

# Quelle posture déontologique pour les blogueurs?

## Des discours aux pratiques

Colloque  
*Les journalismes : réalités plurielles, éthique commune ?*  
Université d'Ottawa  
7 au 9 mai 2010

**Aurélié Aubert**  
**Maître de conférences en sciences de l'information,**  
**Université Paris 8**

L'apparition d'acteurs sociaux qui prétendent au journalisme et fournissent, en général bénévolement, des contenus de type informatif, aux plateformes collaboratives ou sur leurs propres blogues pose de nouvelles questions quant aux pratiques et postures déontologiques de ces acteurs de l'information. Étant donné que ces sites sont utilisés comme sources et qu'ils peuvent mettre à l'agenda des événements repris par des médias *mainstream*, il importe de se demander si les blogueurs traitant d'informations non personnelles considèrent porter une responsabilité éthique et dans quelle mesure ils se comportent en accord avec leurs croyances éthiques. En effet, bien loin de se désintéresser de la question de l'éthique et de la laisser aux seuls journalistes professionnels, il apparaît que ces acteurs en ont une approche originale qui mérite d'être travaillée.

La question du « blogging » intéresse depuis quelques années les chercheurs, mais peu de travaux ont été véritablement consacrés à l'éthique, y compris parmi les travaux anglo-saxons. Ainsi, Blood (2002) a proposé un code déontologique, qui s'apparentait davantage à un guide des premiers pas sur le net qu'à une réflexion poussée sur le sujet. Kuhn (2007) s'oriente davantage vers une interprétation philosophique des principes éthiques pratiqués sur la toile. Viegas (2005) a examiné les perceptions que les blogueurs avaient de la notion de responsabilité, mais son échantillon reste limité. Au fur et à mesure que le nombre de blogues augmente (en 2008 Technorati en dénombrait 113 millions dont 66 % seraient actifs), les

blogueurs eux-mêmes commencent à s'interroger sur ces questions et les implications éthiques de leurs pratiques (Johnson and Kaye, 2007 ; Mintz, 2005), d'autant plus que des enquêtes ont montré la confiance grandissante que leur accordent les internautes (Johnson et al, 2007). Selon Wall (2005, 2006) si les blogueurs ont créé de nouvelles normes journalistiques, de nouveaux standards éthiques vont nécessairement apparaître.

Cette communication s'intéresse à la notion d'éthique pratiquée par les acteurs sociaux qui adoptent une posture proche du journaliste, sans l'être véritablement. Notre hypothèse pourrait révéler un paradoxe apparent : ce type de population, très en prise avec l'actualité est sensible aux questions déontologiques, mais adapte ces principes (notamment en pratiquant un recoupement très partiel des informations et en privilégiant les sources du web aux sources humaines).

Notre travail s'appuie sur une enquête auprès d'une dizaine de blogueurs réguliers, avec lesquels nous avons réalisé des entretiens approfondis<sup>1</sup>. Nous complétons cette enquête par les résultats obtenus par des chercheurs de Singapour qui ont effectué une enquête par questionnaire auprès de 1224 blogueurs internationaux anglophones<sup>2</sup> portant, notamment sur leur approche de la question déontologique. Cette communication est un travail d'approche de la question de la responsabilité éthique des blogueurs sous forme de résumé des premières constatations qui peuvent s'effectuer dans ce domaine.

### **Des discours critiques...**

La perception critique des pratiques des journalistes professionnels constitue l'une des récurrences dans les déclarations des contributeurs réguliers aux nouveaux médias

---

<sup>1</sup> Pour un compte-rendu complet de l'enquête voir AUBERT Aurélie (2009), « Le Paradoxe du journalisme participatif », *Terrains et travaux* n°15, 171-190.

<sup>2</sup> CENITE Mark Cenite et al (2009), « Doing the right thing online », *New Media society*, (11), 575-597.

d'information sur la toile. L'élaboration d'une théorie critique envers la sphère médiatique et les professionnels du journalisme est plus ou moins élaborée dans les discours. L'appréciation du travail des journalistes professionnels par ces amateurs évolue entre la reconnaissance des qualités de la profession qui sont loin d'être toutes niées et des reproches de nature différente.

