deux directions (entre le rédacteur et les lecteurs), a incontestablement soulevé un questionnement en ce qui a trait à la diffusion de l'information et aux pratiques discursives dans le domaine du journalisme. Millerand et Proulx, entre autres chercheurs, soutiennent qu'on assiste à « une nouvelle configuration technologique où coexistent, d'un côté, le modèle vertical de la communication client-serveur et, de l'autre, un modèle horizontal d'échange pair à pair, remettant ainsi en cause le modèle traditionnel (unidirectionnel) de diffusion de l'information. » (2010, 25).

Cette nouvelle configuration place le journaliste à la fois dans une position asymétrique dominante en ce qui concerne la relation informateur/informé et, sous l'aspect interactif, dans une position symétrique en tant que citoyen concerné par les mêmes réalités. D'une part, en tant que professionnel, il a la responsabilité de diffuser une information et de la commenter en s'appuyant sur des analyses documentées et nuancées. D'autre part, il doit solliciter la participation de son lectorat à un

échange qui se veut d'égal à égal, alors que c'est généralement lui qui possède une vue d'ensemble des situations qu'il décrit.

Le fait que le blogueur se rattache le plus souvent à une grande entreprise de presse, qui ou bien recourt à un logiciel pour assurer le filtrage ou bien confie la modération à un tiers, fait dire à Barbeau que « la relation initialement promise sur le blogue qui s'est maintenue pendant un certain temps a évolué et a obligé les blogueurs à revoir leurs gestes dans leur organisation s'ils veulent toujours tenir une quelconque forme d'échange. » (2016, 266). Les propos suivants illustrent bien le caractère complexe de l'interaction entre les lecteurs et les blogueurs :

« [E]n général, les blogueurs ont bien peu tendance, désormais, à interagir avec les lecteurs qui leur laissent des commentaires. Et, c'est sans doute particulièrement vrai en ce qui concerne les journalistes, ceux qui ont d'abord passé des années à travailler dans les médias traditionnels, avant de se retrouver plongés dans la nouvelle réalité des blogues. Et, par le fait même, à faire face à cette nouvelle réalité : les commentaires des lecteurs! » (Commentaire de la journaliste Marie-Claude Ducas dans son blogue affilié au *Journal de Montréal*, 12 mars 2015).

Dans quelle mesure le dispositif d'interactivité du blogue peut-il engendrer une nouvelle forme de journalisme? Bien que la possibilité de commenter ou d'ajouter des éléments s'étende au lectorat, puisque le journaliste fait souvent appel à ses commentaires en terminant son billet avec des formules comme « Qu'en pensez-vous? » ou « À vous la parole. », « l'interactivité n'est pas l'apanage des blogs : tous les articles publiés dans les journaux sont ouverts aux réactions des lecteurs. » (Ringoot 2014, 101) L'une des différences entre le blogue et l'article d'opinion publié en version papier réside dans la réduction du délai entre la publication du billet et l'affichage du commentaire laissé par le lecteur. Mais, pour Ringoot, la différence essentielle réside dans la liberté qu'offre la formule du blogue au journaliste :

« [L]e blog conserve le potentiel de personnalisation de la relation entre son animateur et ses commentateurs, qui à l'origine, ne s'inscrivait que dans la relation journaliste/public. Pour autant, cette personnalisation s'effectue sous la double identité du blog. Appartenant à la fois au journal et au journaliste, ce dernier signalant toutefois l'espace de liberté dont il jouit. » (2014, 101).

Il n'en demeure pas moins que le blogue, forme de communication asynchrone, ne peut prétendre à l'établissement de rapports entre le

journaliste et ses lecteurs aussi étroits que ceux auxquels donnent lieu les plateformes de discussion synchrones (en temps réel).

#### **4. Journalisme d'information et de communication**

Les contraintes institutionnelles du journalisme sont plus strictes pour ceux qui sont assignés à la politique, et la couverture de ce domaine n'autorise probablement pas un recours aussi fréquent à la variation linguistique. Le journaliste soucieux de présenter un message crédible et d'éviter la désapprobation qu'engendreraient des commentaires mal mesurés ou mal formulés se doit de respecter certaines conventions d'écriture imposées par la profession. C'est l'une des conditions auxquelles il doit satisfaire s'il veut maintenir son statut auctorial en tant que source d'information fiable et de qualité et exercer une certaine influence sur l'opinion du lecteur.

L'écriture du blogue journalistique, au même titre que celle des autres textes appartenant à l'information commentée, ne peut être qualifiée d'exercice spontané. Cependant, même s'il est rattaché à un média et que le contenu qu'y affiche le blogueur demeure journalistique, il est incontestable que le blogue autorise le journaliste à s'affranchir, dans une certaine mesure, des contraintes formelles et éditoriales imposées par la publication des journaux en versions papier ou électronique. Aux dires de Domingo et Heinonen, « weblogs have created a new genre in institutionalized media journalism. The author is more visible and present in the story, and the style is more personal. » (2008, 11). Le fait que la blogosphère offre aux journalistes la possibilité de s'exprimer plus librement et d'une façon plus personnelle n'est certainement pas étranger à la popularité de cette nouvelle formule.

Le blogue revêt un caractère plus intimiste et permet au journaliste-blogueur de mettre en scène un rapprochement avec ses lecteurs (par exemple, lorsque le premier exprime sans retenue ses émotions et qu'il prétend anticiper leurs réactions). Il peut ainsi se construire un *ethos* particulier, c'est-à-dire se forger une personnalité, en tant qu'énonciateur, qui n'est pas forcément la sienne, mais qui contribue à capter ou à maintenir l'attention des lecteurs et à affermir leur confiance en ses propos, bref, à augmenter ou à maintenir l'achalandage de son blogue. Il n'est pas exclu, en effet, que le journaliste-blogueur cherche à adopter un registre qui correspond davantage à celui des réseaux sociaux pour atteindre un nouvel auditoire. Les habitués des réseaux sociaux sont

certainement attirés par la possibilité de réagir publiquement aux informations et commentaires qu'il propose.

Cette mise en scène d'une relation plus intime ou informelle entre le journaliste-blogueur et ses lecteurs, cette possibilité qui lui est offerte de les interpeller et de les impliquer dans sa réflexion, coïncide avec une couverture politique plus ouvertement engagée, ce qui fait dire à Pignard-Cheynel qu'Internet donne lieu à « une redéfinition de la position traditionnelle du journaliste dans la société : ce dernier ne doit plus seulement transmettre de l'information mais susciter le débat démocratique et encourager les actions collectives. » (2007, 84). Pour sa part, Thompson décrit ainsi cet engagement : « The unveiling of the hidden secrets of power is seen by some journalists as a way of pursuing their calling as guardians of the public interest. » (2000, 32).

