

Université Libre de Bruxelles
Institut de Gestion de l'Environnement et d'Aménagement du Territoire
Faculté des Sciences
Master en Sciences et Gestion de l'Environnement

L'internet : de nouveaux modes d'action pour le mouvement environnemental ?

Mémoire de Fin d'Etudes présenté par
VAN LAETHEM Mathieu
en vue de l'obtention du grade académique de
Master en Sciences et Gestion de l'Environnement

Année Académique : 2011-2012

Directeur : Prof. Edwin ZACCAI

Résumé

Nous étudions dans ce mémoire le phénomène de l'utilisation des pétitions sur l'internet dans le cadre de l'activisme environnemental. Ce faisant, d'abord, nous confirmons et enrichissons les connaissances déjà existantes sur ce sujet. Ensuite, nous relativisons, pour les associations environnementales, certains des problèmes généralement considérés de l'extérieur comme menaçant l'efficacité de ces pétitions. Enfin, nous mettons en évidence le phénomène nouveau de l'importance de sociétés commerciales dans l'émergence de nouvelles formes d'activisme virtuel.

Nous replaçons ce phénomène dans le cadre large des conséquences pour le mouvement environnemental du passage d'une ère médiatique dominée par la télévision à une ère médiatique dominée par l'internet. Trois grandes conséquences sont à distinguer. En premier lieu, l'attitude des environnementalistes par rapport aux techniques a évolué, modifiant leur image auprès du grand public. En second lieu, les mouvements sociaux en général se trouvent dans une position plus favorable. En troisième lieu, l'internet a des conséquences sur l'ensemble de la société. Les phénomènes les plus marquants que l'on peut discerner sont certainement une contribution à la mondialisation comme à la rationalisation de la société, ainsi qu'à la décentralisation des organisations, avec pour conséquence relativement directe l'apparition de formes neuves de groupes d'intérêt. De façon plus controversée, il se pourrait qu'internet exacerbe également l'individualisme et permette la fluidification des conditions d'apparition d'actions collectives.

Internet comme nouveau média soutient et étend également le répertoire d'action des mouvements sociaux. À ce titre, ces nouvelles tactiques posent de nouveaux problèmes, tant quant à leur efficacité que quant à l'usage qui en est fait.

Suite aux questions entourant une de ces tactiques, à savoir les pétitions en ligne, nous menons une enquête pour connaître quelles en sont les utilisations. Nous documentons ainsi de façon précise l'utilisation de pétitions en ligne par les groupes d'intérêt du mouvement environnemental, ainsi que la population des sites d'hébergements de ces pétitions. Ce faisant, nous confirmons et enrichissons certains des résultats de la littérature. Ensuite, nous relativisons certains des problèmes tant objectifs que subjectifs généralement considérés de l'extérieur comme menaçant l'efficacité des pétitions numériques. Ainsi, nous montrons que l'existence de fausses signatures ne semble ni poser problème en ligne ni affecter plus les pétitions en ligne que les pétitions papier, et que l'internationalisation des signatures ne semble pas, du point de vue des utilisateurs de ces pétitions, être un effet gênant à une échelle internationale et nationale. Enfin, nous mettons en évidence le phénomène nouveau, bien que discret, de l'importance de sociétés commerciales dans l'émergence de nouvelles formes d'activisme sur l'internet.

Merci ...

... à M. Edwin Zaccai, pour m'avoir permis de travailler sur ce sujet passionnant et guidé durant ces deux années comme directeur de mémoire.

... à mes parents et mes frères, pour leur amour et leur patience devant « le travail qui avance ».

... à ma famille – grands-parents, grands-oncles, oncles, tantes, cousins, cousines, belle-sœur, neveu, nièces, ... - pour toute leur présence, leur attention, leur humour, leur joie de vivre.

... à mes amis, pour leur présence toujours pleine de bonheur.

... à Martin Sonck, Stéphanie Despas, et leur maman, pour leur aide précieuse.

... à mes professeurs, de m'avoir tant appris et de m'avoir donné le goût d'apprendre à travers toutes ces années.

Table des matières

Résumé.....	i
Table des matières.....	iv
Liste des figures.....	v
Acronymes et abréviations.....	v
1. Introduction.....	1
2. Cadres conceptuels.....	5
2.1. Internet.....	5
2.2. Le mouvement environnemental	8
I. Le mouvement environnemental comme objet d'étude.....	8
II. Quels sont les éléments d'un mouvement social ?.....	11
2.3. La pétition.....	16
2.4. L'efficacité d'une pétition.....	17
3. Internet et les changements du mouvement environnemental.....	18
3.1. Changement de l'image du mouvement environnemental.....	23
3.2. Les mouvements sociaux sont plus efficaces.....	25
3.3. Nouveau média, pour une nouvelle société ?.....	28
I. Internet comme nouveau média.....	28
II. Une nouvelle société ?.....	29
a. Une société mondialisée.....	29
b. Une société plus décentralisée.....	31
c. Une société individualiste en danger ?.....	33
d. Une société plus rationnelle et ses nouveaux acteurs.....	34
III. À nouveau média, renouvellement des tactiques.....	39
4. L'efficacité des pétitions en ligne.....	42
4.1. État de l'art.....	42
4.2. Enquête.....	46
I. Méthode.....	47
II. Résultats.....	52
a. Qui utilise des pétitions au sein du mouvement environnemental ?.....	52
b. Comment s'en sert-on au sein du mouvement environnemental ?.....	59
c. Quelle est l'efficacité des pétitions en ligne pour le mouvement environnemental ?.....	66
III. Discussion.....	69
a. Implications.....	69
b. Limites.....	72
c. Nouvelles questions.....	74
5. Conclusion.....	75
Bibliographie.....	79
Annexes.....	86
a. Capture d'écran de la page d'accueil du site internet LaPetition.be.....	86
b. Interview avec l'association 1	87
c. Interview avec l'association 2.....	96
d. Interview avec l'association 3	102

Liste des figures

Figure 1 : Typologie des moyens de communication pré-internet.....	7
Figure 2 : Typologie des organisations politiques non partisans.....	12
Figure 3: Typologie des fonctions des organisations au sein d'un mouvement social.....	13
Figure 4 : Typologie des modes de l'action collective.....	14
Figure 5 : Typologie des organisations à la frontière entre modèle économique et modèle social....	14
Figure 6 : Typologie des mouvements écologistes.....	15
Figure 8 : Caractéristiques principales des trois générations d'associations politiques.....	35
Figure 9 : Typologie des types d'entrepreneuriat social.....	56

Acronymes et abréviations

ASBL : Association sans but lucratif

ITU : International Telecommunication Union

ONG : Organisation non gouvernementale

ONU : Organisation des Nations-Unies

TIC : Technologies de l'information et de la communication

1. Introduction

Depuis qu'internet¹ est devenu populaire, à la fin des années 90, la question s'est posée de savoir dans quelle mesure internet offrait non seulement un nouveau moyen de communication, mais entraînerait également un changement qualitatif des relations humaines (Pickerill, 2003, p.21 et 122)². La question est cependant toujours d'actualité, à l'heure où l'internet a largement surpassé les autres médias dans les études qui lui sont consacrées dans le domaine de la communication politique (Chadwick et Howard, 2009, p.2-3). La question a ainsi été déclinée selon les différents domaines scientifiques, suite aux adaptations de chacun de ces champs disciplinaires à l'internet. Par exemple, les questions sociologiques sont intéressantes, dans la mesure où tous les internautes n'ont pas le même rapport à l'internet. Certains sont des utilisateurs occasionnels, d'autres l'utilisent principalement pour se divertir, et d'autres encore en font un usage important et varié (Brandtzaeg, Heim et Karahasanović, 2011). La question de savoir qui utilise comment l'internet reste largement inexplorée (voir par exemple Tewksbury et Rittenberg (2009) pour la question de la consommation politique des médias), mais du plus haut intérêt pour comprendre les enjeux sociaux qui se nouent sur la Toile.

Or, dans le domaine de la gestion environnementale, la légitimité de l'un des outils symboliques des luttes citoyennes est aujourd'hui mis en cause. En effet, de nombreuses personnes se posent aujourd'hui la question de l'efficacité des pétitions en ligne, qu'elles soient hébergées sur des sites spécialisés dans ce type de pétition ou menées par des associations, tant nouvelles que traditionnelles. En effet, on retrouve cette interrogation tant sur internet (Yelyam, 2012 ; Hoaxbuster.com, 2012) que dans la littérature scientifique (Karpf, 2010) ou encore au sein des associations environnementales, comme plusieurs entretiens réalisés lors de notre stage nous l'ont appris³.

