

PÉTITIONS POLITIQUES EN LIGNE

Deux ou trois choses que l'on sait d'elles

Robert BOURE, Franck Bousquet (LERASS, Toulouse 3)

Ce texte, produit pour le séminaire DEL-CNRS de mars 2012, met en perspective trois articles récents parus ou en cours d'évaluation. Les encadrés sont tirés des articles (texte intégral et parfois résumé).

Boure R., Bousquet F., Marchand P., 2012 « Médiateurs et signataires des pétitions en ligne. L'exemple de trois pétitions sur l'identité nationale », en cours d'évaluation.

Boure R., Bousquet F., 2011, « La construction polyphonique des pétitions en ligne. Le cas des appels contre le débat sur l'identité nationale », Questions de Communication, n°20, 293-316.

Boure R., Bousquet F., 2010, « Enjeux, jeux et usages d'une pétition politique. La pétition Vauzelle », Réseaux, n°164, 127-160.

Le droit de pétition a été reconnu en France en 1791. Depuis, il n'a jamais vraiment cessé de s'exercer, que ce soit par l'intermédiaire de pétitions parlementaires (non abordées ici), d'appels destinés à recueillir des signatures « anonymes » initiés par des individus, des partis politiques, des syndicats et des associations, ou de textes signés par des personnalités. On distinguera, sans les opposer radicalement, la pétition « de masse » qui recherche le plus grand nombre de signataires, de la pétition de personnalités dont la réussite repose largement sur la notoriété des premiers et parfois uniques signataires et qui s'apparente à l'appel ou au manifeste d'intellectuels (Ory, Sirinelli, 2002).

Depuis le développement de l'Internet grand public et l'apparition des pétitions électroniques¹, les pratiques de pétitionnement ont connu un renouvellement quantitatif et qualitatif, en lien avec l'évolution des modes d'expression des mouvements sociaux et au-delà, des formes d'expression politique, en ligne (*Réseaux*, 2008) ou non. En effet, plusieurs milliers de pétitions françaises circulent ou ont circulé sur la Toile, nombre d'entre elles ayant une dimension politique internationale, nationale ou locale revendiquée ou implicite².

Signe des temps, des sites de pétition en ligne français ou francophones sont apparus, offrant gratuitement aux acteurs sociaux individuels et collectifs la possibilité, grâce à des logiciels libres, de créer, gérer et faire circuler leurs pétitions : Lapétition.com, serveur le plus ancien (1997), PHP pétitions, serveur en ligne pour les sites militants créé en 2005 par le réseau associatif et syndical R@S, Mesopinions.com, Lapétition.be, pétitionduweb.com, jesigne.fr, Pétitions24.net, sans oublier les sites anglo-saxons tels Ipétitions.com et Gopetitions.com, ni les outils désormais disponibles sur le Net permettant, grâce à un « copier/coller », d'installer soi-même une pétition sur son site ou sur les réseaux sociaux Twitter, MySpace et Facebook.

¹ Des discours journalistiques, militants et (plus rarement) académiques ont mis ce phénomène en relation tant avec la crise de la démocratie représentative et la médiatisation de la vie politique qu'avec la montée en puissance de l'Internet dans les mobilisations, les interpellations politiques et plus généralement les « nouvelles manières de faire de la politique ». Ainsi, par exemple, Pierre Rosenvallon (2006, 24) classe la pétition parmi les formes de participation non conventionnelles manifestant une défiance envers la démocratie représentative.

² La première pétition politique électronique ayant obtenu un nombre élevé de signatures dans un délai relativement court est « Sauvons la recherche », lancée le 04/01/04 par un petit groupe de chercheurs et qui donnera peu après naissance au mouvement éponyme (11 000 signatures le 16/01/04, 31 000 le 27/01/04, 205 000 à la clôture, dont 75 000 d'agents des organismes de recherche et de l'enseignement supérieur).

Ainsi, tout semble en place pour que la pratique de la signature en ligne fasse désormais partie des répertoires de mobilisation contemporains³.

La pétition politique en ligne dite « de masse » sera ici brièvement définie comme un texte : 1) adressé à des autorités publiques internationales, nationales ou locales ; 2) initié par un ou plusieurs acteurs sociaux individuels ou collectifs, éventuellement soutenus par des « personnalités » ; 3) émettant une revendication, une opinion, un souhait ou imputant la responsabilité d'un problème public ; 4) hébergé par un site existant ou élaboré pour l'occasion imaginant un dispositif conçu pour faire connaître et circuler un appel et pour recueillir des signatures ; 5) destiné à être signé par le plus grand nombre possible d'« anonymes » qui n'ont la possibilité ni de le modifier directement, ni d'agir sur sa durée de vie. En ce sens, et au même titre que la manifestation à laquelle on la compare parfois, elle est une forme de mobilisation par le nombre et par l'usage du nombre.

Malgré son utilisation continue sous sa forme traditionnelle (« papier ») ou contemporaine (« électronique »), la pétition n'a guère été un objet d'étude pour les SHS françaises. Et quand elle a été abordée, les chercheurs lui ont souvent prêté une attention oblique. Pour dire les choses autrement, ils s'y sont intéressés de façon incidente, leur regard se focalisant sur des objets plus vastes et plus nobles (les mouvements sociaux, les mobilisations -Neveu, 2002 ; Mathieu, 2011 ; *Politix*, 2011- et leurs pratiques médiatiques -Ollitrault, 1999 ; Granjon, 2002-, l'engagement politique -Perrineau, 1994 ; Ion *et al*, 2005-)⁴ et sur des « répertoires d'action collective » (Tilly, 1978) plus visibles, plus médiatiques... mais pas nécessairement plus utilisés.

Pour notre part, nous avons pris la pétition au sérieux en la constituant en objet central de recherche. Sur le plan théorique, nous avons croisé les perspectives sociologiques sur l'étude du pétitionnement développées par Jean-Gabriel Contamin (2001) et, secondairement, par Duval *et al* (1998), avec : 1) des approches plus globales issues de recherches (multi)disciplinaires sur les mouvements sociaux et notamment leurs dimensions communicationnelles et sur l'engagement (militant, citoyen...) ; 2) des études sociologiques et socio-discursives sur les discours politiques (l'énonciation et ses conditions sociales, les stratégies argumentatives, les représentations du politique, la présentation de soi...) ; 3) des travaux sur la place d'Internet dans le champ politique (usages d'Internet, analyses des sites, des forums et des blogs politiques...).

De façon plus précise, la pétition est saisie à la fois en elle-même et comme analyseur pertinent de dynamiques sociales complexes (mouvements sociaux, mobilisations, débat public...) dans lesquelles elle s'insère. Cela revient, d'une part, à déplacer en partie le regard de ce qu'elle énonce vers les conditions et les « outils » (appel, dispositif socio-technique...) de l'énonciation, puis de ses fonctions (à quoi sert-elle ?) vers ses usages (qui s'en sert ? pourquoi et comment s'en sert-on ?) ; d'autre part, à mettre en perspective chaque pétition étudiée avec les représentations, discours et pratiques de ceux qui l'initient (les « entrepreneurs de pétitions »), de ceux qui la relaient (agences de presse, médias traditionnels ou en ligne, organisations, blogueurs, réseaux sociaux type Facebook ou Twitter...) jouant le rôle de médiateurs, des « anonymes » qui la signent et qui peuvent aussi la « médier » en la faisant à leur tour circuler, mais aussi d'autres acteurs sociaux qui utilisent le même répertoire d'action dans d'autres contextes sociaux, spatiaux et temporels. Puisqu'elle est donc multiple, l'énonciation est polyphonique : si une pétition entend exprimer une voix dominante

³ Une étude du CSA réalisée pour Orange et Terrafemina en 2011 révèle que 63% des internautes ont signé une pétition électronique (dont 37% « plusieurs fois »). CSA, *Mobilisation numérique : quand les foules virtuelles prennent le pouvoir*, décembre 2011, n°1101722.

⁴ Il ne s'agit bien sûr que d'une bibliographie indicative.

proposant des cadres pour l'interprétation et pour l'action, celle-ci est co-construite par plusieurs voix parlant de « lieux » différents qui ne sont pas toujours concordantes avant et après la mise en ligne. Il faut en outre ajouter un autre élément : les représentations des acteurs évoluent au fur et à mesure de la mobilisation.

Ainsi, prendre la pétition au sérieux ne signifie pas la traiter en elle-même et pour elle-même, mais pour ce qu'elle révèle du fonctionnement de la société politique, et derrière elle, de la société civile.

Nous présentons ici les premiers résultats d'un programme d'étude tirés de la mise en perspective d'analyses de quatre pétitions récentes⁵ qui interrogent directement la polyphonie et la médiation. Nous aborderons successivement la manière dont une pétition se construit avant sa mise en ligne, puis la manière dont cette construction se poursuit dès la mise en ligne.

Sur le plan empirique, l'observation fait appel à la combinaison de plusieurs techniques : 1) un travail de veille sur les sites de pétition (depuis avril 2009, plus de 200 pétitions en ligne ont été observées et « suivies » régulièrement : évolution des sites, des signataires...) et, pour les pétitions qui ont fait l'objet d'une recherche spécifique, sur les médiateurs qui les relaient ; 2) une analyse des sites (navigation, ergonomie, couleurs, symboles, mise en scène...) empruntant des outils à la sémiologie et des appels (sémiologie, rhétorique) ; 3) des entretiens non directifs avec les entrepreneurs de pétitions ; 4) une étude des signataires anonymes à partir de leurs signatures et plus précisément de la manière dont chacun a renseigné les champs sur le formulaire de pétition (qui déclarent-ils être ? comment se donnent-ils à voir ?).

D) LA CONSTRUCTION POLYPHONIQUE DES PETITIONS AVANT LEUR MISE EN LIGNE

Il est évidemment essentiel de situer les pétitions dans leur contexte général (« l'esprit du temps », dirait Edgar Morin) et particulier (la manière dont se pose socialement le problème à l'origine de la pétition, les réactions de la société et des autorités publiques interpellées, les éventuelles mobilisations, les répertoires d'action collective utilisés...).

De la même façon, il est indispensable de s'attarder sur les promoteurs des pétitions, ces acteurs, individuels et souvent collectifs, qui possèdent les ressources matérielles, sociales et symboliques nécessaires sinon pour plusieurs formes de mobilisation, du moins pour celle-ci. Il n'est pas indifférent de savoir s'il s'agit d'un parti, d'un syndicat, d'une ONG, d'un média, d'un collectif (mais alors, quel type de collectif ?) ou d'une initiative (plutôt) individuelle (dans ce cas, qui est l'auteur ? sur qui et sur quoi est-il susceptible de s'appuyer ?). On peut ensuite interroger ses intérêts pour agir, matériels et symboliques, explicites et implicites, puis se demander s'il a une expérience en matière de pétitionnement, ou pour dire les choses autrement, s'il est suffisamment familiarisé avec ce mode d'action pour le préférer à d'autres, pourtant possibles, voire de l'articuler à d'autres selon la configuration des mobilisations. En fait, l'étendue du questionnement dépend de ce que l'on cherche. Si l'on s'intéresse prioritairement aux raisons qui ont poussé tel ou tel promoteur à choisir ce mode d'action et à

⁵ Il s'agit d'une part, de l'appel « Inscrire les services publics dans la constitution », dit « pétition Vauzelle », par référence à son énonciateur Michel Vauzelle, Député des Bouches du Rhône et Président de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur (mise en ligne le 15/04/09) ; d'autre part, de trois pétitions relatives au « grand débat » sur l'identité nationale voulu par Nicolas Sarkozy : « Nous ne débattons pas », « Arrêtez ce débat Monsieur le Président » et « Appel pour la suppression du ministère de l'Identité nationale et de l'Immigration », respectivement initiées par *Médiapart* (02/12/09), *SOS Racisme/Libération* (20/12/09) et un Collectif éponyme *ad hoc* (07/01/10). Ces pétitions ont été régulièrement mises en perspective avec d'autres appels, contemporains ou plus anciens, portant sur des thématiques proches (les services publics pour la première, l'immigration, le racisme (...) pour les trois autres).

la manière dont il s'y est pris pour décider, la palette des questions sera très large, les réponses circonstanciées, les techniques d'investigation multiples (archives, entretiens, analyses d'articles de presse, observation participante...)⁶. Notre problématique (les médiations, la polyphonie...) nous a conduit à relativiser le « qui » au profit du « comment » et de l'« avec qui ». Le « comment » revient à poser une question largement traitée par les sociologues, celle des pratiques, mais également celle, plus communicationnelle, des dispositifs. C'est sur elle que nous allons nous attarder. Le « avec qui » suppose, entre autres, que l'on s'interroge sur ceux qui « donnent leur nom » et ce qu'il symbolise pour soutenir les initiateurs.