Voici un exemple d'un blogue créé lors d'une campagne électorale dont l'intention spécifique est de dévoiler l'information non officielle dans un but de transparence (la journaliste-blogueuse s'arroge le droit de tout divulguer) :

« [M]a contribution aura trait au contrôle de l'information et la langue de bois. Un chef a refusé de répondre aux questions des journalistes? Un parti cache ses candidats controversés? Les militants sont triés sur le volet, mis en scène lors d'événements et ne peuvent pas exprimer leurs opinions publiquement? J'en ferai état ici. » (Buzzetti, *Le blogue électoral du Devoir*, 25 mars 2011).

En plus du rôle d'informateur, le journaliste assumerait donc celui d'animateur de débat et de motivateur de l'espace public. Selon Pleedel, « non seulement [le blogue est-il] un outil d'information, c'est également un outil de communication. » (2007, en ligne).

Ce double rôle du journaliste est loin d'être récent. Cependant, on maintenait auparavant une distinction nette entre *news* et *views*, entre l'information et l'opinion, distinction qui se concrétisait également dans la division du travail. Toutefois, le changement qui a été observé avec l'avènement d'Internet consiste, d'une part, en l'amalgamation fréquente des deux fonctions et, d'autre part, en un travail d'animation d'une toute autre nature, particulièrement dans le blogue, puisque l'interaction avec le public y est soumise à des modalités tout à fait différentes de celles qui existaient autrefois, par exemple dans le « courrier du lecteur ».

C. Brin, J. Charron et J. De Bonville ont avancé l'hypothèse d'un nouveau paradigme pour expliquer la transformation du journalisme d'information en un journalisme de communication. Selon eux, « les

journalistes affichent plus ouvertement leur subjectivité et tentent d'établir avec le public, devenu de plus en plus "ciblé", des liens de connivence et d'intersubjectivité. » (2004, 4).

Le blogue journalistique s'inscrit certainement dans ce nouveau paradigme du journalisme de communication. Il se caractérise par une certaine hybridation des genres journalistiques, puisque le journaliste ne se limite pas à y commenter l'information, mais peut en proposer de nouveaux éléments et, surtout, sollicite, dans les commentaires qu'il les invite à laisser à la suite de ses billets, la participation des lecteurs à son dévoilement et sa contribution aux débats qu'elle suscite. Il se présente ainsi comme un instrument complémentaire de l'exercice démocratique.

## 5. Objectif de l'étude

Plusieurs chercheurs (notamment, Argamon *et al.* 2007; Crystal 2013; Herring et Paolillo 2006; Nardi *et al.* 2004; Schmidt 2007) ont tenté de cerner et de préciser la pratique du blogue en la comparant aux autres types d'écrits appartenant à la catégorie de la communication médiée par ordinateur (CMO). Ils en ont conclu que les blogues textuels constituent un genre hybride : la plupart d'entre eux comprennent des traits linguistiques à la fois de l'oral et de l'écrit, bien que l'interaction n'entraîne pas nécessairement le registre de l'oral ni inversement.

Le blogue, se présentant un peu comme un journal personnel, vise à reproduire un contexte de communication en apparence spontané, mais dans les faits plutôt codifié, qui invite à l'interaction, d'où ses emprunts à la conversation. Certains journalistes, tels que Daniel Leblanc du *Globe and Mail*, dénoncent la mauvaise qualité de l'écriture sur le Web : « Parce qu'il n'y a pas de limite d'espace, on se permet de publier des textes de qualité moindre. » À son avis, l'écriture journalistique sur la Toile ne devrait pas présenter de différence avec celle employée en version papier (Choquette 2009, en ligne). Pour Herring (2001), en revanche, le recours aux variations linguistiques constitue le plus souvent un procédé stratégique. L'emploi des interrogatives de la langue parlée, par exemple, sans l'inversion du sujet et du verbe (« vous comprenez? »), découlerait de la volonté des utilisateurs d'adapter le support informatique à leurs besoins d'expression. Quoi qu'il en soit, le blogue journalistique, dont la pratique s'est fixée au cours de la dernière décennie, constitue un genre de plus en plus institué.

À l'examen des billets des journalistes-blogueurs politiques, nous constatons qu'ils affichent dans leurs textes, à divers degrés, une forme



d'écriture contribuant à créer ou à simuler une certaine proximité avec ceux-ci. Pour ce faire, ils recourent à une « mise en scène » imitant une interaction en face à face sur un ton familier. Dans cette étude, nous nous proposons de vérifier, en prenant appui sur un corpus de blogues journalistiques, dans quelle mesure cette mise en scène énonciative caractérise le blogue et si elle se résume à une stratégie rhétorique permettant à son auteur de personnaliser son texte de façon à se créer une identité face à ses lecteurs, d'être plus expressif et de produire des effets de sens plutôt que d'entrer véritablement en relation avec ces derniers.

## **6. Corpus**

Aux fins de cette étude, nous avons constitué un corpus de billets de blogues représentatif de cette pratique journalistique du plus grand nombre possible de journalistes professionnels québécois. Ces textes traitent de politique municipale, provinciale et fédérale. Nous avons regroupé un total de 24 journalistes familiers avec la pratique du blogue puisqu'ils s'y adonnent régulièrement et avons sélectionné au hasard 10 à 15 billets pour chacun, ce qui totalise 300 billets. Tous les blogues sont affiliés à divers sites de médias publiés sur la Toile de l'information au cours des années où leur popularité s'est grandement accrue, plus précisément de 2007 à 2015. Précisons que seuls les journalistes qui couvrent la politique ont été sélectionnés.

Parmi les nombreuses marques linguistiques révélatrices d'une rhétorique interactionnelle caractéristique du blogue, notre choix s'est fixé principalement sur les procédés de « conversationnalisation » (Maccoccia 2016). Ces procédés ressortissent à une rhétorique interactionnelle à laquelle le journaliste-blogueur recourt pour simuler une relation d'égal à égal avec son lecteur, favoriser un certain rapprochement avec lui, bref, pour produire une sorte de simulacre de conversation personnelle et familière.

## **7. Procédés de « conversationnalisation » du discours journalistique**

La conversationnalisation consiste à transformer le texte écrit en une simulation d'une interaction verbale en face à face, en une imitation d'une communication interpersonnelle spontanée, c'est-à-dire non préparée et naturelle. Selon Maccoccia, « on appelle conversationnalisation, l'ensemble des procédés discursifs qui témoignent

de l'influence qu'a le registre de la conversation ordinaire sur d'autres types de discours, par exemple les discours publics. » (2016, 79).

Martel décrit ainsi la tendance à la conversationnalisation dans l'information télévisée :

« L'émergence [des] mises en scène conversationnelles simulant, dans les situations de communications médiatiques, le modèle bidirectionnel de la communication interpersonnelle révèle un changement significatif dans la manière de concevoir la transmission de l'information. Le recours aux mécanismes et procédés discursifs qui caractérisent la conversation orale spontanée est un indice de la volonté des chaînes de ramener l'information à l'intérieur d'une interaction sociale authentique qui rejoint la manière naturelle, humaine de communiquer. » (2007, 515).