Cependant, la littérature scientifique sur le sujet ne permet pas de répondre à cette question. La chercheuse Earl nous apprend que de façon générale il y a très peu d'études sur l'usage de tactiques spécifiques en ligne, telles que les pétitions ou les boycotts (Earl, 2006, p.363). Il y a également très peu d'études sur les pétitions avant internet (Boure et Bousquet, 2010, p.129)⁴. De façon plus précise, notre propre recherche attentive sur les bases de données principales concernant

1 Le dictionnaire de l'Académie française accepte le terme « internet » comme substantif, donc sans majuscule (CNRTL, 2012).

2 Nous prendrons la convention de noter les numéros de page quand nous nous référons à un passage précis d'une citation, de ne pas en noter quand nous nous référons à l'argumentation de l'étude dans son entièreté.

3 Stage au sein de la Fédération Inter-Environnement Wallonie, avril-juin 2012.

4 La seule étude approfondie sur le sujet est une thèse de doctorat française publiée en 2001 par Jean-Gabriel Contamin (Contamin, 2001)

le domaine des mouvements sociaux, des associations sans but lucratif et des groupes d'intérêt⁵ révèle qu'il y a très peu d'études sur le thème précis des pétitions en ligne⁶. Parmi ce petit nombre, aucune de ces études ne traite spécifiquement de la question de l'efficacité de ces pétitions. Notre recherche dans les ouvrages scientifiques consacrés au cyberactivisme nous apprend qu'il n'existe pas non plus de littérature sur le sujet dans les livres récents, c'est-à-dire depuis 2003, lorsque la véritable émergence de ce phénomène se produisit avec l'organisation MoveOn en Amérique (Karpf, 2012, p.27-29)⁷.

Or, outre la récurrence de la question sur internet, dans le milieu scientifique et dans le monde associatif environnemental, plusieurs autres sources laissent penser que la question est réellement pertinente d'un point de vue scientifique. Premièrement, les deux auteurs de la seule étude consacrée réellement à ce sujet, Robert Boure et Franck Bousquet en 2010, concluent leur recherche en soulignant « [...] la nécessité de labourer davantage ce champ encore en friche : d'abord pour accumuler les données empiriques (descriptions, statistiques, ...) qui font actuellement défaut, ensuite et surtout pour mettre en perspective et identifier les récurrences ainsi que les logiques sous-jacentes autorisant une véritable montée en généralité. » (Boure et Bousquet, 2010, p.158). Deuxièmement, Michael Strange en 2011, a également souligné la nécessité de réaliser des études sur les pétitions en ligne en constatant le manque d'études sur les pétitions internationales (Strange, 2011, p.1237). Troisièmement, David Karpf en 2012, dans un article sur le « slacktivisme »⁸, nous apprend que la littérature sur l'internet a tendance à se laisser distraire par les dernières innovations techniques, telles que YouTube ou Twitter, mais qu'elle délaisse des sujets plus banals mais néanmoins réellement importants comme l'usage de masse des e-mails (Karpf, 2010, p.17). Or, il semble que l'usage de l'internet pour faire passer des pétitions, étant donné le manque de littérature sur le sujet, puisse être également classé parmi ces innovations non spectaculaires dont l'étude a été passée sous silence.

5 JSTOR, SAGE, Google Scholar, Francis, Persée, Francis & Taylor, EBSCO, MetaPress, Wiley online library, CAIRN. Recherche effectuée avec les mots clés suivants : internet, et pétition ou *petition*, respectivement en français ou en anglais selon la langue de la base de données.

6 Strange, 2011 ; Parry, Smith et Henry, 2011 ; Karpf, 2010 ; Boure et Bousquet, 2010 ; Earl et Kimport, 2009 ; Earl, 2006 ;

7 Recherche dans le catalogue Unicat avec comme termes de recherche les mots clés tirés de la description du livre van de Donk *et al.* (2004) « Information technology » et « Political aspects », et recherche avec le mot clé « pétition ». Recherche dans Google books avec comme critère de recherche « pétition » et « petition ». Recherches dans les bibliographies et les études citant des articles consultés par ailleurs. Résultats : Karpf, 2012 ; Earl et Kimport, 2011 ; Lievrouw, 2011 ; Oberdorff, 2010 ; Ducke, 2007 ; Chadwick et Howard, 2009 ; Chadwick, 2006 ; Howard, 2006 ; Van De Donk *et al.*, 2004 ; Hassan, 2004 ; Granjon, 2001.

8 « Slacktivisme » est un terme péjoratif pour désigner la réduction de l'activisme au seul fait d'agir par internet, donc de seulement agir en cliquant.

Ainsi, il semble acquis que l'étude des pétitions en ligne, et particulièrement de leur efficacité, est un sujet de recherche nécessaire et cependant ignoré. Avant de pouvoir formuler précisément notre question de recherche, il est nécessaire de reconnaître que, d'une part, d'autres ont déjà pu aborder d'une certaine façon la question, et d'autre part qu'il y a également des recommandations critiques qui ont été soulevées autour de l'étude de sujets proches. Par conséquent, pour définir notre angle d'attaque de la question, autrement dit notre problématique, il nous est nécessaire d'en tenir compte.

Nous commencerons donc par analyser quelles ont été les problématiques déjà choisies pour traiter de la question, et nous poursuivrons en définissant quelle sera notre problématique spécifique, à la fois dans la continuité et en complément de celles-ci. Notre étude s'inscrira principalement en complément de celle de Boure et Bousquet (2010). En effet, ces deux chercheurs ont traité de l'extérieur des pétitions en ligne dans leur usage politique par un homme politique, mais pas dans la perspective de leur appropriation par les citoyens ou les mouvements sociaux, tel que le mouvement environnemental. Nous compléterons cette perspective en étudiant de l'intérieur l'usage des pétitions par les associations environnementales. D'un point de vue méthodologique, nous nous situerons dans une perspective interdisciplinaire, puisque nous utiliserons à la fois des concepts issus de la sociologie (mouvement social) que des sciences politiques (groupe d'intérêt) en passant par les sciences de l'information et de la communication (l'internet). Notre perspective centrale reste cependant la gestion de l'environnement, avec comme objectif de fournir une analyse pertinente pour comprendre d'abord comment la société civile est transformée par l'internet, mais surtout comment elle peut en retour transformer le monde en utilisant l'internet.

Ensuite, nous devons examiner les recommandations critiques formulées par les chercheurs qui ont déjà enquêté sur des sujets proches, et dont nous devons tenir compte pour ne pas répéter les mêmes erreurs. En premier lieu, Boure et Bousquet (2010) critiquent la pertinence de la question de l'efficacité d'une pétition. Ils expliquent que son efficacité est difficile à évaluer, donc qu'il vaut mieux s'interroger sur qui s'en sert et comment on s'en sert, pour décrypter les représentations et les usages qui l'entourent (Boure et Bousquet, 2010, p.131). Nous pensons que cette critique est juste, mais qu'elle ne saurait dissuader de se poser également la question de l'efficacité, au moins comme un but à poursuivre, si ce n'est à atteindre.

En second lieu, Jennifer Earl mettait en évidence que les études sur l'internet en termes de focus sur une tactique étaient plus intéressantes que leur étude dans le cadre d'un mouvement ou d'un événement spécifiques, en ce qu'elles permettaient de mettre au jour comment une tactique était réellement utilisée dans toutes ses dimensions (Earl, 2006, p.364). Nous pensons ne pas être

totale dans la même perspective, puisque notre question est centrée sur l'efficacité de la pétition pour le mouvement environnemental, afin de respecter le cadre académique dans lequel ce mémoire est réalisé. Cependant, notre perspective est bien également de donner une vue exhaustive sur l'ensemble de l'appropriation du phénomène des pétitions en ligne, en dressant la liste des acteurs de ce phénomène (sites d'hébergement et associations environnementales).

En troisième lieu, David Karpf met en garde contre le risque d'isoler une technique de son contexte d'utilisation tactique, au risque de tirer des conclusions biaisées sur son importance, comme c'est le cas pour ceux qui critiquent le slacktivisme (Karpf, 2010, p.35). Nous pouvons intégrer cette critique en analysant la tactique de la pétition en ligne en élargissant notre horizon, et c'est même là un des buts de ce mémoire, notamment en ce qui concerne les sites d'hébergement de ces pétitions.

En tenant compte de toutes ces remarques, nous pouvons formuler nos questions de recherche de façon précise :

Question 1 : Quelle est l'efficacité des pétitions en ligne pour le mouvement environnemental ?

Question 2 : Qui utilise ces pétitions au sein du mouvement environnemental ?

Question 3 : Comment s'en sert-on au sein du mouvement environnemental ?

Nous développerons notre réponse à notre question de recherche en plusieurs étapes. Il nous faudra dans un premier temps définir nos concepts. Dans un second temps, nous situerons la place de l'innovation tactique que constitue l'invention de la pétition en ligne au sein des changements qu'a apportés l'internet aux mouvements sociaux. La troisième étape sera une enquête de terrain réalisée auprès des acteurs des pétitions en ligne pour comprendre leurs usages et leurs justifications de l'efficacité des pétitions en ligne, et ainsi répondre à nos questions de recherche.