A) DE QUELQUES ELEMENTS CENTRAUX DES DISPOSITIFS

Raisonné en termes de dispositifs d'énonciation, de médiation, de mise en scène (...), revient *in fine* à mettre en perspective un agencement hétérogène et plus ou moins structuré d'objets, de techniques, d'opérations, de discours, de sens, de social (...) construit en fonction d'une intentionnalité agissante, pour ne pas dire d'une visée stratégique avec ceux à qui ces dispositifs s'adressent. Si le dispositif ne garantit pas la relation ou la médiation, il est une importante condition de la possibilité d'une relation ou d'une médiation à travers les formes qu'il organise, à travers le cadre qu'il propose. Enfin, ceux à qui il s'adresse peuvent être pris, se déprendre en « faisant avec », avant d'être éventuellement repris (Certeau, 1980). Cette approche ouvre la porte à la confrontation des intentions du dispositif et des usages de la pétition par ses initiateurs, ses médiateurs et ses destinataires ultimes.

1) Les sites

On considérera qu'en tant que dispositif de communication ayant une dimension technique avérée (Rouquette, 2009), un site n'est pas seulement décryptable à travers sa configuration et son interactivité techniques, son ergonomie, ses « fonctions utiles », son « visuel » et ses contenus. Il est aussi chargé de signes et donc de sens. Il parle et il met en scène, tout en cherchant à enrôler le « visiteur ». En même temps, il s'inscrit au sein des discours de ceux qui le conçoivent (promoteurs), de ceux qui le légitiment (personnalités) et de ceux avec lesquels il est mis en relation (médias, organisations, blogueurs et enfin signataires anonymes).

Que faire à partir du moment où l'on choisit de se placer « en production » et non « en réception » ? Quatre approches plus ou moins proches peuvent être mobilisées :

- Approche rhétorique permettant de déconstruire les structures de sens des discours des entrepreneurs de pétition, leurs stratégies argumentatives, la manière dont elles sont utilisées par rapport aux attentes perçues des récepteurs. Cette manière de faire apporte un éclairage intéressant, surtout si on prend en compte la manière dont l'auditoire est imaginé, mais elle ne permet pas d'exploiter complètement la dimension « dispositif socio-technique ».

- Approche sémiolinguistique pouvant s'inspirer de travaux sur les sites de partis politiques (par exemple, Bonhomme et Stalder (2006) analysent la page d'accueil comme unité de lecture et unité de sélection en ce qu'elle oriente la circulation de l'internaute dans le site). On peut également s'intéresser à la dimension textuelle ou à la place de l'iconicité. Mais cela suppose des compétences que n'avons pas ou peu.

⁶ C'est en partie la démarche de Jean-Gabriel Contamin (2005) quand il s'interroge sur un mouvement de doctorants partagé, sur une période relativement longue (5 ans), entre les registres de la pétition, de l'expertise et de la représentation.

- Approche en termes de « cadre ». En référence à Goffman (1991), un site de pétition peut être questionné comme un cadre dont il s'agit d'identifier les composantes, puis d'évaluer leur caractère contraignant.

- Approche axée sur l'énonciateur (statut, objectifs, manière dont il se donne à voir...) et sur la façon dont il conçoit les rapports avec les médiateurs et les signataires anonymes.

Deux exemples (pétitions sur l'identité nationale)

Site de la pétition de Médiapart : il parle et se donne à voir principalement comme *Médiapart* et secondairement comme un porteur de cause, ce qui en dit long sur les objectifs non apparents des initiateurs : la mise en visibilité d'un média en ligne se voulant de référence (mais à la recherche d'un modèle économique viable et d'une légitimité dans le champ des médias), vis-à-vis de ses abonnés, de tous ceux qui sont susceptibles de relayer la pétition et des signataires.

Il s'intègre totalement dans le site du média dont il reprend la forme et la mise en scène. La page d'accueil comprend le texte de l'appel, les noms des personnalités et le formulaire de signature. L'encadrement de l'appel et des signataires par un léger filet noir est celui de tous les textes publiés. La partie supérieure rappelle les principales rubriques du journal (Monde, France, économie, culture) ainsi que le sommaire du jour et contient des renvois vers les derniers articles et vers des articles traitant des thématiques évoquées par la pétition. La partie inférieure est consacrée à une offre d'abonnement ainsi qu'aux mots clés servant à « tagger » la pétition par rapport à l'ensemble du site, mais aussi pour les moteurs de recherche. En outre, si elle contient les noms des personnalités qui soutiennent la pétition, la page d'accueil ne mentionne pas le nombre de signataires anonymes : les noms sont donc plus importants que le nombre, du moins en termes de légitimation.

Mis en ligne le 2 décembre, l'appel est peu modéré. Il n'est actualisé qu'à deux reprises : le 08/12/09 sous la forme d'un éditorial d'Edwy Plenel reproduisant l'ouverture du Cahier spécial papier consacré à l'identité nationale se félicitant du succès de la pétition et le 23/12/09 par un article analysant le débat sur l'identité nationale dans la perspective d'une lutte de pouvoir au sein de la droite. Il est à noter que ces deux textes sont des renvois vers la zone payante du site et que seuls leurs résumés sont accessibles si l'on clique sur les liens. Il existe en revanche un signet ouvrant sur une rubrique « commentaires ». Sa lecture révèle que beaucoup d'abonnés y ont laissé le leur, certains d'entre eux étant d'ailleurs des contributeurs bénévoles « habituels » de *Médiapart*. La pétition est alors une occasion supplémentaire de s'inscrire dans l'entre soi. Ce phénomène d'une communauté se retrouvant régulièrement sur un site pour poursuivre une discussion plus ou moins routinisée est bien connu car très proche de ce que l'on observe sur de nombreux forums ou sur des blogs de personnalités (Bousquet, 2011).

Site du Collectif ad hoc : les initiateurs sont un collectif de 20 (enseignants-)chercheurs, tous travaillant sur des thématiques évoquées par le débat sur l'identité, animés par une volonté militante et une logique de mise en réseau. Le Collectif s'efface largement derrière la cause, les mobilisations auxquelles elle donne lieu et les réseaux militants ou médiatiques susceptibles de la défendre et cela est manifeste dans la conception même du site. L'interface, réalisée pour l'occasion, adopte une mise en page sobre et met en évidence, par son architecture graphique, l'objectif affiché : la suppression d'un ministère en tant qu'« acte d'une violence inouïe ». Un bandeau latéral est occupé par douze rubriques (dont une significativement intitulée « Rendez-vous ») qui correspondent aux pages du site. Le bandeau supérieur est divisé latéralement en deux parties, celle de gauche où le nom du ministère est barré d'une croix rouge, et celle de droite reproduisant le titre du site qui est aussi celui de l'appel. Juste en dessous se trouvent le nombre de signatures, la date, le texte de l'appel et enfin les premiers signataires.

Les évolutions témoignent d'une volonté non seulement de faire vivre la pétition au fil des signatures, d'animer le site ou de faciliter son référencement par les moteurs de recherche, mais aussi de rappeler sa dimension militante et son insertion dans le mouvement social. Deux sont significatives :

- ajout aux noms des signataires-appelants des noms des partis, syndicats et associations au fur et à mesure qu'ils soutiennent l'appel.

- création d'un espace pour le film militant *Ulysse clandestin* produit par le réseau international La Bande Passante : sur la page d'accueil, avant le texte de l'appel, une fenêtre permet de visionner le film et renvoie à une page écran le présentant et encourageant sa diffusion. La rubrique « Rendez-vous » est consacrée aux projections organisées en France. Enfin, un lien est proposé avec La Bande Passante qui édite d'autres DVD militants, la plupart issus d'entretiens avec des fondateurs du Collectif, et qui annonce le projet de création d'« un réseau international ouvert, critique et transdisciplinaire (sciences sociales, humaines, naturelles, formelles et l'ensemble des disciplines artistiques) » dont l'objectif explicite est la diffusion d'une pensée critique et d'une contre-expertise politique.

2) Les appels

S'il porte et rend visible l'appel, le site n'est que très rarement utilisé pour le construire. Du point de vue de l'analyse de discours, un appel peut être considéré comme une forme particulière de discours instituant (au sens de « *sorte d'idéal-type du discours officiel de l'institution* » -Oger, Ollivier-Yaniv, 2006, 63-) destiné à des publics relativement larges et hétérogènes. Dès lors, il porte en lui non seulement une parole « officielle » fortement affirmée, mais encore les traces de polémiques avec les adversaires et les alliés, et parfois de façon très euphémisée, de débats et de tensions internes. Il est donc polyphonique.

Il peut aussi être interpellé comme un texte composite, voire contradictoire : d'un côté il argumente car il y a matière à discussion, d'un autre, il joue la proximité en s'effaçant en partie derrière ceux à qui il s'adresse, contribuant ainsi à construire un univers d'évidences et donc à gommer les aspérités et divergences. En fait la contradiction n'est qu'apparente car l'organisation textuelle est tournée vers la recherche d'efficacité.

Les trois appels relatifs au débat sur l'identité nationale

Ils sont proches au niveau de la forme, ce qui n'a rien d'étonnant, puisque le genre « pétition politique » est connu et maîtrisé sur le plan littéraire par les énonciateurs. Dans chacun, on retrouve nombre de marques banales dans les textes composites à visée polémique et mobilisatrice :

- connecteurs causaux argumentant la prise de position (car, parce que, aussi) et conclusifs tirant les conséquences des arguments développés (donc, c'est pourquoi, en conséquence, sans quoi). Il s'agit ici de répondre autant à un impératif d'explication que de cohérence.

- modalisation épistémique à travers des expressions ou des phrases exprimant plus qu'une simple opinion, une connaissance « vraie » qui a en outre l'avantage d'ignorer les débats internes entre initiateurs, mais aussi entre initiateurs et personnalités-appelantes : « la preuve n'est plus à faire », « un débat qui, posé en ces termes, ne pouvait finalement rien produire d'autre ».

- figures de styles et notamment des métaphores suggestives empruntées à divers langages codés : géologique (*fissure* de la République), policier (*rapt* nationaliste de l'idée de nation), pénitentiaire ou asilaire (*enfermement* identitaire), chasse (*piège*), mécanique (*machine* de division et de stigmatisation), médical (*malaise*), militaire (*manœuvre de diversion*).

- structures récurrentes marquant l'insistance sur ce que l'on dénonce : « il (le débat) n'est *ni* libre, *ni* pluraliste, *ni* utile », ou encore, « *Il n'est pas* libre », « *Il n'est pas* pluraliste », « *Il n'est pas* utile ». Parce qu'elles cherchent à rassembler plus en dénonçant qu'en expliquant, elles sont à rapprocher des structures dichotomiques qui montrent une séparation irrévocable entre « eux » et « nous », ou si l'on préfère entre deux manières de concevoir la République et/ou le vivre ensemble. Par ailleurs, le « nous » est utilisé soit pour identifier davantage l'émetteur aux récepteurs, soit pour faire agir ces derniers en insistant sur le caractère commun du combat contre l'Autre. Il s'agit donc, *in fine*, de mettre en visibilité la cohésion collective.

