

## RESEAUX



N° 170, La Découverte  
octobre-novembre 2011,  
224 p., 25 €.

La télévision façonne-t-elle les opinions politiques ? Et si oui, la concurrence que livrent les contenus échangés sur Internet aux médias traditionnels bouleverse-t-elle la donne ? Ces questions récurrentes ont une pertinence particulière dans la période préélectorale comme celle que vit la France en ce début d'année. Le dossier que Fa-

### «ACTUALITÉS ET CITOYENNETÉ À L'ÈRE NUMÉRIQUE»

bien Granjon, Josiane Jouët et Thierry Vedel consacrent aux « usages sociaux de l'actualité » tombe donc à point nommé. Que l'on ne s'attende pas à y trouver une démonstration édifiante de l'effet des différents médias sur les choix politiques ou sur une éventuelle détérioration de la citoyenneté. Tout ici est affaire d'appartenances sociales et de pratiques de consommation de l'actualité. Si la télévision demeure le média de référence pour s'informer, et si sa fréquentation exclusive est plutôt associée à un rapport distant à la politique, la donne change lorsqu'elle est associée à un autre média, comme la lecture de la presse écrite – on a alors affaire à un public plus qualifié et majoritairement inté-

ressé par la politique. Une population commence à poindre qui ne s'informe que par l'intermédiaire d'Internet. Est-elle plus politisée ? Pas vraiment, même si l'on trouve parmi ces internautes des personnes qui se sentent non seulement plus concernées mais donnent leur point de vue sur un blog ou sur les réseaux sociaux : elles appartiennent aux catégories sociales supérieures quand elles n'exercent pas dans le secteur de la communication. Bref, plutôt que chercher un lien de causalité entre médias et opinion, il convient de renverser la question et s'intéresser aux usages que font les différentes catégories sociales des sources d'informations disponibles. ■

**XAVIER DE LA VEGA**