La population interrogée apparaît comme particulièrement sourcilleuse envers les pratiques d'une profession considérée comme responsable de l'élaboration de la connaissance au sein de l'espace public. Parmi les critiques les plus élaborées dans les discours, on rencontre des remarques relatives à ce que Cyril Lemieux, nomme le non-respect des « règles de la grammaire publique » (Lemieux 2000) : le non-respect de la règle de « séparation des faits et des commentaires », le manque de « distanciation énonciative », la collusion et les conflits d'intérêts, comme l'explique ce blogueur actif :

« Des gens qui passent à la télévision tous les soirs, dans les grands talk-shows, etc. qui se réclament d'une certaine impartialité, alors que visiblement ils ne l'ont plus, ça ne peut pas marcher. Les émissions politiques du dimanche soir à la radio, quand vous avez des gens qui sont journalistes, qui ont leur carte de presse et qui posent des questions qui font, que, en fait, ils ont un message à faire passer plutôt qu'une information à récolter... et ça, ça se sent, ça se voit, et le malaise est là. (...) Un journaliste ne peut pas être juge et partie, il doit avoir du recul ou dire très clairement " je prends parti, au moins sur ce sujet là, je prends parti et je cesse d'être journaliste parce que j'ai un message à faire passer " »<sup>3</sup>.

Dans une moindre proportion, on note aussi les traces d'un discours plus marqué idéologiquement et qui pourrait faire penser, dans ce cas, à un discours d'inspiration

---

<sup>3</sup> Extrait d'entretien réalisé le 9 juin 2008 avec un blogueur, contributeur et modérateur du site Agoravox.

bourdieusienne, relatif aux contraintes financières ou économiques auxquelles le milieu médiatique est soumis.

Cependant, aucun de ces contributeurs ne se considère en concurrence avec les journalistes professionnels qui assurent, selon eux, des rôles de vigie démocratique et un rôle social fondamental. Parmi les qualités reconnues à la profession, celle de prendre parti, de se positionner en tant qu'éditorialiste est ainsi souvent soulignée. La mission qu'ils s'assignent est d'un ordre différent et apparaît, dans leur esprit, comme complémentaire du travail effectué par les professionnels.

### **... aux pratiques à géométrie variable**

Faut-il alors en déduire que les blogueurs sont irréprochables dans leurs pratiques?

Une enquête en ligne menée sur plus de 1000 blogueurs (blogs personnels et non personnels) menée par des chercheurs de l'université de Singapour (Cenite *et al*, 2009) a montré que les 4 principes suivis par les blogueurs suivent cette typologie et sont classés par eux dans cet ordre :

1. Le principe de l'attribution (citer ses sources, renvoyer par lien hypertexte au site où l'information a été trouvée, servir la communauté des blogueurs par ce biais)
2. Le respect de la vie privée, de la propriété intellectuelle, de la confidentialité
3. Le fait de dire la vérité
4. Le principe de responsabilité

L'ordre dans lequel ces principes apparaissent reflète le degré d'importance qui leur est accordé par les blogueurs. On constate ainsi des différences pertinentes avec l'univers des journalistes professionnels pour lesquels l'attention portée à d'éventuels conflits d'intérêts et

de dépendance à des intérêts particuliers est très aiguë. Les blogueurs se sentent, eux, fort loin de ces préoccupations, revendiquant une indépendance vécue comme consubstantielle de la pratique du *blogging*. De même, la question de la responsabilité se pose avec moins d'acuité pour le blogueur qui sait qu'il peut, dans certains cas, demeurer anonyme.

En revanche, le principe de la citation (« attribution » en anglais) est de loin considéré comme le plus important par les sondés de cette enquête, ce qui n'est guère surprenant pour des individus habitués à l'univers du web où le plagiat et le copier-coller sont légions et aisément praticables. Le fait de commenter le travail des autres sur son blogue peut expliquer aussi le fait que la règle de la citation apparaisse comme capitale. Selon Hering et al. (2004), cette importance du principe de citation a trait au fait qu'internet crée des communautés : attribuer les références à leurs auteurs construit et renforce la communauté. Autrement dit, dire la vérité, autre principe déontologique fondamental dans la démarche journalistique ne suffit pas, il est nécessaire de dire d'où on la tient.

À la racine de l'écriture d'un billet de blogue figure une réflexion engagée à partir d'un fait d'actualité, saillant ou non. Viennent ensuite les recherches, soit pour vérifier l'information, soit pour élargir son champ de compréhension. Cependant, ces recherches se font avant tout sur le web. La pauvreté des sources convoquées par les blogueurs apparaît de façon flagrante puisque ceux-ci avouent ne se référer presque qu'exclusivement au web. Ici, le web apparaît quasiment comme le seul espace de vérification plausible, tout en incarnant aussi un lieu où il faut finir par accepter que l'information soit invérifiable... paradoxe de ces « journalistes citoyens » qui reprochent aux professionnels de ne pas suffisamment recouper les informations, tout en se retrouvant confrontés aux mêmes types de problèmes. On note en particulier la difficulté à recouper ses informations avec des sources humaines.

« Il faut vérifier un tas de sources quand même. Moi je prends des sources sur internet, je les recoupe, mais je ne vérifie pas l'authenticité des sources non plus. Un vrai professionnel doit vérifier la véracité de toutes ses sources, moi j'en suis réduit à faire confiance à des sources auxquelles je fais confiance a priori ».