Sur le fond, on peut aussi relever des ressemblances, par-delà les inévitables cousinages liés à la proximité des objets principaux de la dénonciation (le racisme, l'exclusion...). Tous font plus appel au *logos* (recherche de la conviction par le raisonnement, fût-il à base de raccourcis) et surtout à l'*ethos* (recherche de la conviction par l'énoncé d'évidences communes) qu'au *pathos*. Tous se réclament d'opinions fortes comme l'antiracisme, le refus de l'exclusion, la défense du vivre ensemble et de valeurs républicaines ou sociales (liberté, égalité, fraternité, solidarité), c'est-à-dire d'éléments à partir desquels on peut argumenter et dont on peut attendre qu'ils entrent en résonance avec la vision du monde des signataires potentiels, ceux qui, par-delà la diversité des choix politiques, sont attachés aux « valeurs républicaines », aux « idéaux universalistes ». Ces éléments constituent en outre des référents communs aux initiateurs, aux personnalités et aux signataires anonymes.

De façon assez classique, les appels sont structurés autour de trois moments forts :

- la dénonciation (de situations, de propos, de pratiques). Elle se traduit aussi bien par la disqualification du discours adverse et la recherche d'un effet d'amplification (par exemple en recourant à des termes connotés : arbitraire, stigmatisation, autoritarisme, rapt, manœuvres, honte) que par l'anticipation de questions que pourraient se poser les signataires potentiels.

- l'affirmation d'autres valeurs, d'autres comportements individuels et collectifs et d'autres possibles, tantôt proches (mettre fin à certaines pratiques, SOS Racisme/*Libération*), tantôt plus lointains (promouvoir une France de la liberté, de l'égalité et de la fraternité, *Médiapart*), ce qui suppose un regard différent sinon sur le monde, du moins sur le politique.

- une revendication centrale certes différente, mais chaque fois énoncée dans le titre par une formule, voire un slogan, et à la fin du texte par le bref rappel de la dénonciation et du noyau dur de la revendication : « C'est parce que nous entendons les (principes politiques, NDLA) défendre que nous refusons un débat qui les discrédite. Nous ne tomberons pas dans ce piège tant nous avons mieux à faire : promouvoir une France de la liberté des opinions, de l'égalité des droits et de la fraternité des peuples » (*Médiapart*) ; « C'est pourquoi nous vous demandons, Monsieur le Président de la République, de mettre un terme à ces réunions, sans quoi la République française que vous représentez aura fait le choix de laisser se tenir en son sein et avec son assentiment un débat de nature à briser durablement les fondements de notre vivre ensemble » (SOS Racisme/*Libération*) ; « Nous appelons donc les habitants, les associations, les partis et les candidats aux futures élections à exiger avec nous la suppression de ce ministère de l'Identité nationale et de l'Immigration, car il met en danger la démocratie » (Collectif).

B) LES PERSONNALITES APPELANTES

Pour des raisons de légitimité, de crédibilité et de visibilité, de nombreuses pétitions s'appuient sur des personnalités qui contresignent l'appel spontanément ou, le plus souvent, à la demande des promoteurs (cas des pétitions de *Médiapart* et de SOS Racisme/*Libération*). Si la « pétition Vauzelle » fait partie des exceptions, c'est essentiellement en raison d'objectifs « cachés » et des usages envisagés que son initiateur a choisi d'apparaître seul plutôt qu'accompagné (cf. *infra*).

L'angle d'étude des personnalités appelantes dépend largement de la problématique adoptée. Il s'agissait pour nous de questionner centralement leur rôle de « médiateurs par le nom » entre les promoteurs et les signataires « sans qualité ». « Donner son nom » pour une personnalité revient à légitimer une pétition, car derrière chaque nom il y a « *l'autorité et la notoriété conquises par les œuvres et les actions antérieures* » (Duval *et al*, 1998, 59). Mais donner son nom, c'est aussi faire entendre sa voix. C'est un acte de communication dans l'espace public dont le sens dépend autant de ce qu'est celui qui parle, des dispositifs dans lesquels s'inscrit sa parole, de ce au nom de quoi (la cause défendue) et de qui (lui-même, une organisation) il parle que de la manière dont sa voix est entendue par les signataires potentiels.

Dans le premier article consacré aux pétitions sur l'identité nationale, nous nous sommes intéressés à leur statut (85% et 80% appartiennent à trois catégories : politiques, (enseignants)-chercheurs et monde des lettres, des arts et du spectacle) ainsi qu'à la part respective de chaque catégorie dans chaque pétition : par exemple, les enseignants-chercheurs et les chercheurs sont 5 fois plus nombreux dans la pétition de *Médiapart*. Puis nous avons esquissé une typologie des noms et donc des voix : adhésion avérée à la cause défendue, passeurs -par exemple en raison d'un fort accès aux médias-, fonctions électives importantes ou responsabilités nationales dans un parti, un syndicat, une association, trajectoire engagée ou militante portant à défendre plusieurs causes -VRP « multi-causes-... Enfin, nous avons interrogé leur propension à signer des pétitions, notamment à travers d'autres appels initiés par les promoteurs (cela permet aussi de s'interroger sur l'existence de « viviers » de personnalités dans lesquels les promoteurs puiseraient en fonction des spécificités des pétitions). Ce sont donc bien des voix multiples qui s'expriment, ce qui renforce la caractère polyphonique de chaque pétition.

En l'absence d'un travail d'enquête auprès des promoteurs et des personnalités (délicat mais réalisable, cf. les travaux de Contamin ou de Duval *et al*), il n'a été possible de cerner ni les raisons pour lesquelles telle ou telle personnalité a été sollicitée, ni pourquoi certaines ont signé alors que d'autres ont refusé. Pour la même raison, il n'a pas été possible d'analyser les usages que les personnalités ont pu faire de leur signature, voire de la pétition.

II) LA VIE DES PÉTITIONS APRES LEUR MISE EN LIGNE

Dès qu'une pétition est mise en ligne se pose non seulement la question de sa circulation sur le Net et au-delà, mais encore celle de la construction de multiples sens (décalés ou non par rapport à l'intention des initiateurs) en raison du rôle joué par des relais hétérogènes placés en position de médiateurs.

Se pose enfin celle des usages que les signataires « finaux » font de leur signature, voire de la pétition, et de façon plus subtile, celle des usages par les initiateurs de leurs propres pétitions dès lors qu'elles sont mises en ligne.

A) FLUX ET MEDIATIONS

Une corrélation a été établie (Boure, Bousquet, 2010) entre le nombre de signataires finaux et la manière dont la pétition a été, sous des formes multiples et pour des raisons diverses, prise en charge par des médiateurs collectifs ou individuels, dans les semaines suivant sa mise en ligne, puis lors de phases particulières (franchissement d'un seuil symbolique de signataires : 100 000, par exemple, création d'un événement spécifique...).

Les pétitions qui marquent l'histoire du pétitionnement et quelquefois des débats publics (Duval *et al*, 1998 ; Ory, Sirinelli, 2002) sont le plus souvent fortement relayées d'abord par les agences de presse, puis par les médias « traditionnels » et plus particulièrement ceux que l'on qualifie « de référence ». Désormais, elles le sont également sur Internet, ce qui modifie les conditions de leur diffusion.

Il est possible d'identifier trois niveaux publics ou semi-publics du Web, auxquels s'ajoute un quatrième d'ordre privé.

Le premier réunit les médias (de masse, de niche ou confidentiels) présents sur Internet, qu'ils existent sur un autre support ou seulement en ligne. Le second est constitué pour l'essentiel de blogs et de sites personnels ou collectifs dits « *d'espace public* » (Cardon, Delaunay-Téterel, 2006), autrement dit ceux qui s'expriment surtout sur des questions de société ou relatives à la gestion des affaires publiques (et qui sont cités, voire pointés, par d'autres blogs ou sites). Le troisième, « semi-public », rassemble des sites ou des blogs très personnels, mais aussi des pages individuelles et des messages postés sur les réseaux sociaux accessibles seulement à ceux qui en font explicitement la demande en intégrant le réseau de l'auteur. Le quatrième est celui des courriels et des conversations privées (par exemple le tchat).

Les pétitions en ligne sont relayées à l'intérieur des trois premiers niveaux selon des modalités variables et avec des possibilités différentes d'agir quantitativement et qualitativement sur leur diffusion. Pour le quatrième niveau⁷, c'est la médiation privée qui domine, notamment par l'intermédiaire des listes de diffusion et des annuaires de contact propres à chaque internaute décidant de s'associer à la cause défendue.

***Les relais dans les trois premiers niveaux d'Internet :
le cas de la pétition de SOS Racisme/Libération***

Dès que le débat sur l'identité nationale est initié par l'Exécutif, tous les sites traitant de l'actualité s'en font largement l'écho, contribuant à la publicisation des enjeux et des prises de position ainsi qu'à la mise en visibilité de leurs auteurs. Cela amène inévitablement certains sites à évoquer les pétitions, du moins au moment de leur lancement et dans la courte période de leur montée en puissance.

La plus relayée par la presse est celle de SOS Racisme/Libération, ce qui s'explique en partie par la surface médiatique des instances appelantes⁸ et par la période de sa mise en ligne traditionnellement « creuse » du point de vue informationnel (21 décembre 2009). Ce jour-là, deux dépêches AFP et deux dépêches Reuters annoncent son lancement. Celles de la matinée reprennent le texte de la pétition et indiquent que 140 personnalités l'ont signée, celles publiées en fin de journée ajoutent le nombre des premières signatures en ligne (6 000) ainsi qu'une information relative à un sondage commandé par *Le Parisien* montrant qu'une majorité de Français s'oppose au débat. La concomitance de ces deux éléments (pétition présentée comme un succès immédiat et sondage défavorable au débat) est un élément présent dans quasiment toutes les reprises par la presse, même si la plupart des journaux

⁷ On notera que le mode de circulation à travers les réseaux sociaux de proximité existait bien avant Internet : porte à porte, envoi par courrier postal à des proches, contacts téléphoniques, conversations sur le lieu de travail, de loisir ou dans les transports en commun...

⁸ Outre son association avec un titre de la PQN pour cette action, SOS Racisme fait partie des « *médias associations* » décrits par J.-M. Salmon (1998), dont l'existence même est liée à leur médiatisation.

titrent d'abord sur la pétition. Du point de vue de l'agenda médiatique, il apparaît que la date du 21 décembre, marquée par les unes de *Libération* et du *Parisien* sur l'opposition des Français au débat, initie une nouvelle phase dans le traitement de celui-ci.

Le 22 décembre, ces dépêches sont reprises, mais pas ou peu commentées, par la quasi-totalité des quotidiens nationaux et régionaux. Ainsi *Le Monde*, *L'Humanité*, *Les Échos* et *La Croix* annoncent la pétition, soit dans un article dédié (*L'Humanité* et *La Croix*), soit en la signalant dans un article plus vaste (*Les Échos*). La presse quotidienne régionale reprend brièvement l'information soit en restant fidèle aux communiqués (*Ouest-France* et *Sud-Ouest* par exemple), soit en la construisant partiellement comme une information locale : *La Charente Libre* évoque un communiqué de Pouria Amirshahi, Premier secrétaire fédéral du Parti socialiste charentais, indiquant qu'il a signé la pétition. Par ailleurs, les sites de ces journaux signalent l'information, ce qui multiplie pour les lecteurs la possibilité de trouver des liens pointant vers le site de la pétition. Le 23 décembre, après un communiqué de SOS Racisme, deux nouvelles dépêches (AFP et Reuters) signalent que le seuil de 25 000 signatures est atteint. Elles sont répercutées dans les mêmes conditions que les précédentes par la presse quotidienne nationale et régionale papier et électronique.

Le niveau médian de l'Internet (blogs et sites publics ou semi-publics) se mobilise également (un peu moins de 150 citations sur ces supports ont été décomptées)⁹, d'abord parce qu'il existe une porosité avec les agendas médiatique et politique, ensuite parce que les personnalités signataires en possédant un relayent largement l'information (Bernard-Henri Lévy, Claude Bartolone, Josiane Balasko...) et enfin parce que les noms des personnalités attirent les médias et ceux qui les citent (*Paris-Match* en ligne titre le 22 décembre « Identité nationale : les stars s'en mêlent »)... ce qui est à la fois le but recherché et la porte ouverte aux (més)usages et aux perversions de sens.