Cherchant à prendre leur place dans les nouveaux espaces numériques, l'ensemble des médias tendrait plus ou moins à favoriser les mises en scène interactionnelles qui donnent, sur le plan discursif du moins, une place plus importante au public. Dans ce contexte, le journaliste politique doit se présenter comme un acteur se situant au même niveau que ses lecteurs, mais s'expose ainsi plus directement à la critique.

De par sa conception, le support de communication du blogue réduit la « distance temporelle » entre la publication du billet et l'affichage des commentaires des lecteurs, ce qui facilite la participation de ces derniers au débat public. De son côté, le journaliste adapte son discours de façon à imiter un échange interpersonnel, semblant combiner la sphère publique (faits de la scène politique) à la sphère privée (émotions, commentaires personnalisés). Pour ce faire, il aura recours aux procédés discursifs de conversationnalisation (Martel 2007, 513) soit :

- la simulation de la présence du lecteur dans le discours;
- les commentaires créant une intimité interactionnelle;
- les registres de langue.

#### *Procédés simulant la présence du lecteur*

Pour recréer les conditions d'une interaction effective dans laquelle le lecteur est interpellé directement, le journaliste recourt à des procédés simulant la présence de ce dernier, particulièrement l'emploi :

- de la deuxième personne du pluriel (pronoms et déterminants) dans les phrases affirmatives, exclamatives, impératives et interrogatives : « vous dis-je », « Je vous invite... », « Je ne peux pas m'empêcher de partager avec vous... », « Vous ne

- trouvez pas? », « Notez ... », « Méfiez-vous des clichés. », « Réagissez! », « Ne les faites pas rire. », « Permettez-moi de ... », etc.
- de l’interrogative, avec ou sans marque de deuxième personne : « Dans quel camp Pierre Karl Péladeau se rangera-t-il? » (Pepin, M., blogue, *Radio-Canada*, 27 août 2014), « Quand voit-on le ministre de la Sécurité publique à la télé? » (Bovet, S., blogue, *Radio-Canada*, 11 juin 2014), etc.

Ainsi, non seulement le journaliste s’adresse-t-il explicitement au lecteur, mais il peut lui prêter des propos ou des pensées, comme pour feindre sa présence ou comme s’il le connaissait suffisamment pour prévoir ses réactions : « Mais vous me demanderez... », « Et avant que vous disiez... », « ... vous l’aurez remarqué. », « Vous avez été nombreux à conclure... ». On recense même quelques cas où le journaliste simule une présence physique du lecteur : « Suivez mon regard. »

En ce qui concerne l’interrogative, son emploi est souvent combiné à celui du pronom *vous*, ce qui rend la situation d’interaction encore plus « authentique » pour le lecteur, étant donné qu’on lui demande directement de donner son opinion et de participer à la « discussion » sur la politique.

Dans le tableau ci-dessous, nous présentons les taux d’occurrence des marqueurs liés aux procédés de conversationnalisation relevés dans les billets de blogue. Nous les comparons à ceux relevés dans un corpus d’articles d’opinion tirés de la presse en version papier. Nous avons recensé les textes de 25 journalistes, dont la majorité figure aussi parmi les blogueurs, et choisi aléatoirement de 5 à 10 articles pour chacun, soit un total de 200 articles. Précisons que les articles sont généralement un peu plus longs que les billets. Les pourcentages des occurrences relevées dans les articles d’opinion ont été établis en référence aux taux d’occurrence des billets de blogue.

**Tableau 1. Taux d'occurrence (par 10 000 mots) des formes liées à l'interaction avec le lecteur**

Formes linguistiques	Billets de blogue		Articles d'opinion		Écarts en %
Interrogatives (sans le pronom <i>vous</i> )	28.4	100 %	18.5	65 %	-35 %
Interrogatives adressées directement aux lecteurs ( <i>vous</i> )	7.6	100 %	1.7	22 %	-78 %
Verbes impératifs à la 2 <sup>e</sup> personne, pronom <i>vous</i> (phrases assertives et exclamatives) et pronoms et déterminants possessifs de deuxième personne	18.2	100 %	7.5	41 %	-59 %
Total des formes linguistiques	54.2	100 %	27.7	51 %	-49 %

Il ressort des résultats obtenus que les journalistes-blogueurs privilégient les formes simulant la présence du lecteur dans les blogues, car les taux d'occurrence y sont presque deux fois plus élevés. L'écart en pourcentage entre les deux types de textes est plus marqué dans le cas des interrogatives comprenant le pronom *vous* (78 %) que dans celui où ce pronom est absent (35 %). De plus, l'écart entre les deux types de textes est notable en ce qui a trait à la présence des formes de deuxième personne dans les énoncés assertifs (« entre vous et moi »), exclamatifs (« Vous le savez! ») et impératifs de deuxième personne. Ces dernières formes sont le plus souvent utilisées pour :

- guider le lecteur dans sa réflexion : « Remarquez », « Imaginez », « Notez », « Écoutez bien », etc.;
- le prévenir : « Méfiez-vous », « Prenez garde », etc.;
- faire appel à ses connaissances : « Rappelez-vous », « Souvenez-vous », « Devinez », etc.;
- le convaincre : « Permettez-moi », « Croyez-moi », etc.;
- l'inciter à passer à l'action : « Essayez », « Demandez-le », « Réagissez », « Consultez », « Jetez un coup d'œil », « Lisez », etc.

Le journaliste recourt aux formes de deuxième personne avant tout pour persuader les lecteurs qu'il trouve important d'échanger avec eux sur les sujets dont il traite. Des questions comme : « Avez-vous lu les derniers sondages? » et « Ça vous surprend? », et des énoncés à l'impératif réservés normalement aux conversations orales informelles créent chez le lecteur une impression de connivence et l'amènent à se reconnaître personnellement comme l'« allocataire ratifié » (Goffman 1987, 141-150).

### *Intimité interactionnelle*

Le journaliste garde généralement une certaine distance professionnelle quand il rapporte ou même commente des faits de la scène politique. Dans le blogue, cependant, l'implication énonciative est plus présente que dans les publications papier, car le journaliste essaie de créer une certaine intimité interactionnelle. Pour ce faire, il se laissera aller à exprimer ses émotions et ses impressions :

- explicitement, au moyen :
  - de pronoms et de déterminants de première personne : « J'ai le sentiment que quelque chose cloche. », « Je déplorais... », « Je n'arrive pas à comprendre... », « À mon avis... », « Pour moi... », « Selon moi... », « M'est avis que... », « Pour ma part... », « Pas moi », « Mon opinion », etc.;
  - de pronoms et de déterminants de première personne du pluriel (*nous, notre, nos, nôtre, le nôtre, les nôtres*) et d'impératifs en *-ons* : « Ayons une pensée positive... », « Soyons sérieux », « Parions que... », etc.<sup>1</sup>;
- implicitement, par l'entremise de tournures qui expriment :
  - des sentiments ou des émotions : « On s'étonne de voir... », « On peut toujours rêver en couleur. », « Ça fait du bien à entendre. », « Ça n'a aucun bon sens. », « Sabia : ça ne passe pas. », etc.;
  - des jugements du journaliste : « Dure à suivre... », « Pas si mal. », « C'est fascinant. », etc.