**Tableau 1 :**  
**Liste des différentes « sources écrites »**  
**consultées par les internautes interrogés :**

Sites des journaux qui ont parlé de l'information, en priorité celui qui est à la source de l'information
Site d'une entreprise (s'il est nécessaire pour l'enquête)
Site citant des chiffres/ des données économiques
Sites spécialisés sur le sujet de l'« enquête »
Wikipedia
Revue de vulgarisation
Essais

### **Des pratiques en invention**

Ces pratiques mises en œuvre par ces acteurs n'ont en général pas été enseignées et les acteurs du web que sont les blogueurs revendiquent une posture empruntant davantage à la créativité qu'à l'objectivité, ce qui a aussi une influence sur les produits médiatiques issus de ces sites collaboratifs.

Les « amateurs » dont il est question ici se sont inscrits, à un moment donné de leur parcours, dans une forme de prise de distance avec les médias d'information dont la consommation assidue fait partie de leurs habitudes et peut être qualifiée de structurante chez eux. Le fait de s'informer, de se tenir au courant, d'apprendre le monde qui les entoure donne un sens à leurs pratiques identitaires. Les médias d'information classiques sont, pour cette population

d'amateurs, une ressource, un objet de construction de la pensée. Or, à un moment donné, se produit une prise de distance avec cet objet qui a pris peu à peu une place prépondérante dans leur vie. La critique médiatique, la méfiance envers les journalistes et la manière de traiter l'information, les scandales récurrents dont ces publics ne manquent pas d'être informés ont contribué à forger une conscience critique qui a abouti à un processus d'autonomisation vis-à-vis des médias d'information, et qui a entraîné une consommation accrue de l'information via internet pour ce type de public. Il est devenu d'abord méfiant et critique, mais a, dans le même temps, réalisé une forme d'émancipation des médias traditionnels grâce aux nouvelles façons de s'informer. Nomades et participatives, ces nouvelles façons de s'informer octroient un semblant de liberté au consommateur d'information boulimique qu'est le journaliste amateur, qui, dans un acte d'émancipation, considère qu'il peut participer à l'élaboration de l'information.

Face à un univers médiatique qui ne produit plus de confiance, l'individu contemporain, connecté, informé et en pointe dans divers domaines cherche à devenir un acteur de ce système, à son niveau. En devenant un acteur des médias d'information qui contribuent à informer la société dans laquelle il vit, l'amateur développe sa réflexivité et sa créativité. Or, cette créativité s'incarne dans des initiatives quotidiennes, des initiatives multiples, individuelles et collectives que sont ces projets collaboratifs d'information pour lesquels les règles déontologiques qui émergent semblent en partie en décalage avec les principes traditionnels de l'éthique journalistique.

\* \* \*

### **Références**

BLOOD, R. (2002), *The weblog Handbook: Practical advice on creating and maintaining your blog*, Cambridge, MA, Perseus Publishing.

CENITE M. et al., (2009), « Doing the right thing online », *New media society* ; 11, 575-597.

HERRING, S.C., I. KOUPER, L.A. SCHEIDT and E. WRIGHT. (2004), « Women and children last : The discourse construction of weblogs », in L. J. GURAK, S. ANTONIJEVIC, L. JOHNSON, C. RATLIFF and J. REYMAN (eds). *Into the blogosphere: Rhetoric, community, and culture of weblogs*, URL : <http://www.blogninja.com/women.children.pdf> (15 avril 2010).

JOHNSON T. J., B. K. KAYE, S. L. BICHARD and W. J. WONG. (2007), « Every blog has its day : Politically-interested internet users' perceptions of blog credibility », *Journal of Computer-Mediated Communication* 13 (1), 100-22.

JOHNSON T. J., B. K. KAYE, (2004), « Wag the blog : How reliance on traditional media and the internet influence credibility perceptions of weblogs among blog users », *Journalism and Mass Communication Quarterly* 81(3): 622-42.

KUHN, M. (2007), « Interactivity and prioritizing the human: A code of blogging ethics », *Journal of Mass Media Ethics* 22 (1): 18-36.

LEMIEUX C. (2000), *Mauvaise presse*, Paris, Métaillié.

MINTZ, J. (2005), « When bloggers make news : As their clout increases, web diarists are Survey », *Journal of Computer-Mediated Communication* 10 (3), (<http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue3/viegas.html>) (15 avril 2010).

VIEGAS, F. (2005), « Bloggers' expectations of privacy and accountability : An initial asking: Just what are the rules? », *Wall Street Journal*, 21 January, p. B1.

WALL, M. (2005), « Blogs of war : Weblogs as news' », *Journalism* 6 (2) : 153-72.

WALL, M. (2006), « Blogging Gulf War II », *Journalism Studies* 7 (1) : 111-26.