En contrepoint, on notera que la pétition du Collectif porteur de l'Appel pour la suppression du ministère de l'identité nationale est soutenu par un nombre voisin de blogs et sites publics ou semi-publics, mais leur nature est différente. Il s'agit essentiellement de supports militants (syndicats : Sud/Solidaires, CGT, SNESUP principalement ; sections locales de partis et de mouvements « à gauche de la gauche » : Parti de gauche, NPA, PC ; organisations spécialisées dans la défense des immigrés : Ligue des droits de l'homme, Réseau éducations sans frontières (...)) ; sites d'information militante) ou, mais de façon moins significative, liés à l'enseignement supérieur et à la recherche. Malgré quelques recoupements, ces relais sont différents de ceux des deux autres pétitions : non seulement ils sont plus militants, mais beaucoup expliquent brièvement pourquoi il faut la diffuser et la signer.

La pétition de *Médiapart* est, quant à elle, relayée par quelques 180 blogs et sites d'information (Le Post, Paperblog, Le Cri du Peuple...), de sections locales de partis de gauche et plus rarement d'extrême gauche et de syndicats, de petites organisations plutôt « contestataires » (Altermonde sans frontières, Jeudi noir, Mille babords, Pour une dépénalisation du délit d'outrage et d'offense au Président de la République...) et enfin de « personnalités » : ainsi, Marie-Georges Buffet (qui fait partie des premiers signataires) lui consacre un billet sur son blog ; Jean-Louis Bianco, non signataire, la cite dans un billet consacré à son refus du débat.

Mais qu'en est-il du dernier niveau, celui du micro-Web ? La réponse est plus délicate car l'observation se heurte à des obstacles non négligeables. En effet, si ce pan d'Internet est partiellement public car potentiellement accessible à chacun, il est aussi en partie privé : pour

⁹ Le décompte a été réalisé à partir des trente premières pages de Google (dix références par page) entre le 23 décembre 2009 et la mi-janvier 2010 en excluant les résultats concernant les médias. A titre indicatif et dans des champs différents, on citera : Politiques publiques, site d'informations pour les Départements d'outre-mer (24 décembre 2009), 4 Rues, blog du commerce équitable et du développement durable (4 janvier 2010) ou encore plusieurs comités locaux de Désirs d'avenir, groupe rassemblant à l'intérieur ou à l'extérieur du Parti socialiste des militants soutenant Ségolène Royal ainsi que quelques sections locales du PS.

accéder aux messages postés sur Facebook, il faut le plus souvent devenir « ami » avec leurs rédacteurs ; pour observer les « twits » mieux vaut devenir « abonné » ; pour suivre régulièrement la vie d'un groupe défendant une cause, il est souhaitable de s'inscrire dans ce groupe, ce qui suppose d'adhérer plus ou moins à la cause. Une méthode possible est donc l'observation participante *et* « engagée » dans chaque pétition que nous ne pouvons bien sûr mettre en œuvre systématiquement.

On peut néanmoins dégager quelques constats. D'abord les études du *Pew Research Center's Project for excellence in journalism* (<http://pewinternet.org/Reports/2011/Technology-and-social-networks/Summary.aspx>) montrent que, dans le contexte américain, Twitter était alors dominé par les informations à caractère technologique et de divertissement et traitait peu de sujets politiques, ce qui s'expliquait par la relative nouveauté d'une technique dont les principaux utilisateurs étaient encore les *digerati* évoqués par Patrice Flichy (2001). Néanmoins, toujours dans le cas américain, la hiérarchie des sujets correspond à celle de l'agenda médiatique traditionnel. Il n'existe pas de statistiques similaires pour Facebook, mais parce que ce réseau social tend à mélanger tous les aspects de la vie de ses habitués, les sujets et les groupes à vocation politique sont bien présents et ont même tendance à se développer en période électorale.

Pétitions sur l'identité nationale

Au moment du lancement du débat sur l'identité nationale de nombreux messages, hostiles ou favorables, sont postés sur Twitter, tandis que des pages et des groupes de protestation ou de soutien sont créés sur Facebook. Pour sa part, le Collectif met en place un groupe Facebook où plus de 10 000 membres s'inscrivent en quelques jours. Deux groupes « spontanés » portant le nom de l'appel émergent presque en même temps et pointent vers son site ; mais ils demeurent confidentiels (90 membres pour l'un, 18 pour l'autre), démontrant par là même que la construction d'un réseau ne va pas de soi.

Pour les deux autres pétitions, aucun groupe spécifique n'est créé, mais les réseaux sociaux des organisations appelantes sont plus ou moins mobilisés. Les sites de presse comportent en effet de nombreux abonnés sur Twitter et pour leur page Facebook. Ils utilisent ces médias sociaux pour conforter la communauté symbolique de leurs lecteurs et diffuser des informations permettant de pointer vers des contenus gratuits ou payants. Ainsi sur Twitter (fin décembre 2010), *Mediapart* compte 12 000 abonnés et *Libération* 53 000, alors que leur page Facebook est suivie respectivement par 17 461 et 33 307 internautes. Et c'est sur ces médias sociaux que les pétitions sont signalées dès leur mise en ligne par leurs initiateurs à travers des messages *ad hoc*. De façon surprenante, du moins si on se réfère à d'autres mouvements qui jouent un rôle observable dans l'espace public, SOS Racisme est, dans sa dimension nationale, peu présent sur les réseaux sociaux. Ainsi son compte Twitter ne comporte que 324 abonnés et sa page Facebook 1711. De façon significative, l'association ne prend pas la peine d'y signaler la mise en ligne de sa pétition. Cependant, quelques sections départementales et régionales en font état, principalement à l'attention de leurs membres.

Faute d'instrument adéquat et même s'ils sont accessibles pour tous les internautes, les messages postés par les particuliers sur Twitter pointant vers les pétitions en incitant à signer ont été impossibles à dénombrer. Le hashtag #identiténationale n'a pu être retrouvé pour la période d'activité des pétitions. De même, les messages écrits sur les murs Facebook personnels et adressés aux « amis » n'ont pu être comptabilisés, même approximativement. Toutefois, les études réalisées sur Facebook donnent des pistes. Certaines montrent que deux des usages favorisés sont « en savoir plus sur des personnes déjà connues » et « donner à son réseau une image valorisante de ses activités » (Barbe, Delcroix, 2009). De ce fait, les prises de positions politiques comme la simple diffusion d'un appel et *a fortiori* le recours à des formules du type « ce combat est le nôtre » sont des éléments qui, suivant les personnes et les groupes d'« amis », valorisent leurs auteurs. D'autres études révèlent que des

« utilisateurs pilotes » se servant de Facebook pour prendre position, proposer des analyses, porter des jugements dans l'espace public ou diffuser des ressources pour l'action ont pris l'habitude de relayer des initiatives et des informations, éventuellement issues des médias et des organisations traditionnels, avec lesquelles ils sont en accord (Broudoux, 2007). Enfin, les pratiques de certains groupes Facebook aux revendications ouvertement politiques, même quand elles comportent une dimension bouffonne ou ludique¹⁰, peuvent être rapprochées des pratiques pétitionnaires en ligne. Or nombre de groupes se sont créés pour affirmer une position sur le débat relatif à l'identité nationale¹¹. Même si leur objectif n'est pas prioritairement de signaler les pétitions, certains le font et la plupart cherchent à faire nombre et à l'afficher... ce qui est un objectif majeur de toute pétition de masse.

Reste la question de la transmission, « très » personnelle, par l'intermédiaire des boîtes aux lettres électroniques. Si en l'absence d'une enquête destinée à connaître ces usages, il est impossible d'apporter des réponses définitives, on peut néanmoins formuler quelques observations. D'abord la seule pétition ayant prévu un dispositif pour faciliter cette diffusion personnelle, que d'aucuns qualifient de « virale » en raison de ses potentialités en termes de propagation, est celle du Collectif. Il s'agit d'une rubrique intitulée « Diffuser l'appel » dans laquelle l'intéressé peut écrire un message et inscrire les adresses courriels des contacts qu'il désire sensibiliser. Cette tentative de modélisation de la diffusion virale semble en phase avec une pétition dont la dimension militante est revendiquée et dont les noms des initiateurs passent au second plan derrière la cause et sa réappropriation. Pour les autres pétitions, il est impossible d'évaluer non seulement la diffusion par courriel, mais encore la volonté des initiateurs de voir l'appel circuler hors de leur sphère d'influence traditionnelle. On relèvera seulement que *Médiapart*, *Libération* et SOS Racisme ont transmis l'information aux adresses qu'ils possèdent par l'intermédiaire d'un signalement à travers une Newsletter (*Libération*) ou un courriel spécifique (les deux autres).

B) DERRIERE LE NOMBRE, L'ANONYMAT ?

Les signataires souvent qualifiés d'« anonymes » le sont-ils vraiment ? Après avoir constaté qu'ils parlent par leur nombre et que ce nombre fait parler car il est difficile à interpréter en raison de la diversité des voix, on analysera la manière dont ils parlent à travers ce qu'ils donnent à voir d'eux, soit spontanément, soit à la demande des promoteurs. Et ce qu'ils donnent à voir d'eux est une « manière de faire avec » ce qui leur est proposé (au sens de Certeau) , ce qui renvoie à la question des usages.

1) *Quid du nombre ?*

Le nombre de signataires est à prendre au sérieux : il ne faut donc ni le surestimer, ni le sous-estimer. Il est un élément essentiel de toute pétition de masse, autrement dit d'une forme d'action fondée sur le nombre et l'usage du nombre. Il est important tant pour les promoteurs, leurs soutiens et les signataires, que pour leurs adversaires. S'il est « élevé », il est présenté par les premiers comme un signe de succès, les seconds entrant souvent dans un processus de contestation des chiffres (dénonciation des signatures multiples pour un même individu et des failles de la modération, accent mis sur l'importance numérique de ceux qui n'ont pas signé...). S'il est « faible », il est un indice de l'échec, au moins provisoire, d'une mobilisation ou d'une action, et l'on s'expose alors davantage à la critique, voire aux sarcasmes et, pis encore, à l'ignorance des adversaires. Le nombre est donc à la fois un élément de preuve, de visibilité, de légitimité, de comparaison avec d'autres pétitions (éventuellement de contre-pétitions), d'autres formes d'action, et *last but not least*, un

¹⁰ Par exemple, le groupe « Cet âne peut-il avoir plus de fans que Nicolas Sarkozy ? » (une photo montre un équidé) réunit (31/21/10 21) 624 « amis » donnant leur nom, leur photo et un lien avec leur page Facebook.

¹¹ Deux exemples parmi d'autres : « Identité nationale ? mon cul ouais » créé le 9 décembre 2009 ou « Identité nationale : nous sommes tous des enfants de CRAO ! » mis en ligne le 2 novembre 2009.

élément fort de la construction des signataires, puisque ceux-ci existent à la fois comme signataires individuels et comme leur somme arithmétique qui n'est pas aussi aléatoire que d'aucuns le prétendent.

Mais il est aussi un élément ambigu, et ce pour plusieurs raisons :

- si le score affiché par chaque compteur doit être pris au sérieux malgré les risques réels de « bourrage des listes »¹², il ne doit pas pour autant faire l'objet d'une lecture naïve s'en tenant au seul « résultat chiffré ». Seul compte l'ordre de grandeur qu'il exprime autant en lui-même que par rapport à d'autres pétitions, voire à d'autres formes de mobilisation. De sorte qu'il est pertinent de raisonner en termes d'échelles, c'est-à-dire de seuils à partir desquels les écarts entre les scores laissent entrevoir des changements qui ne sont pas seulement d'ordre quantitatif. Étant entendu que cet ordre de grandeur est à mettre en rapport avec la durée de vie, la taille des publics potentiels et les objectifs initiaux des promoteurs. D'ailleurs, ces derniers peuvent quantifier les objectifs dans l'appel lui-même¹³ ou reconnaître sur le moment ou *ex post* dans les médias ou sur le site de l'appel¹⁴ que l'ordre de grandeur correspond ou non à leurs attentes.