La phrase exclamative est un autre procédé créant un effet de proximité. À l'oral, les diverses émotions sont traduites par une gamme d'intonations, lesquelles sont rendues à l'écrit par la ponctuation. Dans les

---

<sup>1</sup> Toutes ces formes combinant la première personne (*je*) avec une autre (tu ou il) suggèrent, d'une certaine manière, que le journaliste et le lecteur sont sur la même longueur d'onde, c'est-à-dire que le lecteur pense nécessairement comme le journaliste.

textes d'opinion, ces phrases exclamatives suivent généralement la description d'une situation et expriment la réaction émotive du journaliste à cette situation, réaction qu'il souhaite voir partagée par ses lecteurs : « Tout ça pour ça! ».

Nous rangeons parmi les phrases exclamatives le recours aux diverses interjections et locutions interjectives, notamment :

- les cris exprimant des émotions positives ou négatives : « Youpi! », « Aie! », etc.;
- les onomatopées soulignant une action brusque et soudaine : « Et vlan! »;
- l'onomatopée *oups* exprimant la reconnaissance d'une erreur par le journaliste dans le but de la rendre plus pardonnable pour le lecteur;
- les expressions figées exprimant le soulagement : « Dieu merci! ».

Les interjections sont parfois suivies d'une répétition du point d'exclamation (!!!). Il arrive aussi qu'elles ne soient pas suivies de la ponctuation exclamative : « Eh bien », « Oh là là ». Leur utilisation n'en vise pas moins à établir une intimité interactionnelle, particulièrement lorsqu'elles sont suivies de points de suspension (« oh la la... ») exprimant la confiance du journaliste dans la capacité du lecteur de compléter lui-même la pensée de l'auteur et inférer ainsi une relation de connivence.

Laurence Rosier décrit ainsi le recours aux interjections et locutions interjectives :

« [L]'interjection permet au locuteur, plutôt que de s'épancher dans une logorrhée, de se positionner dans une interaction, comme si l'interjection permettait de signifier : "je t'adresse la parole et je le fais sur le mode de la spontanéité, de la sincérité, sans mise en scène". On peut enfin avancer que l'interjection sollicite une réaction similaire de l'interlocuteur auquel elle est adressée. » (2000, 46).

Si l'interjection est généralement utilisée dans un échange verbal pour manifester une réaction vive et spontanée, lorsque le journaliste l'utilise à l'écrit dans un texte qui demande un minimum de réflexion, cette spontanéité est beaucoup moins évidente. Dans un tel contexte, elle devient plutôt un élément d'une mise en scène visant à susciter l'adhésion du lecteur et le procédé n'en traduit pas moins l'engagement du journaliste dans son propos.

On relève également dans notre échantillon le recours au procédé de réduplication, tout à fait typique de la conversation, servant d'intensificateur : « Oui, oui », « Non, non », « Mais, mais, mais », « Et, et », « Tiens, tiens » (marquant une fausse surprise).

Quant au recours aux figures rhétoriques<sup>1</sup>, dont le sens ne peut être construit sans la coopération du lecteur, il inscrit aussi ce dernier dans une relation de connivence avec le journaliste. L'ironie, le sarcasme, l'humour, les jeux de mots et les métaphores constituent autant de procédés qui nourrissent l'intimité interactionnelle et sous-entendent une certaine connivence. On a relevé dans notre corpus les exemples suivants :

- « On n'est pas vraiment sorti de l'auberge afghane » (Legault, J., blogue, *Voir*, 16 juillet 2008), expression adaptée à l'idée de retirer d'Afghanistan les troupes de soldats canadiens;
- « La politique c'est un peu comme le chocolat, quand on en mange trop, ça peut rendre malade » (Auger, M. C., blogue, *Radio-Canada*, 12 décembre 2007), soulignant qu'une autre campagne électorale ne plairait pas aux Québécois.

Autre procédé servant à simuler l'intimité interactionnelle, la parenthèse métadiscursive permet au journaliste d'inclure des commentaires qui n'ont pas de lien avec les faits commentés ou rapportés : « Bon. Je sais que ça va sonner comme une pub, mais je n'y peux rien. », « (C'est un compliment) », « (J'en suis) », « Je répète ce que je dis depuis une semaine... », « En passant... », « – Oh combien pratique – » (qui est aussi une phrase exclamative introduite par une interjection).

Souvent insérés entre parenthèses ou entre tirets, ces commentaires accessoires ou ce métadiscours pourraient être omis sans que l'information n'en soit modifiée. Leur rôle consiste à simuler une conversation entre locuteurs physiquement présents, un aparté. Ils contiennent des remarques en apparence fortuites, d'ordre privé et spontanées. Le journaliste s'en sert pour manifester au lecteur son attitude face au sujet politique dont il traite. Ce procédé de conversationnalisation a pour objet de susciter chez le lecteur une impression de proximité avec le journaliste et peut être employé en cooccurrence avec d'autres procédés visant aussi l'établissement d'une connivence avec ce dernier.

---

<sup>1</sup> Le recensement systématique dans un vaste corpus des contextes faisant intervenir ces procédés nécessite un travail d'une ampleur considérable, qui dépasse le cadre de cette étude.

Les procédés marquant l'intimité interactionnelle sont utilisés tant dans les chroniques d'opinion en format papier que dans les billets de blogue. Le journaliste-énonciateur, s'appuyant sur sa notoriété pour faire impression sur son lecteur, y recourt abondamment pour baliser son point de vue. Le tableau 2 présente les taux d'occurrence de ces procédés.

**Tableau 2. Taux d'occurrence (par 10 000 mots) des formes marquant l'intimité interactionnelle**

Formes linguistiques	Billets de blogue		Articles d'opinion		Écarts en %
Pronoms « je » et « nous », déterminants et impératifs de première personne et tournures exprimant des émotions, des sentiments ou des jugements	31.2	100 %	28.3	91 %	-8 %
Les phrases exclamatives et les mots interjectifs	16.4	100 %	7.4	45 %	-55 %
Parenthèses métadiscursives	4.6	100 %	1.8	39 %	-61 %
Total des formes linguistiques	52.2	100 %	37.5	72 %	-28 %

On constate que la fréquence d'emploi des divers procédés diffère de façon plus ou moins marquée selon le support de communication.