2. Cadres conceptuels

Les concepts clés autour desquels notre recherche tournera seront celui de l'internet, celui de mouvement environnemental, celui de pétition et enfin celui d'efficacité de la pétition. Il convient donc les clarifier et les définir, autrement dit d'adopter des cadres conceptuels clairs qui guideront la suite de la recherche.

2.1. Internet

Un des premiers concepts qu'il nous est nécessaire d'expliquer, et d'autant plus qu'il semble *a priori* connu, est le concept même d'« internet ». Le sociologue Manuel Castells en a fourni une synthèse éclairante dans son livre *The Rise of the Network Society* (2010). Internet est avant tout un moyen de communication, autrement dit un média, une façon de transmettre la communication humaine. Or, Castells nous rappelle qu'il n'est ni le seul ni le premier média, et qu'il est donc intéressant de le comparer à ces autres médias, comme l'alphabet ou le livre imprimé, de telle façon que ses caractéristiques propres ressortent clairement. Il écrit ainsi qu'avant l'internet, c'était la télévision qui était au centre de l'univers médiatique, depuis approximativement la fin de la seconde guerre mondiale⁹. Être au centre d'un univers médiatique ne signifie pas être le seul média, mais bien occuper la majeure partie du temps consacré aux médias et obliger les autres médias à être dépendants, que ce soit concrètement ou symboliquement. Il est donc intéressant de comparer l'internet avec la télévision (Castells, 2010, p.355-358).

Quelles étaient et quelles sont toujours les principales caractéristiques de la télévision ? D'une part, la télévision est un média de masse car un message similaire et adapté au plus petit dénominateur commun du public est émis depuis seulement quelques émetteurs pour une très large audience. D'autre part, le média télévisuel est avant tout la transmission d'images, plus que la transmission de paroles ou d'écrits. La télévision est donc un média « facile », car il ne requiert pas l'analyse propre aux codage et décodage de l'expression langagière. Ainsi, c'est la « Galaxie Gutenberg »¹⁰, basée justement sur l'écrit et la parole construite, qui a été mise de côté par l'avènement de la télévision. (Castells, 2010, p.359-360).

Toutefois, l'univers télévisuel n'est pas resté monolithique à travers son histoire, mais a au contraire évolué et est devenu quelque chose de plus complexe qu'un simple média de masse durant les années 80. À cette époque apparaissent en effet de nouvelles pratiques et techniques, comme la production de versions régionales de grands journaux, le Walkman, la spécialisation thématique des

9 Aujourd'hui, la télévision perd des parts de marché chez les jeunes, bien que cela ne soit pas au profit de l'internet, mais des jeux vidéos (Bennett, 2008, p.10-11). Cela signale malgré tout la fin du téléspectateur passif (Earl et Kimpr, 2009).

10 Selon le concept du théoricien de la communication McLuhan (Castells, 2010, p.360).

radios ou l'apparition et la diffusion des cassettes vidéos enregistrables. De manière plus décisive, les canaux télévisuels eux-mêmes furent multipliés, avec une spécialisation accrue des chaînes télévisuelles et donc des audiences. Malgré tout, cela n'ébranla pas le monopole économique et politique de seulement quelques-uns, entreprises privées ou organismes d'État, sur la diffusion des médias, ne remettant donc pas en cause fondamentalement la logique des médias de masse (Castells, 2010, p.365-370).

Par rapport à cette situation, internet est un média radicalement différent. En effet, historiquement, l'internet est un média qui a entre autres été soutenu par les militaires américains lors de la Guerre froide. L'objectif était alors de créer un réseau de communication non centré, donc toujours opérationnel malgré la destruction éventuelle de quelques nœuds de communication. De plus, ses premiers utilisateurs et développeurs ont été dans l'ordre des scientifiques puis des passionnés travaillant dans un esprit de partage libre de l'information. L'internet est donc un média caractérisé par une très grande décentralisation de fonctionnement et à la fois une très grande interconnexion entre les utilisateurs, ainsi qu'une grande individualisation de l'utilisation. Il s'agit donc de tout le contraire de la télévision, puisque comme on dit plus haut celle-ci ne fonctionne que via quelques canaux, avec une utilisation similaire par de nombreuses personnes et une interactivité pratiquement nulle (Castells, 2010, p.371-385). Ces caractéristiques de l'internet en entraînent d'autres. Cette décentralisation du canal fait aussi que son accès est moins contrôlé, plus répandu et moins coûteux que pour les autres médias. Par conséquent, d'une part l'internet est disponible aisément de façon internationale (Ollitrault, 1999) et d'autre part il est très peu coûteux à utiliser par rapport aux autres médias, particulièrement pour des actions à des échelles qui auraient été inatteignables auparavant (Karpf, 2012, p.22-51). De plus, la forte interaction qui caractérise l'internet fait que la vie privée des utilisateurs est plus facilement exposée en public, l'utilisateur n'étant pas seulement consommateur mais également acteur, modifiant les limites entre vie privée et vie publique (Bimber *et al.*, 2005), comme dans le cas des réseaux sociaux tels que Facebook ou Twitter.

Tatiana Tatarchevskiy (2011) a très bien illustré le contraste qui en résulte. Cette chercheuse a en effet comparé la communication autour d'une campagne humanitaire en Amérique, communication menée en même temps par des spots publicitaires télévisuels et par un site internet. Elle note que la communication télévisuelle met symboliquement l'accent sur quelques individus, particulièrement des célébrités américaines, parce que le temps d'antenne est extrêmement limité et doit présenter des symboles aisément identifiables, alors qu'au contraire le site internet met l'accent sur la multiplicité des individus anonymes, avec des biographies de ces personnes, héros du

quotidien, ou une mise en scène visuelle de tous leur visage (Tatarchevskiy, 2011). On retrouve ainsi, dans la différence entre les deux styles médiatiques, l'opposition entre média centré et média décentré, entre représentation de quelques-uns et représentation de tous, entre séparation stricte et séparation floue de la vie privée et de la vie publique.

Une différence supplémentaire de l'internet par rapport aux autres médias est sa grande souplesse d'utilisation. Autrement dit, s'il est possible d'inscrire la plupart des autres moyens de communication ayant existé jusqu'ici dans une typologie, il semble que l'internet résiste à cette typologie. En effet, l'internet permet d'utiliser en parallèle toutes les possibilités de la communication (voir figure 1), comme téléphoner (communication à double sens et privée), consulter de l'information publique (communication à sens unique et publique), envoyer une newsletter par e-mail à une mailing liste (communication à sens unique et privée) ou encore entretenir une conversation sur un groupe de discussion ou un forum (communication à double sens et publique) (Ferrigno-Stack *et al.*, 2003, p.74-75) :

	<i>One-Way</i>	<i>Two-Way</i>
<i>Discriminate</i>	Soliloquy Pager	Conversation Mail Telegraph Telephone
<i>Indiscriminate</i>	Books Journals Newspapers Movies Radio Television	Ham Radio Citizens Band Radio

Figure 1: Pre-Internet Communication Media Typology

Figure 1 : Typologie des moyens de communication pré-internet.
Source : Ferrigno-Stack *et al.*, 2003, p.75.

Mais derrière cette unité de façade de la technique internet, il est aussi nécessaire de reconnaître que, comme la télévision, l'internet a évolué et évolue encore. Par conséquent, le média principal est également constitué de sous-techniques. La première d'entre elles est le fameux « World Wide Web », le processus par lequel tous les sites internet sont accessibles de la même manière, symbolisé par le préfixe commun « www » (Castells, 2010, p.383). Mais d'autres techniques sont venues par après, chacune attirant son lot d'études scientifiques consacrées, comme les blogs, YouTube, les réseaux sociaux ou Twitter (Karpf, 2010, p.15). Toutes ces études tournent

autour de ce qu'on nomme le « Web 2.0 », c'est-à-dire les techniques par lesquelles la création de contenu sur le World Wide Web a été très grandement facilitée, permettant par exemple de créer un blog sans avoir de connaissance du langage de programmation de sites web (Petray, 2011, p.923). Chacune a ainsi fait l'objet de grands espoirs et de grandes craintes, comme il semble que ce soit le cas avec chacune des techniques qui sont apparues dans l'histoire humaine, telles que le télégraphe, la radio ou la télévision (Breindl, 2010, p.44).

Il faut cependant admettre que la littérature scientifique n'a malgré tout pas encore saisi pleinement la portée des outils aussi simples que l'e-mail (Karpf, 2010, p.17). De plus, les travaux de synthèse sur l'adoption de l'internet ne traitent pas d'une technique particulière mais bien de l'internet en général (e.g. Earl *et al.*, 2010 ; Garrett, 2006 ; Bimber *et al.*, 2005 ; Pickerill, 2003). Quand nous parlerons d'internet dans ce mémoire, nous considérerons par conséquent l'internet de manière volontairement large, en y incluant chacune des sous-techniques qui en constituent des développements.