- il prétend mesurer un « public » en tant qu'entité quantifiable, mais il atteste aussi du travail collectif qui a été réalisé pour le réunir, sans pour autant éclairer à lui seul ni la dimension sociale de ce travail, ni l'épaisseur sociale des signataires.

- son rôle dans le succès ou l'échec de l'appel est impossible à isoler de celui d'autres formes d'action et du contexte politique et social.

Ainsi, si les objectifs des trois pétitions sur l'identité nationale ont été atteints (« clôture » du débat sur l'identité et, sinon suppression d'un ministère, du moins de son appellation contestée), ce n'est certainement pas en raison du nombre de pétitionnaires : le nombre de signatures de chaque appel n'est pas identique, mais il se situe dans le même ordre de grandeur (entre 41 000 et 47 000). C'est peu comparé aux pétitions politiques en ligne les plus signées depuis 2006 (une quinzaine dépassent 200 000 signataires et cinq se situent au dessus de 700 000), c'est beaucoup par rapport aux dizaines de pétitions qui n'atteignent pas 20 000 signataires, y compris sur des questions *a priori* mobilisatrices, et qui ont souvent une durée de vie plus longue (la durée de vie réelle des trois pétitions n'a guère excédé 8 semaines, période comprise entre l'ouverture et la clôture officielle du débat).

¹² Les scores des compteurs doivent être considérés avec circonspection, notamment en raison des problèmes qui affectent toutes les pétitions, et peut-être davantage les pétitions en ligne : doubles, triples, quadruples (...) signatures volontaires ou involontaires des anonymes, mais aussi des initiateurs ou de leur entourage (technique voisine du « bourrage d'urnes »), signatures fantaisistes (Marx, Johnny Hallyday, Sarko 1^{er}, Tintin, Ducon...)... Cela dit, les initiateurs peuvent prendre des précautions qui peuvent en outre s'inscrire dans le cadre d'un travail de modération : envoi à chaque signataire d'une demande de confirmation par courriel, ce qui évite les signatures par robot et la pollution par des spams, invitation solennelle des signataires à ne signer qu'une fois (cas de « Pour le maintien du vote papier »), installation d'un filtre de façon à ce qu'une adresse électronique ne puisse être utilisée qu'une seule fois...

¹³ Greenpeace est désormais coutumier du fait, cf. « Copenhague 2009 – L'ultimatum climatique » (un million de signatures visées, 580 000 obtenues), « Zéro déforestation » et « OGM j'en veux pas » (objectifs de 100 000 dépassés) ou encore « Zappons les OGM » (un million de signatures recherchées dans l'Union européenne, plus de 1 220 000 réunies, dont de très nombreuses en France).

¹⁴ Par exemple, avec une formule du type « L'appel a déjà recueilli plus de x signatures » ou en se référant à des seuils symboliques atteints : 100 000, voire 500 000 pour les pétitions (très) ambitieuses, 10 000 ou 50 000 pour les autres.

Si on les compare aux 11 autres pétitions initiées sur des thématiques voisines présentes sur le Net dans notre période de référence (du 02/12/09 au 29/11/10), on notera qu'elles se situent à un niveau médian, si l'on excepte celles qui sont portées, parfois depuis plusieurs années, par des organisations militantes acculturées à ce type d'action comme le Réseau Education Sans Frontières (« Prenons les sous notre protection » : 134 000, « Laissons les grandir ici » : 117 000) ou la Ligue des Droits de l'Homme (« Face à la xénophobie et à la politique du pilori » : 60 000) et/ou qui renvoient à des questions ayant donné lieu à des mobilisations qui se sont aussi exprimées à travers d'autres formes d'action collective (rassemblements, manifestations...).

Si l'on se réfère aux autres pétitions lancées par leurs promoteurs respectifs, le constat est plus nuancé : si *Médiapart* n'a jamais réuni plus de 47 000 signataires quelque soit le thème, il n'en va pas de même pour SOS Racisme dont les pétitions sur des thématiques voisines initiées avec des médias partenaires (*Libération*, *Charlie Hebdo*, *La Règle du Jeu*) ont toujours dépassé 70 000 signatures (« Touche pas à ma Nation » ; « Contre la statistique ethnique »), l'une d'elles atteignant presque 320 000 (« Touche pas à mon ADN »). Pour le Collectif *ad hoc*, il est impossible d'effectuer ce type de comparaison. On constatera seulement que les instances constituées uniquement à partir d'intellectuels-appelants, même quand elles obtiennent le soutien d'organisations, parviennent rarement à rassembler un nombre important de signataires.

Comment expliquer ce résultat en demi-teinte pour les trois pétitions ? Faute de preuves, on évoquera un faisceau de présomptions. On rappellera tout d'abord qu'une condition importante du succès d'une pétition tient davantage au nombre et à la mobilisation de ceux qui se l'approprient et la diffusent spontanément dans leurs réseaux (en ligne ou non) qu'à l'ampleur des initiatives prises par ses promoteurs. Or, pour chacune, le constat est identique : si les médiations (presse et Internet) ont fonctionné, elles ont été inférieures à celles d'autres pétitions (cf. *supra*). La légitimité, le poids et la « compétence pétitionnaire » des promoteurs, tout comme la qualité des signataires-appelants et leur capacité à rallier sur leur nom, doivent également être pris en compte, même s'ils sont difficiles à évaluer et délicats à comparer car les promoteurs n'ont pas le même statut. Or s'ils font régulièrement parler d'eux, soit parce qu'ils parlent dans les médias ou sont eux-mêmes des médias, soit parce qu'ils ont une légitimité reconnue pour exprimer une parole sur ces thèmes, ils sont (sauf SOS Racisme) socialement peu reconnus pour agir, même à travers des formes où le poids des mots a son importance. On relèvera également que les thématiques ne sont pas -sauf l'exception de « Touche pas à mon ADN »- celles qui ont rassemblé ces dernières années le plus de signataires. En effet, si l'on se réfère aux pétitions nationales « très » signées, on constate que les thèmes les plus sensibles sont ceux qui : 1) concernent la proximité et la vie quotidienne (défense des services publics de proximité -petite enfance, enseignement, santé-, logement social, surtaxation téléphonique...); 2) sont en concordance avec les agendas politiques, médiatiques ou de mouvements sociaux (environnement, retraites...); 3) relèvent du registre de l'indignation et/ou de l'émotion (condamnation à mort par lapidation d'une femme iranienne, nomination du fils du Président de la République à la tête d'un grand établissement public...).

Il n'y a souvent aucune corrélation entre l'importance des problèmes à l'échelle sociale et le nombre de signataires. Exemple : la « crise de la dette » a généré peu de pétitions ; la plus signée (« Pour un audit citoyen de la dette publique ») a rassemblé à peine 58 000 signataires (au 29/02/12, soit trois mois après son lancement). Idem sur les paradis fiscaux ou le rôle des marchés financiers.

Dernière remarque, l'évolution dans le temps du nombre de signataires d'une pétition qui dépasse le stade de la confidentialité suit une courbe en cloche : dès que les signatures décollent (parfois le jour même du lancement), il augmente très vite pour atteindre très rapidement un sommet... et redescendre tout aussi vite. De sorte que la pétition affiche en quelques semaines un score proche du nombre total de signataires au moment où elle est close officiellement ou de fait.

Le cas de la « pétition Vauzelle »

Forte accélération peu après le lancement (125 000 signatures en quatre semaines), atteinte rapide d'un « pic » (230 000 au bout de six semaines), puis décroissance rapide (26 000 signataires entre la septième et la huitième semaine, 1 700 entre la quinzième et la seizième semaine). Certains événements comme le retour des vacances d'été et une relance par l'auteur expliquent la petite remontée du nombre de signatures à partir de la dernière semaine d'août jusqu'au début octobre (7 900 entre le 21 septembre et le 4 octobre). Mais à partir de la mi-octobre, le nombre hebdomadaire de signataires s'érode (150 fin novembre) et il ne se redressera plus.

2) Qui signe ?

Parmi les multiples questions auxquelles renvoie cette interrogation¹⁵, nous avons tenté de répondre à deux.

- 1^{ère} question : les signataires ont-ils la signature facile ? Et par exemple, signent-ils plusieurs pétitions dès lors qu'elles se rapportent à la même cause ou à une cause voisine ?

Pétitions sur l'identité nationale

Nous avons montré (Boure, Bousquet, 2011) que, malgré l'apparente proximité des objets et des thèmes auxquels ils renvoient (racisme, immigration, identité nationale, valeurs républicaines...), les trois pétitions étaient différentes au niveau des énonciateurs (statut des promoteurs, qualité des personnalités-appelantes...), de l'énonciation (texte de l'appel, contenu et mode de fonctionnement du site...) et des usages de la pétition par les initiateurs et les personnalités. Nous avons relevé ici que, nonobstant quelques recoupements -notamment au niveau de la presse écrite- les relais n'étaient pas les mêmes. Cette polyphonie se vérifie aussi sur le plan des signataires. Sur un total de 118 919 signatures exploitables, seules 989 personnes ont signé les trois pétitions (soit moins de 1%) et 9840 ont signé deux pétitions (soit 8,2%) : *Médiapart* et *SOS Racisme/Libération* : 2916 ; *Médiapart* et *Collectif* : 4394 ; *Collectif* et *SOS Racisme/Libération* : 2530. La conclusion est claire : puisque 90% des signataires n'ont signé qu'une pétition, chacune a son public, ou plutôt, ses publics. Cela signifie aussi que l'on ne signe pas une pétition sous prétexte que l'on est plus ou moins en accord avec son objet : encore faut-il être en phase avec ceux qui la portent et la relaient. Encore faut-il se sentir, en tout cas jusqu'à un certain point, « engagé ».

2^{ème} question : *quid* de l'activité professionnelle des signataires ?

A partir du moment où l'on dispose d'un certain nombre d'informations sur les signataires, et notamment leur adresse électronique (ce qui suppose l'accord de l'initiateur), on peut mettre en place une véritable enquête (questionnaire à tous ou à un échantillon, entretiens avec quelques uns...) permettant d'aller au-delà des informations recueillies sur les sites des pétitions.

En l'absence d'une telle enquête (ce qui est le cas pour tous nos travaux), l'activité professionnelle peut être appréciée à partir de ce que chaque signataire a bien voulu donner comme information en renseignant le champ souvent facultatif « Profession » proposé par de

¹⁵ Il aurait été intéressant, dans un projet de recherche orienté différemment, de se demander si les signataires de ces pétitions électroniques sont plus réceptifs à cette forme d'action quand ils ont déjà signé plusieurs pétitions papier, quand ils pratiquent d'autres formes de mobilisation numérique, voire quand ils s'impliquent (ou se sont impliqués) régulièrement dans d'autres formes traditionnelles de mobilisation (manifestations par exemple). Mais pour cela, il fallait mettre en place une enquête qui excédait nos moyens et qui, en tout état de cause ne présentait pas un grand intérêt par rapport à notre questionnement central.

nombreuses pétitions. Etant entendu que chacun le renseigne avec ses mots, de sorte qu'une même profession apparaît toujours sous plusieurs dénominations, ce qui est signifiant, mais rend le décompte au mieux difficile, au pire impossible. Cela conduit à construire quelques catégories de regroupement sans doute floues, rendant l'interprétation délicate. Mais peut-on aller au-delà ?

Pétitions sur l'identité nationale

Nous avons choisi de distinguer les inactifs des actifs et, pour ces derniers, de mettre l'accent sur des domaines d'activité (incluant plusieurs professions) sur-représentés par rapport à la sociologie professionnelle des Français. Par ailleurs, plus que les données chiffrées, ce sont les ordres de grandeur qu'il faut prendre en compte (les totaux sont approximatifs et ont été arrondis à la dizaine inférieure).