L'écart quant aux taux d'occurrence des formes associées à l'implication émotionnelle (8%) permet de croire que l'attitude du journaliste par rapport aux situations et au sujet qu'il traite ainsi que la visée discursive jouent un rôle important indépendamment du support de communication. Précisons toutefois que dans l'ensemble des blogues, le pronom « nous », plus abondamment employé, manifeste un positionnement énonciatif centré sur le blogueur et le lecteur, alors que dans les articles d'opinion la subjectivité s'exprime davantage par le pronom « je ».

En ce qui a trait aux phrases et, surtout, aux interjections, par nature associées plutôt à la conversation, elles sont beaucoup plus attestées (écart de plus de 50 %) dans les blogues que dans les articles d'opinion, les interjections étant pratiquement inexistantes dans ces derniers.



Par ailleurs, le recours au métadiscours constitue une sorte de rupture dans l'énonciation et relève principalement de la conversation. Malgré les taux d'occurrence peu élevés, on peut conclure de l'écart de pourcentage à ce chapitre entre les billets et les articles d'opinion (61%) que les premiers sont plus caractérisés par la présence de la parenthèse discursive. Ce procédé de conversationnalisation plus marqué dans les blogues représente une situation susceptible d'encourager le lecteur à laisser des commentaires.

Pour résumer, dans les deux types de textes, on observe chez les journalistes l'emploi de procédés ressortissant à une stratégie visant à simuler une interaction avec leurs lecteurs. Cependant, les résultats montrent pour plusieurs procédés un écart significatif des pourcentages d'occurrence en faveur des blogues : les formes simulant la présence du lecteur et celles exprimant l'intimité interactionnelle, exception faite des formes de la première personne (différence de 8 %), présentent des écarts très significatifs, soit 55 % pour les phrases exclamatives et les mots interjectifs, 59 % pour les formes de la deuxième personne du pluriel dans les phrases assertives et exclamatives, 61 % pour les parenthèses métadiscursives et 78 % pour les interrogatives interpellant le lecteur (*vous*).

### *Registres de langue*

Bien qu'il existe un continuum entre l'oral et l'écrit plutôt qu'une opposition, certaines formes sont plus susceptibles d'être utilisées à l'écrit et d'autres, à l'oral. On peut aussi comprendre que, quand elles sont utilisées « à contretemps », c'est-à-dire à l'écrit de manière délibérée, les formes issues de la langue familière ou populaire, qui donnent un ton plus informel et spontané au discours, contribuent à créer un effet stylistique particulier. Selon Seoane, « les marques d'oral familier font signe vers une stratégie de fonctionnement en décalage voire de transgression par rapport aux normes de périodiques d'information journalistique ». (2017, 184).

On relève notamment dans les billets de blogue :

- Des mots et expressions qui donnent un ton familier au message : Avec un PQ sans référendum et le recul actuel de la souveraineté, le Bloc de Gilles Duceppe **s'use de plus en plus les fesses**<sup>1</sup> et le cerveau sur les banquettes à Ottawa à défendre les “intérêts du Québec” de manière **pépère** comme le ferait n'importe quel député

---

<sup>1</sup> Les caractères gras sont de nous.

nationaliste-fédéraliste. (Legault, J., blogue, *Voir*, 20 septembre 2007).

– Des mots usuels connotés négativement :

Le Parti conservateur est un maître dans l'art de la collecte de fonds. Son **truc**<sup>1</sup> favori est d'attiser le vieux réflexe d'exclus et le sentiment d'assiégés des anciens réformistes. (Cornellier, M., blogue, *L'actualité*, 5 septembre 2014) .

– Des mots ou expressions empruntés à l'anglais qui sont usités dans la langue parlée mais dont l'emploi peut être critiqué parce qu'ils possèdent un équivalent français :

De deux, il ne faut pas sous-estimer la volonté de changement des électeurs. Dépeinte comme une totale *outsider*<sup>2</sup>, Mme Joly pourrait très bien transformer son absence totale d'expérience en politique comme une carte cachée dans son jeu. (Myles, B., blogue, *L'actualité*, 15 octobre 2013).

– Des abréviations ou sigles employés fréquemment dans une conversation :

Mario opère comme un vieux **pro** de la politique, alors que Stéphane semble de plus en plus perdu. (Legault, J., blogue, *Voir*, 26 avril 2007).

– Des régionalismes de registre familial conférant une couleur locale au texte et signalant l'appartenance à un groupe social :

En passant, Gilles Duceppe et Jack Layton ne sont pas des intimes et le chef du Bloc québécois n'a pas tendance à faire de la stratégie à jeu ouvert. Dans ce cas-ci, Jack Layton est surtout coupable de «**pétage de bretelles**»<sup>3</sup>. (Hébert, C., blogue, *L'actualité*, 30 novembre 2008).

<sup>1</sup> Dans le cas présent, cet emploi du mot « truc » revêt une connotation péjorative. Son registre familial met en relief le caractère grossier du stratagème utilisé par ce parti. Le contraste de ce mot avec l'expression de registre soutenu « maître dans l'art » confère un ton ironique à ce passage.

<sup>2</sup> En puisant dans le répertoire anglais, le journaliste cherche souvent à donner une couleur locale ou à alléger la formulation (il est question ici d'une « candidate totalement marginale » se présentant à une élection fédérale). Le journaliste indique parfois ce choix intentionnel à l'aide de l'italique ou des guillemets.

<sup>3</sup> L'emploi de ces mots ou expressions, souvent imagés et plus expressifs que leurs équivalents du registre standard ou soutenu (« autocongratulation », dans le cas présent), vise à créer un effet de proximité. Le journaliste, conscient de leur caractère régional et familial, choisit souvent de les mettre en relief en les plaçant entre guillemets.

Plusieurs régionalismes, expressions familières et même des créations lexicales non attestées dans les dictionnaires peuvent être utilisés pour rendre le message linguistiquement plus original et même divertissant :

– Des expressions régionales de sens figuré ou des extensions de sens :

Le PQ doit-il préciser sa démarche souverainiste ou se contenter de promettre un meilleur gouvernement?

Si vous croyez que la dernière année a été mouvementée, **attachez vos tuques** pour les suivantes. (Lavoie, G., blogue, *La Presse*, 24 janvier 2011).

– Des expressions familières à visée ironique ou à connotation péjorative :

Mais le PLC est un parti de pouvoir, un parti dur, où l’“amour” **prend le bord**<sup>1</sup> dès que le chef ne livre pas la marchandise. (Legault, J., blogue, *Voir*, 20 septembre 2007).