2.2. Le mouvement environnemental

Le second concept que nous utilisons dans notre question de recherche et que nous devons définir est celui de mouvement environnemental. Cela est d'autant plus important qu'il semble que peu d'études arrivent justement à théoriser et donc prendre en considération correctement toutes les dimensions du mouvement environnemental (Diani et Donati, 1999, p.14). Celui-ci peut être compris d'abord en le situant par rapport aux champs d'études sur les composantes de la société civile. Ensuite, nous pourrions identifier les différents éléments de ce mouvement environnemental.

I. Le mouvement environnemental comme objet d'étude

Il existe une certaine tendance, lorsque l'on parle de mouvement social, à prendre une définition volontairement relativement large (Diani, 1992), tendance présente également lorsque l'on parle du mouvement environnemental. Voir par exemple Pickerill (2003) dans un livre consacré au mouvement environnemental et à l'internet (p.5) ou Christopher Rootes dans son article synthétique sur le mouvement environnemental (2004, p.610-611). Cependant, les scientifiques qui ont voulu étudier ce qu'on appelle de façon large le « mouvement environnemental » ont en fait utilisé principalement trois concepts distincts pour le décrire, à savoir le concept de mouvement social, d'association sans but lucratif et de groupes d'intérêt. Chacun de ces trois concepts a fait l'objet d'une littérature largement indépendante des deux autres, et il est donc intéressant de les passer en revue pour comprendre quels sont les enjeux spécifiques de chacun de ces trois domaines.

Le concept de mouvement social renvoie à la frange d'actions collectives partiellement non intégrées dans le système hiérarchique dominant, politique ou culturel, mais qui cherchent à le modifier ou à le défendre (Snow *et al.*, 2004, p.6-11)¹¹. Les mouvements sociaux sont caractérisés par des tentatives de vivre de façon démocratique, et ils évitent donc majoritairement les formes d'organisations hiérarchiques. De plus, ils dépendent de mobilisations de masse, soit qu'ils soient exclus des processus politiques plus conventionnels, soit qu'ils veulent maintenir leur indépendance (Chadwick, 2007, p.285-256). Au sein des mouvements sociaux, certains apparaissent plus importants que d'autres. Ainsi, le mouvement environnemental, comme le féminisme ou les protestations pacifistes, a fait l'objet d'études spécifiques (Snow *et al.*, 2004). On retrouve des études principalement sociologiques qui y sont consacrées, en français sous le terme de « recherche sur les mouvements sociaux », avec par exemple le *Dictionnaire des mouvements sociaux* de Fillieule, Mathieu et Péchu (2009), et en anglais sous le terme de recherche sur les « social movements », avec par exemple l'ouvrage de synthèse *The Blackwell Companion to Social Movements* par Snow, Soule et Kriesi (2004). Quelques revues y sont consacrées, mais on retrouve également beaucoup d'articles dans d'autres revues, notamment dans les revues les plus importantes de sociologie dans le cas des meilleurs articles sur le sujet (Snow *et al.*, 2004, p.5)¹².

Les études sur les mouvements sociaux intègrent explicitement le fait que ce type d'activités peut se cristalliser sous forme d'organisations, alors dénommées organisations des mouvements sociaux (abrégié en SMO pour *social movement organizations*). Cependant, conformément à la définition des mouvements sociaux, ces organisations sont non totalement intégrées au système légal. Or, il existe un autre type d'organisations qui, au contraire, est totalement intégrée et qui, dans bien des pays, a même un statut légal particulier, à savoir les associations sans but lucratif¹³. Elles sont généralement définies dans la littérature comme les organisations qui sont (1) privées, (2) non génératrices de profits, (3) d'intérêt public, (4) autonomes, et (5) composées au moins partiellement de volontaires (Lewis, 2005, p.240). À nouveau, ce domaine a sa propre littérature scientifique, avec des revues telles que *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* ou *Nonprofit Management and Leadership*, et des synthèses telles que *The nonprofit sector : A research handbook* (Powell et Steinberg, 2006).

11 La définition exacte employée par ces auteurs est : « collectivities acting with some degree of organization and continuity outside of institutional or organizational channels for the purpose of challenging or defending extant authority, whether it is institutionally or culturally based, in the group, organization, society, culture, or world order of which they are a part » (Snow *et al.*, 2004, p.7).

12 Pour les revues spécialisées : *Mobilization* (USA) et *Movement Studies* (UK) ; pour les revues de sociologie : *American Sociological Review*, *American Journal of Sociology*, *Social Forces* et *Social Problems* (Snow *et al.*, 2004, p.5).

13 En anglais, on retrouve également les dénominations « nonprofit organization », « civil society organization », « not-for-profit organization », « nongovernmental organization », ou encore « community and voluntary organization » (Zorn *et al.*, 2011, p.27).

Il existe enfin un troisième groupe d'organisations entre ces deux premiers types, des organisations qui agissent également en faveur de causes sociales, mais qui le font en étant intégrées au système politique, ce sont les groupes d'intérêt (« *advocacy groups* » en anglais). Ceux-ci ont été définis par la littérature comme les organisations faisant pression principalement à un niveau national, mais également international, sur les hommes politiques et sans l'aide de mobilisation de masse. Elles sont principalement organisées de façon hiérarchique. Leur efficacité dérive d'un respect des règles politiques établies, notamment en ce qui concerne l'influence politique qui passe par le lobbying, la consultation et l'aide dans l'implémentation des politiques (Chadwick, 2007, p.285). À nouveau, une littérature spécifique correspond à ce champ d'étude, plus proche des sciences politiques, avec des revues comme *Interest Groups & Advocacy* ou un livre comme *Advocacy groups* (Young et Everitt, 2004). Cependant, beaucoup d'articles sur le sujet paraissent plutôt dans des revues de science politique que dans des revues spécifiques.

Le mouvement environnemental est ainsi constitué de trois types d'éléments méthodologiques relativement différents, avec parfois des chercheurs dans des champs d'étude différents qui ne communiquent pas les uns avec les autres. Il nous semble intéressant de situer les changements qu'internet apporte en tout cas pour à la fois les mouvement sociaux et les groupes d'intérêt, à l'image du travail réalisé par Andrew Chadwick (2006, p.114-143), voire pour les trois catégories, à l'image du travail réalisé par Jenny Pickerill (2003). Cela permettra en effet de donner, comme eux, une vue complète respectivement sur les mouvements sociaux ou sur le mouvement environnemental dans toutes ses dimensions. En ce qui concerne notre question spécifique, l'usage des pétitions, s'il semble que la question ne touche que la partie politisée du mouvement, autrement dit le mouvement principalement dans sa dimension de mouvement social et de groupes d'intérêt, la relation avec les ASBL n'est en fait jamais très loin non plus. En effet, dans le cas de la Belgique par exemple, les ASBL maintiennent une activité politique via la délégation de pouvoir à des associations représentatives, et prennent ainsi également part à l'activité politique, par exemple en relayant des pétitions, voire en les créant.

En ce qui concerne la situation actuelle, on peut rapidement situer chacun de ces trois constituants dans une brève histoire, afin de comprendre leur grande ligne d'évolution en dehors de l'époque de l'internet. Le mouvement environnemental tel que nous le connaissons aujourd'hui, dans ses dimensions de mouvement social et de groupes d'intérêt, est le fruit d'une tendance de fond dans les mouvements sociaux. En effet, il est ce que certains chercheurs appellent un « nouveau mouvement social », à côté du mouvement féministe ou gay et lesbien par exemple, autrement dit un mouvement social préoccupé non seulement par les questions matérielles mais aussi par les

questions culturelles, telle celle de l'expression de son identité, et ce à un niveau global, en contraste avec les anciens mouvements sociaux de la modernité, comme les syndicats (Chu et Thang, 2005, p.851). Il est né principalement dans les années 60, suite à l'extension de l'éducation, une connaissance scientifique plus grande des impacts humains sur la nature, l'augmentation de la gravité de ces impacts, l'extension des médias de masse pour relayer l'existence de ces impacts, la mondialisation des transports et de l'information, la mise en place de nouvelles techniques et tactiques de récolte de fonds et enfin l'existence d'un nouvel espace politique fait de révoltes étudiantes et d'une ré-invention de la gauche (Rootes, 2004, p.613-619).