Nombre total de signatures : 134 411

Nombre de signatures exploitables pour le champ « professions » : 94 000 (70%)

Inactifs

Retraité(e)s : 21 320

Jeunes scolarisés : 8 110

Actifs – Domaines les plus représentés

Enseignement, enseignement supérieur et recherche : 21 920

Arts et lettres : 7 730

Santé (y compris santé mentale et psychique) : 7 630

Médias : 1 710

Bibliothèque/Documentation : 1 140

Architecture/Décoration/Urbanisme/Paysage : 1 110

Loin de tous les clichés relatifs aux profils des usagers d'Internet, les retraités représentent presque un quart des signataires. Nous avons déjà mis cela en évidence dans la recherche consacrée à la « pétition Vauzelle » : 35% de ceux qui avaient renseigné le champ « Profession » étaient des retraités.

Les jeunes scolarisés (surtout des étudiants), pourtant fortement acculturés à Internet, sont nettement moins nombreux. Faut-il y voir le signe d'un moindre intérêt pour la forme « pétition » ? pour la cause défendue ? pour les systèmes d'information (presse écrite, blogs et sites politiques) ayant relayé ces pétitions ? vis-à-vis sinon de la politique, du moins de certaines manières de la pratiquer ? Autre élément à verser au débat, et tout aussi délicat à interpréter : alors que les retraités ont signé plus volontiers les pétitions de *Médiapart* (7 580) et du Collectif (8 000) -seulement 5 750 signatures pour celle de SOS Racisme/*Libération*-, les jeunes ont presque fait l'inverse (Collectif : 2 010 ; SOS Racisme/*Libération* : 2 810 ; *Médiapart* : 2 390).

Chez les actifs, on remarque d'abord le poids (presque le quart des signatures exploitables), souvent vérifié dans la sociologie du pétitionnement, du monde de l'enseignement et de la recherche. Ses choix se sont surtout portés sur la pétition du Collectif (8 800, contre 7 980 pour celle de *Médiapart* et seulement 5 150 pour l'appel de SOS Racisme/*Libération*). Ensuite, on relève le caractère plutôt ou franchement « intellectuel/cultivé » des domaines d'activité les plus fortement représentés. D'autant qu'à l'intérieur de ces domaines, les professions intellectuelles dominent largement (par exemple, dans le secteur de la santé, au demeurant très présent, il y a 5 médecins signataires pour un infirmier). La part importante du monde des arts et des lettres (8%) s'explique surtout par l'acculturation aux pétitions, la sensibilité aux thèmes (racisme, identité nationale, immigration...) et le nombre élevé de représentants dans les personnalités appelantes de deux pétitions. La sur-représentation du monde des médias, et à l'intérieur des journalistes (90% des signataires du champ), renvoie sans doute davantage

à l'implication directe de deux médias et à la forte médiatisation de la question de l'identité nationale qu'à la présence, somme toute symbolique, de journalistes parmi les personnalités appelantes.

En négatif, on soulignera le petit nombre de signatures (entre 15 et 20%) venant de l'industrie (en tout cas des ouvriers et des agents de maîtrise), du commerce, de l'agriculture, de plusieurs secteurs de la fonction publique, de la banque et de la finance et surtout de salariés au chômage (420 occurrences seulement), au moment où celui-ci atteint des niveaux élevés. Bref, les « gros » bataillons des actifs et de ceux qui sont en âge d'être actifs sont peu représentés. L'étude du CSA de 2011 sur les mobilisations numériques (cf. *supra*) va dans le même sens : en effet, elle relève que les pétitions sont surtout signées par les cadres du public et du privé.

C) LES USAGES

Et si des signataires usaient de leur signature pour expliciter leur engagement, voire pour se donner à voir ? Et si les initiateurs usaient de leur pétition à des fins autres que la défense d'une cause ? Voilà qui, sans conteste, renforcerait la polyphonie... Le détour par les usages pourrait alors s'avérer pertinent. Le terme « usages » est pris ici dans un sens relativement faible (utilisation d'un objet par un individu ou un groupe à des fins spécifiques) et non au sens fort (pratiques individuelles ou collectives régulières -longue période, fréquence élevée- suggérant un certain niveau d'appropriation et ayant des conséquences sur la sociabilité et le rapport à soi¹⁶).

1) *Quid* des usages de leur signature par les signataires ? Engagement et présentation de soi

Comment aborder cette question en dehors de toute observation (enquête par questionnaires et entretiens, étude de trajectoires ou de récits de vie...) et en l'absence de données chiffrées à la fois suffisantes et fiables ? Si l'on prend au sérieux l'assertion selon laquelle la signature *peut* être une occasion de « *mettre en avant un certain nombre de ressources argumentatives pour justifier l'engagement et le moduler* » (Contamin, 2001, 47), voire de se donner à voir aux autres (présentation de soi), on peut se tourner vers la manière dont chacun renseigne les champs qui lui sont proposés par les formulaires de signature, et plus particulièrement le champ facultatif « Profession ».

a) *Profession, mandat électif, engagement (plus ou moins) militant*

Dans toutes les pétitions que nous avons étudiées ou simplement observées (200 environ), nous avons constaté que la grande majorité des signataires renseigne le champ « Profession ». Mais alors, comment faut-il interpréter le « non renseignement » ? Doit-on y voir un engagement moindre ? La volonté de ne pas trop en dire sur soi, ne serait-ce que par souci de confidentialité et/ou par précaution ?

Par ailleurs, la plupart de ceux qui le renseignent déclarent effectivement une profession en énonçant soit son intitulé précis (professeur, ingénieur) ou plus vague (cadre supérieur), soit le domaine d'activité dont elle relève (recherche), soit les deux, parfois avec la mention du lieu (ingénieur de recherche au CNRS, Paris 7). Les vocables génériques du type « salarié »,

¹⁶ Mais ce type d'usages peut exister, notamment sur le plan collectif : ainsi, des groupes comme Greenpeace sont très largement acculturés à plusieurs formes « médiatiques » de mobilisations électroniques. Ils recourent à telle ou telle et passent facilement de l'une à l'autre en fonction de la situation, des enjeux, des publics... (Ollitrault, 1999).

« fonctionnaire » sont également très employés. Question à laquelle il est difficile de répondre : pourquoi utiliser tel ou tel mot, telle ou telle expression ?

Cependant, d'autres utilisent le champ « Profession » pour mettre en visibilité un mandat électif (politique, syndical, associatif). Leur nombre peut-être relativement important lorsque l'appel émane d'élus ou d'organisations qui ont « pignon sur rue », a fortiori quand l'entrepreneur de pétition souhaite explicitement leurs signatures. C'est par exemple le cas de la « pétition Vauzelle ». En effet, Michel Vauzelle -ancien Ministre, Député et Président de la Région PACA- a initié une pétition pour défendre des services publics de proximité (thème cher à de nombreux élus locaux, mais aussi responsables syndicaux et associatifs) en incitant les députés et les sénateurs à la signer massivement, condition indispensable afin de demander l'organisation d'un referendum¹⁷. Finalement, la pétition sera signée par 182 parlementaires, pour l'essentiel socialistes, et par plus de 10 000 signataires (sur 300 000) qui se présentent comme des « élus » (au sens défini *supra*), parmi lesquels de très nombreux maires et conseillers municipaux.

Le renseignement du champ « Profession » est en outre régulièrement l'occasion de mettre en avant un engagement militant, surtout lorsque la pétition porte sur un enjeu de société à la fois fort et clivant idéologiquement (cas des pétitions sur l'identité nationale). Souvent, il s'agit d'énoncer explicitement la participation concrète à une organisation et non un simple sentiment de proximité avec cette dernière¹⁸. Ou alors de se définir comme « militant(e) », « syndicaliste », quand ce n'est pas tout simplement « membre », « adhérent(e) », « bénévole » ou, plutôt pour les ONG, « volontaire »¹⁹. On peut aussi employer les vocables « rouge », « alternatif », « humanitaire », « pote » (par référence à SOS Racisme), mais alors il est difficile de distinguer le véritable engagement du sentiment de proximité avec une organisation ou une cause.

On peut aussi moduler son engagement soit en le relativisant (« membre de l'UMP, je pense que le débat doit être ouvert », « je signe, mais... »), soit en signifiant qu'on est concerné personnellement par la cause en raison de son état (« issu de l'immigration », « mère d'une enfant métis ») ou de son implication concrète (« ancien marcheur de la marche des Beurs pour l'égalité et contre le racisme »).

b). Le jeu du décalage

Le champ « Profession » est régulièrement utilisé pour mettre en avant des éléments biographiques éloignés de ce qui est demandé et parfois hors de propos, ce qui constitue une manière de se réapproprier discursivement (et partiellement) la pétition pour des usages qui ne sont pas explicitement prévus par les initiateurs et qui relèvent de ce l'on peut appeler la « présentation de soi » au sens de Goffman (1973), ou encore la manière dont on entend se

¹⁷ Selon la nouvelle rédaction de l'article 11 de la Constitution, 20% des parlementaires, soutenus par 10% du corps électoral (soit environ 4 400 000 électeurs) peuvent soumettre au Parlement un texte de portée sociale.

¹⁸ Il s'agit d'un simple indice d'engagement. En aucune façon, il ne peut être significatif de l'intensité de ce dernier. Pour l'évaluer, il faudrait recourir à d'autres informations issues d'enquêtes ou de récits biographiques (participation à d'autres formes de lutte, degré d'implication dans l'organisation...).

¹⁹ On remarquera au passage que, dans les trois pétitions, les partis sont concurrencés non seulement par des mouvements politiques non partisans, mais aussi par des collectifs nationaux ou locaux non explicitement politiques qui interviennent cependant fréquemment dans la vie politique et qui réclament souvent des investissements « militants », même si ce terme est désormais rarement employé. Ce phénomène a été noté pour d'autres répertoires d'action collective (Matonti, Poupeau, 2004 ; Havard-Duclos, Nicourd, 2005 ; Ion, Franguiadakis, Viot, 2005).

mettre en visibilité sociale médiatisée (*Réseaux*, 2005). Soit parce que l'on est soi-même visible et audible dans l'espace public et que l'on souhaite exprimer ou accroître cette visibilité, soit parce que l'on est ectoplasmique et sans voix et que l'on veut « se faire remarquer » en le faisant remarquer ou en mettant l'accent sur une dimension qui permettra de se distinguer de la masse des signataires. Avec Ruth Amossy (2010, 7), on fera l'hypothèse que « *la présentation de soi, ou ce que la tradition rhétorique appelle 'ethos', est une dimension intégrante du discours* », le discours dont il est ici question étant, d'une part, fortement marqué par la subjectivité²⁰, d'autre part doté d'une faible dimension argumentative car l'espace disponible est réduit (quelques dizaines de caractères). La mise en scène de soi est toujours à corrélérer avec la manière dont on se représente l'Autre (initiateurs, personnalités appelantes, signataires anonymes, mais aussi adversaires politiques désignés par l'appel) et l'image que l'on donne de soi dépasse souvent la sienne pour englober le groupe dont on se réclame et dont on est un porte-parole auto-autorisé et parfois décalé.

On esquissera une typologie des modes de présentation de soi qui mériterait d'être affinée, notamment à travers des entretiens avec des acteurs « représentatifs » des catégories construites. Les exemples ont été puisés dans les quatre pétitions étudiées.