– Des expressions imagées utilisées dans une intention parodique :

Ce fut cependant un tour de force de transformer une rencontre péquiste sur la langue en valeur ajoutée pour le chef, plutôt qu’en week-end où le parti, pour reprendre une expression chère à Jacques Parizeau, **s’auto-pelure-de-bananise**. (Lisée, J.-F., blogue, *L’actualité*, 13 décembre 2009).

– Des expressions populaires ou mêmes vulgaires qui n’ont généralement comme objectif que de polariser les opinions<sup>2</sup> :

Il me semble que la réponse doit tenir quelque part entre ces quatre raisons.

Et que si le directeur de la prison ne la connaît pas, c’est parce que tout le monde concerné cherche à se “**couvrir les fesses**”. (Lavoie, G., blogue, *La Presse*, 12 juin 2014).

– Des créations lexicales et syntaxiques :

Mais une fois franchie la frontière, **Jean-Charest-le-partisan** devient **Jean-Charest-le-grand-ambassadeur**. (Lisée, J.-F., blogue, *L’actualité*, 10 décembre 2009).

À ces marques s’ajoutent les tournures interrogatives de la langue parlée. Certains journalistes n’hésitent pas à utiliser de telles tournures,

<sup>1</sup> *Prendre le bord*, dans ce contexte, a un sens proche de *prendre le large*. Il s’agit d’une façon imagée de dire que l’organisation libérale est impitoyable pour un chef qui n’est pas à la hauteur.

<sup>2</sup> Moins nombreuses que celles de registre familier, ces expressions sont souvent mises en relief, comme si le journaliste s’excusait d’avoir dû les utiliser.

conscients qu'elles créent chez le lecteur une impression de connivence plus marquée que la question formulée dans la langue « standard » et lui donnent le sentiment de participer à une conversation informelle entre connaissances.

Les tournures interrogatives de la langue parlée recensées comprennent :

- La question *in situ*, c'est-à-dire celle qui se termine par un mot interrogatif : « On leur offre quoi? Et pour faire quoi? », etc.
- L'énoncé interrogatif sans inversion du sujet et du verbe ou elliptique ne se distinguant de la forme affirmative à l'écrit que par la présence d'un point d'interrogation à la fin de l'énoncé : « Vous suivez? », « Vous ne trouvez pas? »; etc.
- La question qui omet la reprise du sujet par le pronom : « Comment les partis ciblent leur message pour séduire un électorat particulier? » (Castonguay, A., blogue, *Le Devoir*, 28 mars 2011).
- L'interrogative elliptique, similaire au titre incitatif, qui omet un ou plusieurs éléments, mais que le journaliste emploie en présumant que le lecteur en comprendra le sens : « Coderre à Montréal en 2013? » (Auger, M.C., blogue, *Radio-Canada*, 5 octobre 2009).
- La tournure interrogative servant principalement à piquer la curiosité du lecteur pour introduire un sujet et qui représente aussi un marqueur d'interaction : « Vous savez quoi? ».

Il arrive que le journaliste utilise de telles questions et fournisse lui-même la réponse pour apporter une confirmation à un interlocuteur auquel il prête une réaction d'étonnement ou d'incrédulité : « C'est tout? Non. », « Toutes? Toutes! », etc.

En établissant un « climat » d'échange plus familier, le journaliste encourage les lecteurs à laisser des commentaires. De cette façon, il veut se « représenter » clairement comme un simple citoyen dont le propos s'adresse, sur un pied d'égalité, à quiconque se sent concerné par les questions politiques dont il traite.

Dans un autre ordre d'idées, il conviendrait de s'interroger sur l'équivalence, sur le plan de la valeur communicative, entre les tournures interrogatives de langue parlée et leurs formes correspondantes du français standard à l'écrit. Dans plusieurs cas relevés, l'interrogative porte sur le sous-entendu et non pas sur ce que la phrase exprime explicitement. À titre illustratif, le pronom interrogatif *quoi* figure dans des phrases qui

expriment le plus souvent un désaccord ou signalent une aberration : « À quoi ça sert à Jean Charest d'avoir les deux mains sur le volant s'il conduit depuis la dernière élection avec une banane dans l'oreille? » (Legault, J., *blogue, Voir*, 18 mars 2009).

Il faudrait procéder à une analyse fine du contexte dans lequel apparaît chaque interrogative de la langue parlée pour pouvoir déterminer si sa valeur communicative est la même que celle de la forme généralement employée à l'écrit, ce qui dépasse le cadre de cette étude.

Quoi qu'il en soit, il demeure certain que l'emploi de l'interrogative de la langue parlée peut être lié aux motifs de proximité et d'expressivité. Ce type d'interrogatives est souvent associé aux tons (polémique, ironique, satirique, moqueur, etc.), dont l'expression semble particulièrement bien servie par la langue parlée.

Si l'auteur de billets, en livrant un journalisme de communication, partage l'espace du blogue avec son lecteur, il demeure que c'est à lui que revient la responsabilité d'assurer l'interface. Évidemment, étant donné sa formation, son recours à des formes plutôt associées à la langue parlée qu'à l'écrit ne peut généralement être attribué à l'ignorance du code écrit. On peut raisonnablement poser comme postulat que l'utilisation de traits des registres de langue familier et populaire s'avère un élément de sa stratégie visant à le présenter comme une personne engagée dans sa communauté, et, ultimement, à mobiliser le lecteur.

En personnalisant ainsi ses textes, le journaliste rend son message plus expressif et souligne avec plus de force son point de vue. On peut invoquer le motif de convergence entre le journaliste et son lectorat pour justifier le recours aux mots et expressions de la langue familière. Le lecteur, y reconnaissant sa propre façon de s'exprimer, serait plus enclin à ajouter un commentaire et à faire connaître son point de vue au journaliste et aux autres lecteurs. Il faut ajouter à ce motif celui de la performance, c'est-à-dire le désir du journaliste de produire un message plus percutant.

Le tableau 3 présente les taux d'occurrence des mots ou expressions des registres de la conversation informelle.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Pour parvenir à classer rigoureusement les mots et expressions relevés, nous avons procédé à une consultation lexicographique de trois dictionnaires. Seuls les mots et expressions figurant avec les mentions familier et populaire ont été retenus ainsi que ceux qui ne figurent dans aucun dictionnaire.

**Tableau 3. Taux d'occurrence (par 10 000 mots) des formes relevant des registres familier et populaire**

Formes linguistiques	Billets de blogue		Articles d'opinion		Écarts en %
Mots et expressions des registres familier et populaire et néologismes non recensés dans les dictionnaires	49.8	100 %	30.3	61 %	-39 %
Interrogatives de la langue parlée	12.7	100 %	8.6	68 %	-32 %
Total des formes linguistiques	62.5	100%	38.9	62 %	-38 %

Il révèle que l'importance du recours aux registres de langue familier et populaire demeure significative dans les deux types de textes<sup>1</sup>, et l'on peut conclure de l'écart de pourcentage de l'ensemble (38 %) que les formes issues du registre familier représentent l'une des caractéristiques du blogue, mais tout de même moins accentuée que celles simulant la présence du lecteur. On peut supposer que cette augmentation reflète une tendance peut-être plus marquée chez les auteurs de billets de blogues à se présenter non plus comme des professionnels de l'information, mais comme de simples citoyens engagés dans leur communauté.