Au sein de ces mouvements sociaux, les groupes d'intérêt tels qu'on les connaît aujourd'hui sont une forme organisationnelle politique née dans le courant des années 70. La forme dominante existante auparavant était celle des fédérations de membres, avec des membres très attachés à leur association par de nombreuses activités auxquelles ceux-ci devaient participer. L'émergence de nouvelles techniques de coordination et de récolte de fonds, alliées à des changements culturels, ont entraîné, dans les années 70, l'apparition de groupes d'intérêt monothématique avec des membres essentiellement définis par le fait de payer, ce que certains ont défini comme des « activistes de salon »¹⁴. Cette tendance a également inquiété plusieurs chercheurs des sciences sociales, qui y ont vu un déclin de l'engagement citoyen. Néanmoins, c'est cette technique qui, aux États-Unis, a assuré pour les groupes d'intérêt des revenus sûrs et stables, en perpétuelle croissance jusque dans les années 90 (Karpf, 2012, p.24-27).

Enfin, l'évolution des ASBL a suivi une tendance mondiale dans les pays développés, à savoir que les États ont réduit leur offre directe de services sociaux et que ce sont ces ASBL qui ont pris le relais, notamment grâce à l'entremise de financements publics. Le résultat a été un contrôle accru de la part de l'État sur ces organisations, avec des exigences de transparence et de professionnalisme accrues, ainsi qu'une plus grande compétition entre les associations pour avoir accès à ces financements. En Nouvelle-Zélande, par exemple, ce phénomène a débuté en 1984 (Zorn *et al.*, 2011, p.3).

II. Quels sont les éléments d'un mouvement social ?

De même que nous avons distingué plusieurs formes d'organisations au sein du mouvement environnemental, il semble possible de définir plusieurs façons de travailler au sein de ces formes organisationnelles. Nous allons, dans ce chapitre passer, en revue d'une part les typologies utilisées dans les études que nous avons lues à propos de l'impact de l'internet sur les mouvements sociaux, dont le mouvement environnemental, et d'autre part les typologies qui sont apparues intéressantes

14 « Armchair activists » en anglais. Pour une discussion plus poussée du sujet, voir Karpf (2012, p.42-46).

lors des recherches bibliographiques. Nous ne prétendons pas ainsi présenter une revue exhaustive de ce sujet vaste et toujours controversé des typologies, ici dans le cadre des mouvements sociaux, mais cela représentera néanmoins ce qu'il est important de prendre en compte dans notre travail, et auquel par conséquent nous ferons référence dans la suite du texte.

La première typologie présentée (Diani, 2000) est importante parce que de nombreuses auteurs ont cité l'article dans lequel elle est développée. Dans celui-ci, Mario Diani utilise une typologie basée sur deux axes, bien qu'il ne définisse que trois grandes catégories d'organisations. Ces deux axes sont, d'une part, la stratégie de mobilisation des ressources, entre mobilisation de ressources professionnelles, de l'argent pour payer des experts, ou de ressources participatives, des personnes de bonne volonté, et d'autre part l'échelle d'action, entre internationale et locale. Les trois catégories sont donc : les organisations professionnelles, les organisations participatives et les organisations internationales (Diani, 2000, p.392).

Si on s'intéresse aux raisons du choix de ces deux axes par Diani, on découvre qu'il reprend le premier axe d'une de ses études précédentes, en collaboration avec un autre chercheur, Donati (Diani et Donati, 1999). Dans leur article, les deux auteurs étudient l'évolution historique du mouvement environnemental et cherchent à créer une typologie utilisable dans le cadre d'une étude des changements entre ces différentes catégories. Ils définissent une typologie selon deux axes. D'une part, l'axe de la stratégie de mobilisation des ressources, selon que les organisations mobilisent directement et de façon concentrée du temps ou indirectement et de façon large de l'argent. D'autre part, selon l'axe de la recherche de l'efficacité politique, selon que les organisations cherchent à travailler à l'intérieur du système politique existant, de façon consensuelle, ou à l'extérieur, par des protestations. Ils résument leur typologie dans le schéma suivant (voir figure 2).

TABLE I A TYPOLOGY OF NON-PARTISAN POLITICAL ORGANISATIONS		
	Forms of Action	
	Conventional Pressure	Disruption
Professional Resources	Public Interest Lobby	Professional Protest Organisation
Participatory Resources	Participatory Pressure Group	Participatory Protest Organisation

Figure 2 : Typologie des organisations politiques non partisans.
Source : Diani et Donati, 1999, p.16.

Le « public interest lobby » est le groupe d'intérêt classique, avec un objectif de lobby par des moyens professionnels. Le « participatory pressure group » est l'organisation des mouvements sociaux, décentralisée, radicale et participative. Le « professional protest organization » est un groupe professionnalisé qui recourt également à des tactiques radicales. Enfin, le « participatory pressure group » est le groupe d'intérêt non professionnalisé (Diani et Donati, 1999, p.16-17).

Dans la même catégorie d'études sur l'impact de l'internet sur les mouvements sociaux, comme celle publiée par Diani (2000), on retrouve également l'étude d'Arthur Edward (2004). Ce chercheur étudie l'effet de l'internet sur la structure du mouvement environnemental. Il développe donc et applique, avec succès selon nous, un modèle de la structure de ce mouvement à partir d'une analyse de Kriesi (1996) sur les fonctions des différentes organisations au sein de ce mouvement. Cette typologie est basée sur deux axes. D'une part en fonction du type d'interaction entre l'organisation et ses éléments, entre une interaction directe ou pas d'interaction, et d'autre part si l'organisation est orientée vers une fonction politique ou de service. Le résultat peut être représenté dans le tableau suivant (voir figure 3).

	Non interaction	Interaction directe
Orientation politique	<u>Parties and interst groups</u> (political representation)	<u>Social movements organizations</u> (politcal mobilization)
Orientation de service	<u>Supportive organizations</u> (giving service)	<u>Movement associations</u> (self-help or altruism)

Figure 3: Typologie des fonctions des organisations au sein d'un mouvement social.
Source : d'après Edwards, 2004, p.186.

On retrouve également des typologies plus générales ou plus spécifiques, à une échelle macro ou micro, qui apportent une mise en perspective de ces premières typologies étudiées, que l'on pourrait par conséquent classer à l'échelle méso. Flanagin, Stohl et Bimber (2006) proposent une typologie de l'action collective en général, sans se limiter aux mouvements sociaux ou à un mouvement en particulier. Les deux axes qu'ils choisissent sont, d'une part, le mode d'engagement, et d'autre part le mode d'interaction. Le mode d'engagement varie, selon eux, d'un engagement plus entrepreneurial jusqu'à un engagement plus institutionnel. Le premier reflète un engagement très personnel, fait de grandes responsabilités mais aussi d'opportunités d'épanouissement. Le second mode d'engagement fait, quant à lui, moins appel au sens des responsabilités individuelles et offre donc moins d'opportunités pour l'individu d'exprimer sa personnalité. Le second axe varie des modes d'interaction plus personnels jusqu'à des modes d'interaction plus impersonnels. Le résultat est représenté dans le tableau suivant (voir figure 4).

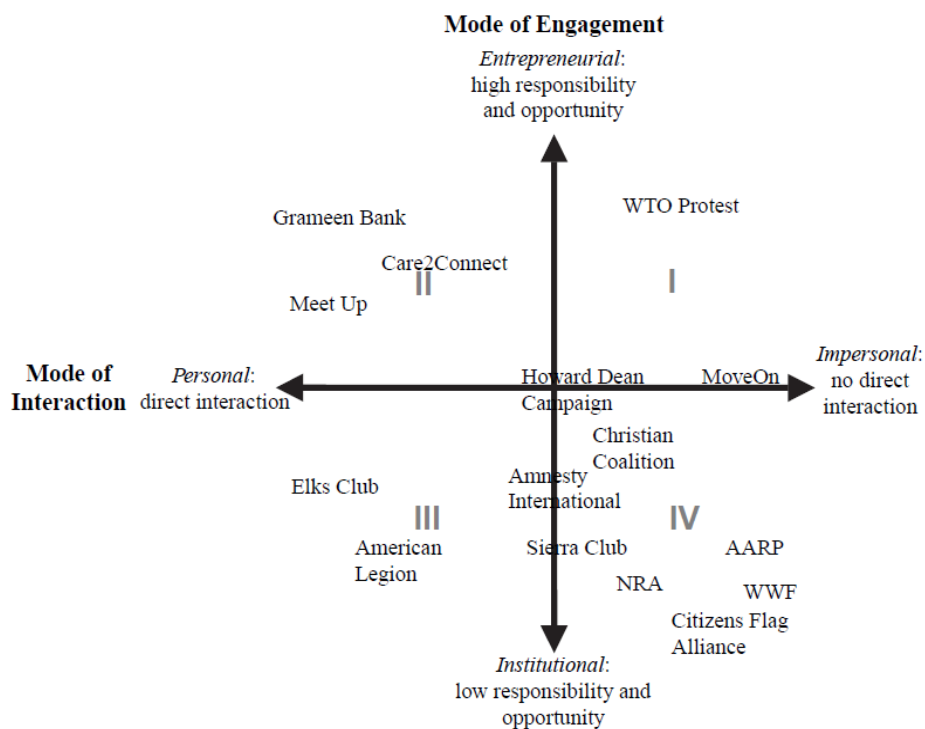


Figure 2 Groups in collective action space.