- la carte de visite

Le signataire ne se contente pas d'énoncer sa profession et/ou son lieu d'activité, il ajoute des éléments destinés à le mettre en valeur soit parce qu'ils sont des marques de distinction, voire de prestige, soit en raison de l'effet escompté d'une accumulation de titres. L'ajout peut être bref (« secrétaire cinq langues » au lieu de secrétaire, « normalien, Ulm » au lieu d'étudiant, « professeure agrégée », « psychanalyste, école lacanienne », « retraité, commandeur des Palmes académiques »), ou plus développé : « universitaire, psychanalyste, anthropologue et directeur de publication ». Certains ont recours à un mode de présentation de soi jouant sur des (fausses ?) oppositions pour ne pas se laisser réduire à un statut officiel : « chargée de clientèle dans les assurances et artiste », « retraitée, mais active », « femme au foyer, DEA d'anglais ». D'autres se mettent en valeur en jouant à se dévaloriser : « inférieur à curé, c'est-à-dire petit instit » (en référence à un discours de Nicolas Sarkozy qui avait opposé les prêtres aux enseignants).

La carte de visite peut être aussi politique. Souvent, l'élu ou le responsable national ou local soit signale son titre principal, soit se contente d'une mentionne sobre (« élu local »). Mais certains peuvent être tentés d'étaler des mandats ou des fonctions de premier plan (« député-maire de Grenoble, VP de la commission des Affaires étrangères de l'Assemblée nationale, Président des Maires des grandes villes de France »), ou moins prestigieuses (« conseiller régional de Bretagne, porte-parole de l'Union démocratique bretonne, Europe-écologie »), voire infimes (« animateur de Désirs d'avenir à Colmar, membre du CA de Désirs d'avenir d'Alsace, membre d'Espoir à gauche »). Le militant de base peut aussi soigner sa carte de visite, par exemple en faisant référence à un passé glorieux... mais sans rapport avec l'objet de la pétition (« ancien du Larzac »).

- les références politiques et/ou idéologiques fortes mais (plus ou moins) décalées

Il peut d'abord s'agir d'un statut politique : une occurrence fréquente est la citoyenneté, le substantif « citoyen(ne) » étant souvent accompagné d'un adjectif qualificatif ou d'un

²⁰ Le « je » est rarement absent. Il est soit explicite, soit « gommé » (Amossy, 2010, 187).

substantif destiné à signifier que l'on est fier d'appartenir à la base, voire au peuple souverain (« ordinaire », « simple », « lambda »), à montrer sa détermination (« scandalisé », « en colère », « usurpé », « écoeuré », « vigilant », « éveillé », « retraité dans un village résistant loin de la Sarkozie »), à préciser d'autres engagements (« syndiqué », « socialiste »), voire d'autres horizons que la Nation (« francophone », « du monde », « de la planète Terre », « de l'Univers »)²¹. On trouve aussi des termes renvoyant explicitement ou *in fine* à des positions politiques : « européen(ne) », « humaniste », « anti(raciste, colonialiste, capitaliste, fasciste) », « volontaire de la paix » ; à un vocabulaire idéologiquement très connoté (« prolétaire », « coco », « anar »), mais également à des valeurs républicaines ou liées au vivre ensemble (« républicain(ne) », « démocrate », « laïque », « solidaire »).

- la profession de foi et le slogan

Généralement politiques, ils sont déclinés sur un mode traditionnel (« non au capitalisme, non au fascisme », « liberté, égalité, fraternité », « contre les discriminations », « pour des services publics de qualité et partout », « moins de biens et plus de liens »), humoristique (« ni Dieu, ni maîtresse, hélas ! »), sybillin (« No Sarkozy Day »). Très proches du slogan, le mot d'ordre, tantôt sérieux (« luttons aussi contre le communautarisme »), tantôt politiquement incorrect (« appel à l'entartage de Besson, Lefebvre et Morano », « contre les BHListes et finckelkrautiens, le genre humain opposé aux raclures ») et aussi le conseil (« ne pas oublier les services publics forestiers, les plus menacés sur le territoire »).

- le témoignage personnel

En rapport étroit avec la situation personnelle du signataire, il concerne souvent la cause défendue, voire son arrière-plan (la crise, le chômage...) ou l'initiateur de la pétition. Il peut être critique (« socialiste exclu du PS 13 » -Michel Vauzelle est membre de cette fédération-, « enseignante spécialisée menacée de disparition », « ouvrier d'Etat spolié de son statut »), bienveillant, et quelquefois touchant (par exemple, ce témoignage s'adressant directement à Michel Vauzelle : « Retraitée, maman d'un jeune homme handicapé. Nous avons eu l'occasion de nous rencontrer. C'est grâce à votre intervention que mon fils est toujours dans les Alpes à Gap, au foyer de vie Albert Borel. Encore merci »).

- la dérision, la prise de distance

* avec les pétitions, qu'il s'agisse de la forme pétitionnaire en général (« je signe, pour rien sans doute ») ou des initiateurs (« est-ce une priorité aujourd'hui ? », « ouvrier, ça va faire chic dans votre liste ») ;

* avec l'engagement dans une organisation : « désorganisé comme dab », « organisation des gens de bon sens », « affilié à aucune organisation », « révolté isolé », « homme libre », « bénévole de la vie » ;

* avec la « politique politicienne », soit en évoquant une fonction improbable (« Président du Parti Libertin », « futur Président de la république, rien que pour virer l'autre crétin », « Président de la république auto-proclamée de monchezmoi »), soit en se présentant comme « sage », « *homo sapiens* », « penseur », « apprenti utopiste », « rêveur », ou dans un autre genre, « promoteur en démocratie participative » ;

* avec soi-même : par rapport au chômage (« chômeur », « chômdu », « riendutoutiste », « branleur », « glandeur », « étudiant perpétuel ») ; à sa profession, soit en

²¹ On rencontre aussi des références à l'universel déconnectées de la citoyenneté : « être humain », « terrien(ne) », « terrienne de souche », « passager du navire Terre ».

l'explicitant à travers un adjectif inattendu (« prof grincheux »), une faute d'orthographe volontaire (« en saignant ») ou un néologisme (« anartiste »), soit en érigeant en quasi-profession une autre activité (« blogueur », « globe trotter ») ; à un état (« père à temps complet », « conjoint », « compagnon d'exclue », « amoureux », « ingénieure en maintenance familiale », « éducatrice en mecs ») ; à une manière d'être (« adepte du toucher de l'être », « tricheur honnête », « poétesse des chemins de traverse », « élagueur de conneries », « poil à gratter »).

Quand ils sont l'œuvre de ceux qui ne sont pas visibles dans l'espace public (*Réseaux*, 2005), ces modes de mise en visibilité ont quelque chose à voir avec les tactiques de contournement, de détournement et de braconnage évoquées par Certeau, et au-delà, avec les manières dont certains jouent avec Internet, éventuellement en l'érigeant trop vite en outil de vigilance citoyenne (Flichy, 2008). En même temps, ils sont à mettre en relation avec la façon dont ceux qui s'expriment se situent vis-à-vis de l'engagement (politique ou non), de la participation sous des formes discursives variées à la vie politique et, *in fine*, de la défense et illustration d'une « proximité politique » davantage proclamée qu'interrogée jusques dans ses ambiguïtés. Autant de pistes à explorer dans des travaux futurs...

Autres questions à creuser : les prises de distance par la parole sont-elles opératoires au niveau macro-social, surtout en dehors des périodes de fortes mobilisations ? Sont-elles à la mesure des enjeux politiques conjoncturels (les élections, un débat public...) et *a fortiori* structurels (la crise des institutions politiques, du lien social, des valeurs...) ? Doit-on considérer qu'elles s'inscrivent dans un processus de défiance vis-à-vis des formes politiques verticales fondées apparemment sur le respect et en fait sur la déférence (Quéré, 2005) ?

2) *Quid des usages de sa pétition par l'initiateur ?*

Qu'une pétition serve à défendre la cause pour laquelle elle a été conçue, puis co-construite (cf. *supra*), cela ne fait aucun doute. Qu'elle puisse avoir d'autres usages, voilà qui mérite quelques explications que nous fournirons à travers l'analyse des usages de sa propre pétition par Michel Vauzelle.

Les usages de Michel Vauzelle se modifient, sans pour autant se transformer radicalement, au fur et à mesure que les signatures s'accumulent, mais aussi que la situation sociale et politique évolue et que les élections régionales, qui restent sa préoccupation centrale, se rapprochent.

On relèvera tout d'abord qu'il joue avec le nombre, non seulement pour légitimer sa cause, mais aussi pour se légitimer lui-même. Ainsi, dans ses premières déclarations, alors qu'il ne peut connaître le sort qui sera réservé à la pétition, il appelle sur le site et dans les médias à la signer massivement (son courriel aux 100 000 premiers signataires du 14/05/09 parle même de « *large mobilisation* »), propos qu'il réitère régulièrement par la suite pour féliciter les signataires et conforter la mobilisation. Or féliciter les signataires quand ils sont nombreux, c'est aussi se féliciter soi-même et affirmer publiquement qu'on pèse 300 000 signatures, ce qui est beaucoup dans le contexte français... La pétition devient une ressource symbolique qui, au passage, confirme son « *élection* » aux sens démocratique et aristocratique du terme. Elle est aussi un média puisqu'elle remplit, en sus des fonctions d'information, de forum, de médiation, de construction de sens, celle d'ennoblissement qu'évoquaient en leur temps Lazarsfeld et Merton.

Ensuite, loin d'instrumentaliser les signatures et les signataires, il fait preuve d'un sens pratique ouvert et pluriel, ce qui le conduit à des usages tantôt en phase avec les pétitionnaires, plus particulièrement quand il se fait le porte-parole de préoccupations communes sur les services publics, tantôt plus

éloignées, lorsqu'il agit pour son propre compte, autrement dit qu'il travaille pour sa réélection à la tête de PACA.

Contrairement à d'autres socialistes qui ont occupé de hautes fonctions politiques -il fut Garde des Sceaux sous la deuxième présidence de François Mitterrand (1992-1993)-, il ne fait guère parler de lui depuis lors sur le plan national, peut-être pour mieux s'ancrer localement : d'abord Maire d'Arles et Député des Bouches de Rhône, il choisit la Présidence de PACA au détriment de sa Mairie après la victoire difficile de sa liste aux élections régionales de 2004. Il s'investit alors largement dans la gestion d'une région²² dont il sait qu'elle peut échapper à la gauche lors des élections régionales de 2010, autant en raison du poids de l'électorat de droite (surtout sur la Côte d'Azur) que du crédit politique dont bénéficiait alors le Président de la République... tout en gardant le contact avec le niveau national, notamment à travers le mandat de député. Mais s'il est bien connu des habitants de PACA, il l'est beaucoup moins de l'ensemble des Français et son nom n'apparaît jamais dans les « hit parades » médiatiques des hommes politiques les plus connus, aimés, présidentiables (...).

Au sein du Parti socialiste, sa situation est de même nature. Solidement implanté régionalement, et plus particulièrement en Provence, il se distingue sur le plan national par une relative discrétion dans un appareil où le bruit, la polyphonie et depuis quelque temps la cacophonie semblent la règle, mais également par des prises de position qui le rendent difficilement classable : appel à voter non lors du référendum sur le Traité Constitutionnel Européen (2005) alors qu'il a défendu en 1992 le Traité de Maastricht, choix de Ségolène Royal pour les Présidentielles de 2007 alors qu'il est un soutien historique de Laurent Fabius, signature de pétitions sur des questions sensibles²³, prise de distance à l'égard de tous les courants du PS et des « présidentiables » lors du Congrès de Reims, présence discrète lors de la rencontre très médiatisée entre Verts, MODEM, Radicaux et Socialistes organisée le 26 août 2009 à Marseille par Vincent Peillon dans le cadre des Ateliers d'été du courant l'Espoir à Gauche²⁴...