## 8. Rhétorique interactionnelle

Les résultats présentés ci-dessus nous amènent à constater dans la pratique du blogue politique une certaine migration vers l'écrit de traits habituellement associés au code phonique et à la conversation informelle. En réalité, le blogue se révèle une variante stylistique de l'article d'opinion traditionnel adapté en version conversationnelle, c'est-à-dire imitant l'interaction spontanée en face à face. Dans l'ensemble, les journalistes-blogueurs manifestent une plus grande constance dans l'utilisation des procédés de conversationnalisation par lesquels ils se « représentent » dans une simulation d'interaction directe avec les lecteurs.

<sup>1</sup> Précisons que certains journalistes montrent une plus grande propension que d'autres à recourir aux registres de langue familier et populaire dans leurs textes, mais cette propension demeure plus marquée dans les billets de blogue.

Cette rhétorique interactionnelle déployée par le journaliste-blogueur présente une sorte de dédoublement selon lequel, d'une part, le journaliste, en tant que professionnel de l'information, maintient une relation asymétrique avec son lecteur, d'autre part, le blogueur entretient une relation symétrique avec son lecteur dans le monde virtuel qui lui permet d'exprimer sa subjectivité.

Le support de communication du blogue pourrait favoriser cette rhétorique, puisqu'en théorie il rapproche virtuellement le blogueur et le lecteur en leur offrant la possibilité d'un échange d'idées dans un espace de temps assez immédiat (les commentaires étant affichés presque sans délai et dans un ordre chronologique inversé). Cependant, nous constatons, à l'examen des commentaires, que ce désir de faire participer le lecteur à la réflexion n'est probablement pas le facteur déterminant du recours à ces procédés. Malgré l'enthousiasme qu'a initialement suscité l'avènement de cette nouvelle forme de communication médiatique, la coopération ne coule pas de source. S'il est vrai que des lecteurs assidus ou des réguliers d'un blogue peuvent alimenter et orienter la discussion engagée dans la section des commentaires, dans la majorité des cas, le journaliste n'y intervient pas. D'un côté, le blogueur affiche son billet, de l'autre, les lecteurs le commentent et échangent entre eux. Voici les propos d'un journaliste-blogueur populaire, propos qui illustrent clairement son refus d'interaction avec son lectorat :

« Je ne lis plus aucun commentaire posté sur mon blogue. Trop de conneries, trop d'imbéciles, pas assez de temps à perdre.

Alors, vous pouvez écrire tout ce qui vous plaît, des insultes, des blagues cochonnes, vous pouvez vous cruiser, vous envoyer promener, je m'en fous...

J'écris des textes. J'espère que ces textes vont toucher/stimuler/bousculer certaines personnes.

Aux lecteurs qui m'écrivent des textes censés, qu'ils soient positifs ou négatifs, je suis désolé. J'aimerais bien communiquer avec vous. Mais je ne veux plus perdre une seconde à lire des bêtises de "trolls" qui n'ont rien d'autre à faire que de squatter les blogues des autres, au lieu de créer leur propre blogue.

Mon blogue m'appartient. L'espace de commentaires VOUS appartient. Faites-en ce que vous en voulez, franchement, je m'en balance... »  
(Martineau, R., blogue, *Le Journal de Montréal*, 10 janvier 2007).

Ce chroniqueur au franc-parler n'hésite pas à provoquer et à chercher systématiquement la controverse, notamment en colorant ses textes d'expressions de registre populaire ou même vulgaire. Sa réaction

par rapport aux commentaires des lecteurs correspond tout à fait au modèle d'échange asymétrique informateur/informé. En tant que professionnel de l'écriture, il a développé et entretient un style journalistique qui se démarque par le registre populaire pour choquer et provoquer, mais un style qu'il reproche chez son lecteur.

Bien que l'intérêt du journaliste-blogueur pour la teneur des propos des lecteurs ne soit pas pleinement manifeste, l'importance qu'il accorde à la présence de leurs commentaires à la suite des billets qu'il publie est indéniable. Il doit en effet s'assurer de maintenir sa popularité face à la concurrence s'il veut que son blogue soit maintenu, et cette popularité est évaluée notamment à la quantité des commentaires qu'il soulève. Pour susciter de tels commentaires, le blogueur se doit d'adapter son message à cette nouvelle formule et d'utiliser une stratégie rhétorique qui, jusqu'à un certain point, s'avère trompeuse, puisque la possibilité offerte au lecteur de s'associer à lui dans l'élaboration d'une réflexion se révèle plutôt restreinte. Le blogue prend ainsi la forme d'un commentaire qui, en apparence, est livré spontanément et s'apparente à un échange interpersonnel au cours duquel le journaliste expose ses opinions, parfois sur un ton provocateur, et peut même exprimer ses émotions.

Parallèlement à cette variation du style d'écriture « conversationnel » est survenu un relâchement des contraintes éditoriales auxquelles étaient traditionnellement assujettis les commentateurs de la politique. Cornu cite les propos de Jones, ancien journaliste :

« Les blogueurs, sous réserve de quelques exceptions, n'incluent pas de reportage [*sur les faits*] dans les opinions personnelles qu'ils mettent en ligne. Ils considèrent que le journalisme est astreint à des normes et des règles qu'ils rejettent. » (2013, 62).

Cette conjonction de deux tendances, l'une liée à la forme du message, l'autre de l'ordre du contenu journalistique, s'avère un contexte idéal pour un journaliste-blogueur désireux de personnaliser davantage ses textes, d'affirmer une identité individuelle plus détachée du média et de faire sa marque dans la blogosphère, nouvelle source d'information populaire. Pignier commente ainsi l'ère du blogue :

« Contrairement à la tradition du journal d'information, l'ère des blogueurs ne revendique plus le personnage journaliste comme le sujet mandaté par une institution médiatique. Bien au contraire, elle le conçoit comme un sujet non assujetti, qui se dicte lui-même ses propres missions. Le blog promet un point commun entre journal intime et journal



d'information ; pouvoir virtuellement co-exister, pour exister dans la société réelle. » (2005, 81).

Examiné sous l'angle des transformations du journalisme, le blogue journalistique à thème politique comprend indiscutablement de nombreux traits communicationnels. Parmi ces traits, on relève plus particulièrement les procédés discursifs de conversationnalisation, qui confèrent au commentaire journalistique une forme plus personnelle et originale et que le blogueur utilise pour interpeller le lecteur et l'orienter ou le guider dans sa réflexion. Nouvelle forme plus ou moins différenciée de l'information commentée et plus propice, en apparence du moins, à l'exercice démocratique, le blogue politique se présente sous un jour qui donne beaucoup de crédibilité aux opinions qui y sont débattues.