Figure 4 : Typologie des modes de l'action collective.
Source : Flanagan, Stohl et Bimber, 2006, p.39.

Dans une étude parue très récemment, van den Broek *et al.* (2012) proposent quant à eux une typologie complémentaire de celles étudiées jusqu'ici, centrées sur l'activisme, comme ils cherchent à distinguer les organisations qui sont entre un modèle économique et un modèle social. Ils utilisent pour ce faire deux axes, l'un reflétant le degré d'attachement au désir d'amener des changements sociaux, et le second reflétant le degré d'attachement au modèle économique, autrement dit le fait de répondre à un besoin social. Ils représentent comme suit la typologie créée (voir figure 5).

Table 1 *Transformational social entrepreneurs desire social change and fulfill social needs*

		Fulfilling social needs	
		High	Low
Desire for social change	High	Transformational social entrepreneurs (Zahra <i>et al.</i> , 2009; Nicholls, 2010)	Activists
	Low	Social entrepreneurs	Entrepreneurs

Figure 5 : Typologie des organisations à la frontière entre modèle économique et modèle social.
Source : van den Broek *et al.*, 2012, p.2.

Il existe également des typologies moins centrées sur des axes. Ainsi, Castells (2003) propose de classer les mouvements écologistes en cinq catégories principales autour desquelles se structurent les associations. Premièrement, il y a le mouvement des associations centrées sur la conservation de la nature. Ample et diversifiées, ces associations respectent les limites légales et agissent par le compromis. Elles reçoivent un soutien tant populaire que de la part des élites. Deuxièmement, il y a le mouvement des associations centrées sur la défense de l'espace vital. Elles ont une action directe, rapide et font appel aux principes de la démocratie locale. Troisièmement, il y a le mouvement des associations très diverses appartenant au mouvement contre-culturel. Pratiquantes de la *deep ecology*, elles recherchent un changement de mode de vie et utilisent parfois l'action directe radicale. Quatrièmement, il y a le mouvement des associations internationales agissant pour sauver la planète. Celles-ci utilisent des actions spectaculaires pour dénoncer à un niveau international ce qui n'est pas durable dans le développement économique. Enfin et cinquièmement, il y a les mouvements politiques qui se manifestent dans les partis politiques (Castells, 2003, cité dans Pulgar, 2010, p.37-39). Le tout peut être représenté synthétiquement de cette façon (voir figure 6).

Typologie (exemple)	Identité	Adversaire	Objectif
Conservation de la nature (le groupe des dix -USA)	Les amateurs de la nature	Le développement incontrôlé	La nature originelle
Défense de l'espace à soi (syndrome « Nimby »)	La communauté locale	Les pollueurs	La qualité de vie /santé
Contreculture, écologie profonde (Earth First!, éco-féminisme)	Le moi vert	L'industrialisation, la technocratie, le patriarcat	L'éco-utopie
Sauver la planète (Greenpeace)	Les éco-guerriers internationaux	Le développement global incontrôlé	La durabilité
Politique verte (Die Grünen)	Les citoyens conscients	L'establishment politique	Le contre-pouvoir

Tableau 4: Typologie des mouvements écologistes autour desquels se structurent les OSCE (Castells, 2003 :137)

Figure 6 : Typologie des mouvements écologistes.
Source : Castells, 2003, p.137 (cité dans Pulgar, 2010, p.37).

Enfin, la dernière différenciation qu'il est possible de faire repose sur une classification en fonction des thèmes abordés (traitement des eaux, déchets, etc., ou plus largement, environnement, santé, etc.), comme le fait par exemple le Centre d'études de la société civile de l'université Johns Hopkins, en Amérique, pour l'ensemble de la société civile (Pulgar, 2010, p.36). Il nous semble que cette différenciation soit particulièrement utile dans une perspective d'analyse d'une population

précise d'associations travaillant sur un thème commun. En effet, différencier en termes de thèmes conduit à identifier des niches écologiques exploitées par les associations. Ce concept de niche vient de la perspective méthodologique de l'écologie qui a été appliquée à l'étude d'un réseau organisationnel. Cette perspective analyse les relations entre les différents acteurs selon leur exploitation de flux de ressources limitées, comme les fonds attribués par les pouvoirs publics. En conséquence, développer une différenciation en termes de thématique traitée est pertinent, car cela permet de rendre compte de l'existence d'une et une seule association sur un thème précis, en fonction d'une différenciation fonctionnelle d'associations identiques au niveau organisationnel (Barman, 2002). C'est ainsi qu'il est utile de concevoir le mouvement environnemental comme largement similaire aux mouvements sociaux d'un point de vue organisationnel, et partageant donc les mêmes typologies, mais particulier d'un point de vue historique et thématique, justifiant un traitement différencié. Le mouvement environnemental tel que nous l'analyserons sera par conséquent également défini par sa thématique de travail, à savoir la protection et la gestion de l'environnement.

De façon complémentaire à cette approche écologique, il existe des catégorisations adaptées d'études de sociologie de l'organisation en termes de stratégie de l'organisation. Par exemple, une des plus connues et des plus utilisées pour les associations sans but lucratif est celle de Miles et Snow (1978). Ceux-ci classent les organisations en quatre catégories : les « defenders », qui ont un secteur d'activités stable et ne changent pas, les « prospectors », qui cherchent les nouvelles opportunités et s'y adaptent, les « analyzer », qui adoptent le plus souvent une position de « defenders », mais qui peuvent éventuellement agir en tant que « prospector » si besoin en est, et enfin les « reactors », qui ne s'adaptent que quand ils s'y sont forcés (Brown et Iverson, 2004, p.378-380).

2.3. La pétition

Le troisième concept que nous devons définir est celui de pétition. Nous reprendrons, comme définition de travail pour cerner le phénomène de la pétition, l'excellente définition de Boure et Bousquet (2010) selon lesquels la pétition est « [...] un texte protestataire émanant d'une ou de plusieurs personnes physiques ou morales, émettant une revendication, un souhait, une opinion, et destiné à être signé par d'autres personnes qui n'ont la possibilité ni de modifier son contenu, ni d'agir directement sur sa durée de vie » (Boure et Bousquet, 2010, p.129).

Selon les mêmes auteurs, il faut également discerner la pétition de masse, qui recherche le plus grand nombre de signataires, de celle de personnalités, qui cherche les signatures de personnalités publiques (Boure et Bousquet, 2010, p.129). Notre travail ne portera que sur la première de ces deux formes. C'est en effet celle-ci qui est la plus commune sur l'internet, et la caractéristique de ce média de pouvoir représenter la multiplicité n'y est sans doute pas étrangère.

2.4. L'efficacité d'une pétition

Enfin, nous devons discuter la possibilité même d'évaluer l'efficacité d'une tactique de mobilisation comme la pétition. En effet, lorsqu'on parle de l'action politique ou sociale, il est difficile de fixer des valeurs absolues. Par exemple, dans le domaine des ASBL, il est relativement difficile de pouvoir avoir une évaluation de la réussite ou non de l'action globale de l'association (Lewis, 2008, p.250-255). Ou dans le domaine de l'entrepreneuriat social, s'il est relativement facile d'évaluer la réussite de la mission financière de l'entreprise, il est nettement plus compliqué de réaliser le même travail pour la partie sociale de son activité (Zahra et al., 2009).

C'est suite à cette observation que Boure et Bousquet (2010, p.131) ont relativisé l'importance de la question de l'efficacité des pétitions en ligne. Contamin (2001) a de plus mis en évidence que décider de l'efficacité de telles actions était un enjeu politique en soi, plusieurs interprétations se confrontant, les tenants de la pétition défendant leur pétition, leur opposant la déconstruisant.

Il est donc utile de préciser dans le cadre de notre travail de clarification des concepts que nous n'établirons pas *une* définition de l'efficacité des pétitions, comme si cette définition pouvait recouvrir l'entière du sens que plusieurs acteurs donnent à cette notion.

La question de l'efficacité des pétitions en ligne se révélera donc à travers les enjeux de sa définition, par les questions qu'elle soulèvera. Néanmoins, il est possible de définir deux types d'enjeux différents. D'une part, nous pensons que plusieurs questions portent sur les conditions techniques de mise en place des pétitions en ligne. Il sera donc malgré tout possible d'atteindre un certain degré d'objectivité dans ces questions.