Michel Vauzelle revendique d'ailleurs sa marginalité nationale : « *Je n'ai aucune responsabilité au sein du PS, je ne suis dans aucun courant, je ne vais pas rue de Solferino* » (Nice Matin, 25 mai 2009), ce qui fait dire au journaliste qui l'interviewe « *Il se veut au-dessus des querelles politiciennes* »²⁵. Et en même temps, dans cet entretien, il assigne aux socialistes et à lui-même le devoir de parler... à la seule condition d'être « *audible* ». Bien entendu, il existe plusieurs façons d'être audible : le lancement d'une pétition en mai 2009 susceptible à la fois de s'inscrire pleinement dans un contexte de mobilisations sociales fortes et d'apparaître comme une réponse socialement et idéologiquement acceptable en est une, surtout lorsqu'on l'articule avec d'autres actions, qu'on l'insère dans un agenda politique et que l'on espère des retombées médiatiques nationales et régionales. A dire vrai, il n'a pas pensé immédiatement à une pétition sur les services publics. Son premier projet voulait défendre les collectivités territoriales face aux réformes préparées par la Majorité. Mais ce thème n'était susceptible de mobiliser que les militants, les élus locaux et les responsables des organisations qui tirent une partie de leurs moyens et de leur légitimité de leur insertion dans le schéma actuel de la décentralisation.

²² Parfois en se situant là où on ne l'attend pas, comme le soutien appuyé à Christian Estrosi, Maire UMP de Nice, sur plusieurs dossiers (tracé de la ligne ferroviaire à grande vitesse, candidature de Nice à l'organisation des JO de 2018) ou l'organisation d'une consultation en ligne pour changer le nom de PACA, initiative proche de l'esprit de la pétition sur les services publics de proximité : il s'agit toujours d'associer « les gens » non à une simple revendication, mais à une décision.

²³ Notamment « Pour l'abandon du fichier Edvige », « Touche pas à mon ADN », « Les droits des étrangers ne peuvent se réduire à un marché ».

²⁴ Devant plus d'un millier de militants et des dizaines de journalistes, des personnalités de l'opposition ont été invitées à débattre sous la houlette du socialiste François Rebsamen (Robert Hue -ex PC-, Marielle de Sarnez et Jean-Luc Benhamias -MODEM-, Daniel Cohn-Bendit -Les Verts-, Christiane Taubira -Radicaux de gauche-, Jean-Louis Bianco -PS-).

²⁵ Michel Vauzelle se positionne lui-même ainsi quand il s'agit d'expliquer le succès de l'initiative : « *Cette pétition n'est ni de droite, ni de gauche* » (Lalettreusecteurpublic.fr, n°80, 02-08/10/09).

Un de ses collaborateurs (cf. entretien) donne un autre éclairage, d'ailleurs pas incompatible avec celui que nous venons d'évoquer. Lors de la pré-campagne électorale en PACA, moment clé mais incertain et rarement étudié comme tel (Restier-Melleray, 2002), Michel Vauzelle et son équipe ont participé dès août 2008 à l'organisation des Etats généraux des services publics, réunions publiques à l'initiative d'une intersyndicale (FSU-CGT-CFDT-CFTC-UNSA et Solidaires) afin de lutter contre les conséquences de la RGPP en région PACA. Des réunions ont eu lieu avant un forum conclusif le 16 février 2009 à Marseille, dans des communes de cinq départements : Miramas (13), Le Pradet (83), Garros (06), Montoux (84) et Gap (04). En cette occasion, Michel Vauzelle et ses collaborateurs ont constaté, outre le succès évalué en termes quantitatifs (5 000 participants) et qualitatifs (écoute, richesse des débats), que des participants regrettaient régulièrement que ce type d'initiative ne soit pas suivi d'actions concrètes sur des thématiques à propos desquelles la gauche et le PS se devaient certes de dénoncer, mais surtout d'apporter des réponses en phase avec leurs valeurs. La pétition sur les services publics est alors apparue comme un moyen d'action possible.

Possible et pertinent sur les plans national et régional, à condition que leur articulation soit travaillée, ne serait-ce qu'en posant de façon performative son existence. En effet, l'affirmation récurrente que l'on est un ardent défenseur des services publics de proximité à un moment où ils sont remis en question par la politique gouvernementale contribue à la construction sinon d'une stature, du moins d'une identification nationale valorisante, sans pour autant nuire à des intérêts politiques régionaux car la défense des services publics locaux peut être une thématique forte de la campagne des élections régionales (ce qu'elle sera d'ailleurs...), susceptible d'être mise en perspective avec la critique de la réforme des collectivités territoriales.

CONCLUSION

Nous ne reviendrons pas sur les limites de nos travaux que nous avons déjà abordées dans cette synthèse, afin de mettre l'accent sur trois questions que nous avons peu ou pas abordées et qui constituent autant de pistes :

- comparaisons et montée en généralité : du point de vue de la place occupée par l'activité pétitionnaire dans les répertoires d'action collective, des représentations médiatiques de cette activité, des usages de la pétition par l'auteur et les signataires ou des dimensions polyphoniques de chacune, on peut mettre à jour des voisinages entre les appels étudiés et d'autres pétitions électroniques initiées par d'autres entrepreneurs, à d'autres fins et dans d'autres domaines. D'où la nécessité de labourer davantage ce champ de recherche encore en friche : d'abord pour accumuler les données empiriques (descriptions problématisées, données quantitatives...) qui font actuellement défaut, ensuite et surtout pour mettre en perspective et identifier les récurrences ainsi que les logiques sous-jacentes autorisant une montée en généralité.

C'est dire que les comparaisons sont nécessaires... et délicates à mettre en oeuvre car ce sont des réalités hétérogènes que l'on met en perspective. Bien sûr, on peut toujours travailler les ainsi nommés « opérateurs de montée en généralité » (les variables, par exemple) pour les rendre comparables, quitte à perdre en épaisseur sociale. Mais n'a-t-on pas besoin précisément de cette épaisseur ?

- dimensions organisationnelles : s'agissant d'organisations (surtout des ONG) qui recourent désormais régulièrement à cette forme d'action dans le cadre de l'usage tout aussi régulier d'autres répertoires de mobilisations en ligne, on peut s'interroger non seulement sur la manière dont cette acculturation s'est réalisée ou sur ce qu'elle a produit en termes de

changements organisationnels (pratiques, procédures, normes, dispositifs communicationnels...) et de discours « internes » (d'accompagnement, de légitimation, d'opposition...), mais aussi sur la façon dont ces changements organisationnels et ces discours ont été perçus par ces « publics » spécifiques que sont les signataires.

- pétitions politiques locales en ligne : en France, elles sont encore moins étudiées que leurs homologues nationales. Pourtant, elles sont à la fois nombreuses et diverses quant à leurs initiateurs, leurs objectifs officiels, leurs médiateurs ou leurs usages. Les interrogations qu'elles suscitent sont multiples et vont bien au-delà des questionnements désormais récurrents (et néanmoins légitimes) sur la démocratie (participative) locale. Et par exemple celles relatives aux échelles et aux recompositions territoriales : existe-t-il une correspondance entre l'échelle géographique liée au cadre institutionnel ou socio-économique auquel renvoie la pétition et le territoire construit par la pétition à travers les pratiques et les discours de ses acteurs ? Quelle proximité construit-elle : celle suscitée par le cadre institutionnel et/ou socio-économique ? celle des appartenances et des lieux de vie, autrement dit du « territoire vécu » ? celle du citoyen ou de l'utilisateur des services et équipements publics ? Ces proximités coexistent-elles ? peuvent-elles se combiner ? On l'aura compris, il s'agit d'intégrer des préoccupations de géographes (et notamment celles de la géographie des représentations) à celles des sociologues, des politistes et des spécialistes de la communication.

Amossy R., 2010, *La présentation de soi. Ethos et identité verbale*, Paris : PUF.

Barbe L., Delcroix E., 2009, « Emergence et appropriation des dispositifs sociotechniques : le cas de Facebook », *Sciences de la Société*, n°75, 115-125.

Bonhomme M., Stalder P., 2006, « Analyse sémiolinguistique des pages d'accueil des sites politiques suisses sur Internet », *Mots – Les Langages du Politique*, n°80, 11-23.

Boure R., Bousquet F., 2011, « La construction polyphonique des pétitions en ligne. Le cas des appels contre le débat sur l'identité nationale », *Questions de Communication*, n°20, 293-316.

Boure R., Bousquet F., 2010, « Enjeux, jeux et usages d'une pétition politique. La pétition Vauzelle », *Réseaux*, n°164, 127-160.

Bousquet F., 2011, « Les outils en ligne de Ségolène Royal et de Dominique Strauss-Khan : quelle participation pour quel militantisme ? » in Greffet F. dir, *Continuerlalutte.com, les partis politiques sur le web*, Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques, 230-248.

Broudoux E., 2007, « Construction de l'autorité informationnelle sur le web », in Skare R., Windfield Lund N., Varheim A. dirs., *A Document (re)turn Contributions from a research field in transition*, Berlin : Peter Lang/Europäischer Verlag der Wissenschaften, 265-278.

Certeau M. de, 1980, *L'invention du quotidien. I Arts de faire*, Paris : UGE, coll 10/18.

Contamin J.-G., 2005, « Le choix des armes : les dilemmes pratiques d'un mouvement de doctorants et le modèle des avantages comparatifs », *Genèses*, n°59, 4-24.

Contamin J.-G., 2001, *Contribution à une sociologie des usages pluriels des formes de mobilisation : l'exemple de la pétition en France*, Thèse de Science politique, Paris 1.

Duval J., Gaubert C., Lebaron F., Marchetti D., Pavis F., 1998, *Le « décembre » des intellectuels français*, Paris : Liber-Raisons d'agir.

- Flichy P., 2001, *L'imaginaire d'Internet*, Paris : La Découverte.
- Flichy P., 2008, « Internet et le débat démocratique », *Réseaux*, n°150, 159-186.
- Goffman E., 1973, *La mise en scène de la vie quotidienne. La présentation de soi*, T1, Paris : Editions de Minuit.
- Goffman E., 1991, *Les cadres de l'expérience*, Paris : Les Editions de Minuit, coll. Le sens commun.
- Granjon F., 2002, « Les répertoires d'action télématiques du néo-militantisme », *Le Mouvement Social*, n°200, 11-32.
- Havard-Duclos B., Nicourd S., 2005, *Pourquoi s'engager ? Bénévoles et militants dans les associations de solidarité*, Paris : Payot.
- Ion J., Franguiadakis S., Viot P., 2005, *Militer aujourd'hui*, Paris : Autrement, coll. CEVIPOF.
- Mathieu L., 2011, *La démocratie protestataire. Mouvements sociaux et politiques en France aujourd'hui*, Paris : Presses de Sciences Po, coll. Nouveaux débats.
- Matonti F., Poupeau F., 2004, « Le capital militant. Essai de définition », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n°155, 4-11.
- Mots – Les Langages du Politique*, 2006, *La politique mise au Net*, n°80.
- Neveu E., 2002, *Sociologie des mouvements sociaux*, Paris : La Découverte, coll. Repères.
- Oger C., Ollivier-Yaniv C., 2006, « Conjuré le désordre discursif. Les procédés de 'lissage' dans la fabrication du discours institutionnel », *Mots - Les Langages du Politique*, n°83, 63-78.
- Ory P., Sirinelli J.-F., 2002, *Les intellectuels en France. De l'Affaire Dreyfus à nos jours*, Paris : Armand Colin, coll. U Histoire.
- Ollitrault S., 1999, « De la caméra à la pétition-web. Le répertoire médiatique des écologistes », *Réseaux*, n°98, 155-186.
- Peeters H., Charlier P., 1999, « Contributions à une théorie du dispositif », *Hermès*, n°25, 15-23.
- Perrineau P., dir., 1994, *L'engagement politique. Déclin ou mutation*, Paris : Presses de la FNSP.
- Politix*, 2011, *Observer les mobilisations sociales*, n°93.
- Quéré L., 2005, « Les dispositifs de confiance dans l'espace public », *Réseaux*, n°132, 185-218.
- Réseaux*, 2005, *Visibilité/invisibilité*, Voirol O. coord., n°129-130.
- Rosanvallon P., 2006, *La contre-démocratie*, Paris : Le Seuil.
- Rouquette S., 2009, *L'analyse des sites Internet*, Bruxelles : De Boeck/INA.
- Tilly C., 1978, *From mobilization to revolution*, Londres : Addison-Wesley Publishing Company.