En définitive, la plateforme du blogue favorise l'apparition dans le domaine du journalisme politique de pratiques nouvelles, du moins en ce qui a trait à la forme, et elle fournit un contexte favorable aux mutations du journalisme. Le blogue politique, qui demeure un genre pratiqué par des professionnels et qui ne s'est pas jusqu'à maintenant significativement éloigné des préceptes du journalisme d'information, notamment quant à la fiabilité des faits rapportés, est plus centré que le journalisme traditionnel sur l'aspect communicationnel et la relation avec le lecteur, mais ce dernier campe surtout le rôle d'un figurant dans la stratégie discursive du journaliste-blogueur.

## Références

- ARGAMON, Shlomo, KOPPEL, Moshe, PENNEBAKER, James W. et SCHLER, Jonathan. 2007. « Mining the blogosphere: Age, gender and the varieties of self-expression ». *First Monday* 12 (9). Consulté le 9 avril 2018. <https://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/2003/1878>.
- BARBEAU, Jean-Sébastien. 2016. « Sur la présence des commentaires dans un médiablogue : dialogue de sourds ou réels échanges entre les blogueurs et les internautes? ». Dans *Le cinquième pouvoir: la nouvelle imputabilité des médias envers leurs publics*, de M.-F. Bernier, 251-270. Québec: Presses de l'Université Laval.
- BOUSQUET, Frank. 2007. « L'usage des blogs par les journalistes politiques : nouvelles évolutions des pratiques professionnelles ». *Argumentum* 6: 58-74.
- BRIN, Colette, CHARRON, et DE BONVILLE Jean. 2004. *Nature et transformation du journalisme*. Québec: Presses de l'Université Laval.

- CHOQUETTE, Éléna. 2009. « L'ABC du journalisme ». *Le Délit*. Consulté le 10 avril 2018. <https://www.delitfrancais.com/2009/10/20/le-nouvel-abc-du-journalisme/>.
- CORNU, Daniel. 2013. *Tous connectés! Internet et les nouvelles frontières de l'Info*. Genève: Labor et Fides.
- CRYSTAL, David. 2013. *Language and the Internet*. Cambridge: Cambridge University Press.
- DE MOOR, Aldo et EFIMOVA, Lilia. 2004. « An argumentation analysis of Weblogs conversations ». New Jersey: Working Conference on the Language-Action Perspective on Communication Modelling. Consulté le 11 avril 2018. [https://pure.uvt.nl/portal/files/605522/Moor\\_Efimova.pdf](https://pure.uvt.nl/portal/files/605522/Moor_Efimova.pdf).
- DOMINGO, David et HEINONEN, Ari. 2008. « Weblogs and Journalism : A typology to explore the Blurring boundaries ». *Nordicum Review* 29 (1): 3-15. Consulté le 9 avril 2018. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.458.6791&rep=rep1&type=p4>.
- GOFFMAN, Erving. 1987. *Façons de parler*. Paris: Éditions de Minuit.
- HERRING, Susan C. 2001. « Computer-mediated discourse ». Dans *The handbook of Discourse Analysis*, de D. Tannen, H. Hamilton D. Schiffrin, 612-634. Oxford: Blackwell Publishers.
- HERRING, Susan C. et PAOLILLO, John C. 2006. « Gender and Genre Variation in Weblogs ». *Journal of Sociolinguistics* 10 (4): 439-459.
- MARCOCCIA, Michel. 2016. *Analyser la communication numérique écrite*. Malakoff: Armand Colin.
- MARTEL, Guylaine. 2007. « De la conversation dans l'information télévisée ». Édité par l'Université de Stockholm. *Le français parlé dans les médias 2005*, 503-516. Stockholm: Romanica Stockholmiensia:.
- MILLERAND, Florence, PROULX, Serge et RUEFF Julien. 2010. *Web social : mutation de la communication*. Québec : Presses de l'Université Laval.
- NARDI, Bonnie A., SCHIANO, Diane J., GUMBRECHT, Michelle et SWARTZ, Luke. 2004. « Why we blog ». *CACM* 47 (12): 41-46.
- Office québécois de la langue française (OQLF). *Le Grand dictionnaire terminologique (GDT)*. Consulté le 14 avril 2018. <http://www.granddictionnaire.com>.
- PIGNARD-CHEYNEL, Nathalie. 2007. « Lorsque la dimension participative d'un site de presse questionne les pratiques journalistiques : le cas de quel.candidat.com, site du DAUPHNE LIBÉRÉ à l'Élection présidentielle ». Consulté le 2 décembre 2017. [https://www.fssp.uaic.ro/argumentum/numarul%206/05\\_Pignard-Cheynel.pdf](https://www.fssp.uaic.ro/argumentum/numarul%206/05_Pignard-Cheynel.pdf).
- PIGNIER, Nicole. 2005. « Le blog symptôme virtuel de l'intimité ». *Transparence et communication* 22: 71-82. Consulté le 22 mars 2017. <http://www.mei-info.com/wp-content/uploads/revue22/7MEI-22.pdf>.
- PLEDEL, Iannis. 2007. « Le blog face à la clôture informationnelle : la délibération au service de l'apprentissage ». *Distances et savoirs* 5 (2):

- 275-288. Consulté le 4 décembre 2017. <https://www.cairn.info/revue-distances-et-savoirs-2007-2-page-275.htm>.
- RINGOOT, Roselyne. 2014. *Analyser le discours de presse*. Malakoff : Armand Colin.
- ROSIER, Laurence. 2000. « Interjection, subjectivité, expressivité et discours rapporté à l'écrit : petits effets d'un petit discours ». *Cahiers de praxématique*: 19-49. Consulté le 21 décembre 2017. <http://praxematique.revues.org/390>.
- SCHMIDT, Jan. 2007. « Blogging practices: An analytical Framework ». *Journal of Computer-Mediated Communication*: 1409-1427.
- SEOANE, Annabelle. 2017. « Effets d'oralité dans la presse engagée: dialogisation du discours et idéologisation du discours ». *Mots. Les langages du politique*: 167: 167-189.
- SIMARD, Jean-François. 2006. « La glocalisation de l'information et l'émergence d'une nouvelle logique médiatique ». *Les communications à l'ère du village global*. Outaouais: Érudit. 30-39. Consulté le 9 avril 2018. <https://depot.erudit.org/bitstream/002960dd/2/Communication.pdf#page=30>.
- WALL, Melissa. 2004. « Blogs as black market journalism: A new paradigm for news ». *Interface*. Consulté le 12 avril 2018. <http://commons.pacificu.edu/inter04/8/>.