D'autre part, les autres enjeux concernent l'interprétation de la réussite de ces dispositifs techniques. Ces questions sont nettement plus subjectives, et il ne sera donc pas possible de dire que de façon absolue une telle action a été efficace, une telle autre non. Ce que permettra l'étude du sens de l'efficacité que les acteurs donnent à leur acte, ce sera de mieux comprendre ces acteurs, et ainsi de corriger les fausses imputations d'intention.

3. Internet et les changements du mouvement environnemental

Nous avons maintenant une conception claire de ce qu'est internet pour nous, ainsi que ce qu'est le mouvement environnemental et ses différents éléments. Il nous est donc possible d'inscrire la pratique des pétitions en ligne au sein des nouveautés de l'internet. Pour ce faire, nous commencerons par synthétiser les recherches existantes sur ce sujet, en prenant un recul critique par rapport à celles-ci. Dans un second temps, nous analyserons plus en détail chacune de ces nouveautés, en mettant au jour si celle-ci n'affecte que le mouvement environnemental, tous les mouvements sociaux, voire l'ensemble de la société.

Commençons par examiner l'effet d'internet sur le mouvement environnemental. Comme nous l'avons déjà dit, il est nécessaire d'être particulièrement critique en abordant ce point, au vu des nombreuses études existantes qui ne l'ont pas été. Ainsi, il est d'abord utile de rappeler que tant la perspective du strict déterminisme technique que celle opposée du strict déterminisme social sont toutes deux à rejeter, ou plutôt à intégrer (Chadwick, 2006, p.18-21). La perspective du déterminisme technique est sans doute plus tentante, puisqu'elle imprègne souvent les débuts des réflexions sur l'acquisition d'une nouvelle technique, mais conduit à des vues biaisées, particulièrement optimistes ou particulièrement pessimistes (Pickerill, 2003). Une position critique rejettera donc le strict déterminisme technique. Un exemple d'utilisation de cette position critique est la réflexion sur l'interactivité du Web et ses capacités à faire participer les citoyens à la vie démocratique. Pickerill a en effet montré que bien que l'internet incarnait les valeurs de communication d'égal à égal, il n'y avait pas non plus un accès immédiat à l'idéal de la démocratie participative, et que le débat persistait entre poursuite de l'idéal et satisfaction des nécessités pratiques (Pickerill, 2003, p.76-90). Ainsi, malgré la capacité interactive de la communication par internet, sur les sites des mouvements sociaux, on ne constate pas que la communication à double sens ait été réellement mise en place (Jun, 2011 ; Saxton et Guo, 2011 ; Stein, 2009 ; Waters *et al.*, 2009 ; Kang et Norton, 2004). Une juste position consiste à se demander dans quelle mesure les hommes créent des structures techniques qui reflètent certaines de leurs valeurs et déterminent donc par après les usages qu'ils peuvent en faire ? À l'image de lois, qui sont à la fois créées et déterminantes pour les usages futurs (Chadwick, 2006, p.19-21).

Avant d'aborder la question proprement dite de l'effet d'internet, il est également nécessaire de se poser la question méthodologique suivante : comment peut-on explorer la différence qu'apporte une nouvelle technique ? Particulièrement sur une période qui court maintenant sur plus de vingt ans. Sans ce point de comparaison, toutes les affirmations telles que « internet aide à

mobiliser », « internet permet de pluraliser la sphère publique », etc., sont des affirmations qui tombent à plat, faute d'un repoussoir qui mettrait en évidence leur valeur. Le point de comparaison le plus pertinent, lorsqu'il n'y en a pas un de plus précis explicitement mentionné, nous semble être l'univers médiatique pré-internet, c'est-à-dire celui dominé par la télévision, ainsi que de façon assez importante mais plus marginale par la radio et les journaux, comme nous l'avons vu avec Castells (2010). Par conséquent, nous-mêmes, dorénavant, lorsque nous utiliserons des comparaisons, nous le ferons par défaut par rapport à cette situation originaire de domination de la télévision, qui a défini le cadre de référence médiatique de la société jusque dans les années 90, c'est-à-dire jusqu'à l'apparition d'internet pour le grand public.

Nous avons ainsi maintenant une bonne conception critique de la façon dont on peut aborder la question de savoir qu'est-ce qu'a apporté internet au mouvement environnemental et nous pouvons tenter d'y répondre. Il nous semble que le meilleur point d'entrée est le l'ouvrage académique de Jenny Pickerill (2003). Celle-ci a en effet réalisé un travail de terrain poussé pour répondre à cette question, en prenant comme définition du mouvement environnemental une définition large, incluant les trois composantes que nous avons identifiées (Pickerill, 2003). Son livre, publié en 2003, est une enquête de terrain réalisée au sein de diverses organisations et événements du mouvement environnemental, apportant un riche matériel empirique sur tous les thèmes qui touchent de près le militantisme dans toutes ses dimensions. Malgré ses défauts du point de vue de l'utilisation des théories et de la généralisation de ses résultats, c'est une des études les plus complètes que nous avons pu trouver dans la littérature scientifique sur le sujet, de par sa transversalité et son long travail de terrain. Au terme de son livre, elle résume son travail en six conséquences principales de l'adoption de l'internet et ce résumé est fidèle au contenu de son travail. Nous allons donc, dans un premier temps, partir de celui-ci. Ces six conséquences sont que ...

1. ...les environnementalistes ont adopté une technique de façon pragmatique, pour rester en contact avec le reste du monde, et ne sont donc pas restés dans leur image de personnes rebelles au progrès et à l'usage des techniques.
2. ...le contrôle intérieur du mouvement sur ses activités a été accru par le contrôle d'un canal médiatique qui, de plus, est moins cher, plus rapide et avec une plus grande audience, et en permettant aux petits groupes *grassroots* d'être indépendants des grosses associations ou des médias.
3. ...le contrôle extérieur par l'État et les entreprises a diminué, particulièrement pour les réseaux non hiérarchiques car dans ce cas les organes de ce contrôle extérieur avaient plus de mal à cibler un centre névralgique.

4. ...la cohésion interne a augmenté de par une meilleure communication, sans que de réels réseaux sociaux ne se créent par ce moyen, et sans que l'usage des autres moyens de communication ne disparaisse.
5. ...le mouvement a étendu son répertoire d'actions, ce qui lui permet éventuellement de noyer ses opposants par la multiplication de différentes tactiques.
6. ...la communication est devenue plus rapide, ce qui à nouveau s'est traduit par une plus grande réactivité par rapport aux organes de contrôle extérieur.

Nous pensons en fait que nous pouvons ramener ces six changements à seulement trois catégories, correspondant non à des conséquences de l'internet sur la communication, mais bien aux conséquences de l'internet sur le mouvement environnemental lui-même. Il apparaît en effet que plusieurs de ces conséquences servent à décrire un seul et même phénomène, causé par plusieurs facteurs, à savoir le fait que le mouvement environnemental est devenu plus efficace que ses opposants. Ainsi, nous pouvons rassembler les conséquences 2, 3, 5 et 6 sous une seule et même catégorie :

1. le fait que l'internet a permis au mouvement environnemental d'être plus efficace que ses adversaires, particulièrement pour les associations non-hiérarchiques. Les raisons en sont que le mouvement environnemental a un meilleur contrôle des médias, que le contrôle extérieur a diminué, que le mouvement a disposé de plus de tactiques pour noyer ses opposants et enfin que le déploiement de ces tactiques se fait plus vite que pour les opposants.

Est-ce que les autres conséquences, à savoir les conséquences 1 et 4 peuvent également être rassemblées ensemble sous la description d'un même phénomène ? Il semble que non et que ce sont des phénomènes indépendants à part entière :

2. le fait que le mouvement environnemental a dépassé son ancienne image d'anti-modernisme pour adopter les nouvelles techniques de façon pragmatique.
3. le fait que le mouvement environnemental a acquis un média supplémentaire. Les qualités, donc les raisons de l'adoption de ce média, sont d'une part qu'il est moins onéreux et plus rapide que les anciens médias (le papier par exemple) et d'autre part qu'il a potentiellement une portée internationale. Il n'est cependant qu'un média supplémentaire, notamment dans la construction d'un réseau social efficace pour l'activisme.

Ainsi, nous avons déjà un premier aperçu des conséquences de l'adoption de l'internet par le mouvement environnemental. Mais cet aperçu n'est tiré que d'une seule source, et cela ne saurait donc suffire. Il est intéressant, dans un second temps, de recouper ces informations avec celles d'une autre étude sur le même sujet, mais qui adopte un autre point de vue, complémentaire à celui de Pickerill. Il s'agit de la *review* de la littérature sur internet et les mouvements sociaux publiée par Kelly R. Garrett en 2006, qui nous apporte une bonne compréhension des débats théoriques concernant les conséquences d'internet pour les mouvements sociaux en général (Garrett, 2006). Cette source est complémentaire au travail de Pickerill parce que les deux études adoptent des approches méthodologiques différentes, l'une inductive, pratique, et l'autre déductive, théorique, à partir des catégories théoriques utilisées au sein des études sur les mouvements sociaux (structure d'opportunités politiques, répertoire d'actions, etc.). Nous voudrions savoir si les deux études se recoupent, mais afin de ne pas directement réduire l'étude de Garrett à celle de Pickerill, il semble utile de d'abord exposer aussi clairement que possible les phénomènes de nouveauté créés par internet que Garrett met au jour. C'est la première ligne. En dessous de chacun de ces phénomènes, nous allons identifier si ces phénomènes ont également été étudiés par Pickerill.

1. Sur le niveau de participation : Garrett note que c'est une question controversée, mais il semblerait qu'internet augmenterait le niveau général d'activisme. Trois mécanismes possibles sont avancés :

a. le coût de l'acquisition de l'information et de l'action est moindre

Pickerill notait la même chose

b. les identités collectives d'acteurs qui pourraient se mobiliser mais ne le font pas apparaissent plus facilement

Pickerill notait la même chose, en nuancant cependant que les réseaux sociaux ainsi créés ne l'étaient pas seulement par l'internet.

c. les identités collectives existantes seraient renforcées.

Pickerill notait la même chose.

Au final, bien que Pickerill constatait l'existence de ces trois phénomènes, elle ne concluait cependant pas à la croissance du niveau du militantisme. Nous reviendrons sur ce problème dans le chapitre consacré à la question de savoir si les sociétés modernes sont plus individualistes et si les conditions d'apparition d'actions collectives ont été fluidifiées.

2. Sur les activités menées :

a. les protestations sont plus étendues (internationales) et plus rapides. Cette rapidité pourrait potentiellement avoir un effet sur la qualité de l'information, mais le sens de cet effet, positif ou négatif, est inconnu.

Pickerill notait la même chose quant à l'étendue et à la rapidité de l'action. En ce qui concerne la qualité de l'information, elle ne remarquait pas une détérioration.

b. internet aide à la mobilisation et étend le répertoire d'actions.

Pickerill notait la même chose.

3. Sur la forme organisationnelle : les formes non hiérarchiques centrées sur des projets ont une efficacité accrue.

Pickerill notait la même chose.

4. Sur la structure d'opportunités politiques :

a. d'une part, la dimension internationale est devenue plus importante.

Pickerill notait la même chose.

b. d'autre part, les mouvements sociaux ont plus de liberté par rapport aux contrôles extérieurs.

Pickerill notait la même chose.

5. Sur le processus de médiatisation de l'identité :

a. il y a un côté positif,

1. le fait que d'une part l'audience est devenue plus mondiale.

Pickerill notait la même chose.

2. d'autre part que les mouvements sociaux disposent d'une véritable alternative aux médias classiques, tant par le fait d'éviter leur filtrage avant de pouvoir publier leurs contenus que par l'accessibilité de ces contenus.

Pickerill notait la même chose.

b. mais il y a un côté négatif :

1. d'une part le fait qu'il y ait plus de pression pour se distinguer parmi les autres.

Pickerill ne le notait pas en tant que tel, mais l'intégrait dans le point suivant.

2. d'autre part qu'un critère d'émergence parmi cette masse reste alors les médias classiques.

Pickerill notait la même chose.

On le voit donc, la littérature scientifique concorde sur les grandes conséquences qu'a apportées internet. D'autres recherches vont en effet aussi dans ce sens. Par exemple, un article publié sur ce sujet, mais qui prend comme cas la région de Hong Kong. Les deux chercheurs de cette étude trouvent qu'internet aide à pluraliser le débat, à mobiliser et à étendre le répertoire d'actions (Chu et Tang, 2005). Ou encore, le livre du chercheur reconnu en science politique Andrew Chadwick (2006, p.114-143).

Il est aussi nécessaire de remarquer que la date de publication de ces quatre études est assez ancienne pour un sujet qui semble en perpétuelle évolution. Ces quatre sources représentent bien, en effet, l'état de la recherche jusqu'à 2006, mais pas après. Cependant, Pickerill jugeait que les premiers temps des techniques donnaient malgré tout une bonne compréhension des usages futurs (2003, p. 168-169) et Garrett jugeait que le champ des études sur les conséquences de l'internet avait assez mûri (2006, p.216). De plus, en parcourant les articles citant ces deux sources dans les bases de données principales et les moteurs de recherche, il ne semble pas y avoir de nouvelles thématiques développées autour des conséquences de l'internet, mais bien un enrichissement de ceux-ci sur des points de détails, comme le thème de la lutte entre mouvements alternatifs et sécurité, ou le thème du niveau de participation citoyenne.

Nous pouvons donc baser la suite de notre recherche sur les trois conséquences de l'internet sur le mouvement environnemental telles que synthétisées à partir des conclusions du travail de Pickerill (2003). Nous débuterons par les conséquences limitées au mouvement environnemental pour aller ensuite progressivement vers les conséquences les plus larges, celles qui touchent l'ensemble de la société. Ainsi, nous commencerons par étudier les conséquences de l'adoption des techniques informatiques sur l'image du mouvement environnemental, nous poursuivrons par l'avantage compétitif qu'offre internet à l'ensemble des mouvements sociaux, et nous finirons par les changements macrosociaux et l'adaptation des mouvements sociaux à ceux-ci.

3.1. Changement de l'image du mouvement environnemental

On l'a vu, Pickerill (2003) note qu'un changement qui affecte particulièrement le mouvement environnemental est un changement de son identité, particulièrement de son identité technophile ou technophobe. Le mouvement environnemental aurait accepté les techniques informatiques assez facilement, surtout en comparaison d'autres hautes technologies modernes, comme le plastique, la voiture ou l'énergie nucléaire (Pickerill, 2003, p.36-57).

Pickerill (2003) passe en revue la littérature scientifique traitant de la position des environnementalistes sur les techniques. Ce qui en ressort est que l'entièreté du mouvement environnemental se définit par une méfiance envers la technique, l'artificiel, ce qui est produit par

l'homme, en tant qu'ils sont l'opposés du monde naturel, de la spontanéité et du non-humain. Cependant, seule une minorité de « primitivistes » sont tellement méfiants qu'ils refusent tout usage de la technique. La plupart des environnementalistes sont plutôt techno-environmentalistes, acceptant l'usage de techniques douces et refusant les techniques dures. Même si comme pour tout idéal-type la limite entre les deux n'est pas clairement tranchée, les premières techniques se caractérisent plus par une échelle locale de production, un contrôle démocratique des utilisateurs et un impact minimal sur la nature, alors que les secondes, la voiture par exemple, sont le contraire, autrement dit sont globales, non démocratiques et ont un fort impact sur la nature (Pickerill, 2003, p.37-41).

Or, remarque Pickerill, il semble que la technique informatique soit une technologie dure, que les environnementalistes en sont conscients, mais qu'ils l'acceptent et l'utilisent quand même. Ils dépassent donc une position idéaliste pour être plus pragmatiques. Beaucoup de raisons différentes expliquent cette appropriation de la technique informatique (Pickerill, 2003, p.41-45).

Tout d'abord, les environnementalistes arrivent à justifier cet usage par un usage pragmatique, majoritairement en soulignant le besoin de rester efficace par rapport à la société, donc de ne pas s'isoler en coupant les ponts avec la vie moderne, et parce que l'usage des techniques informatiques dans leur cas leur permet globalement de réduire les impacts sur la nature plutôt que de les augmenter. Ensuite, les environnementalistes agissent de telle manière qu'ils puissent définir les techniques informatiques en tant que technologie douce. Majoritairement, ils cherchent ainsi à utiliser ces techniques de façon écologique en réduisant tant la consommation de matériel (recyclage, réparation, etc.) que la consommation électrique (achat de matériel performant, mise hors tension, etc.) (Pickerill, 2003, p.45-51).

Un facteur clé dans les deux cas de justifications, l'argumentation environnementale comme l'utilisation verte, semble être le contrôle que les environnementalistes sont susceptibles d'avoir sur cette technique. En effet, tant en ce qui concerne le matériel, qu'ils peuvent déconstruire ou alimenter avec de l'électricité verte, qu'en ce qui concerne les programmes informatiques, comme les programmes *open source*, les environnementalistes sentent qu'ils ont le contrôle sur cette technique. Ils peuvent donc plus facilement la définir comme une technologie douce, qu'ils peuvent utiliser de façon écologique et qui est démocratiquement contrôlée (Pickerill, 2003, p.52-56).

Pickerill (2003) note que ce changement dans la façon de percevoir la technique, à travers le cas des techniques informatiques, est important parce que, si les environnementalistes ne sont pas les seuls concernés, ils sont les plus à même de prendre conscience du paradoxe de l'utilisation de

techniques polluantes pour réduire les impacts environnementaux. La façon dont ils résolvent ce paradoxe, des activistes aux ASBLs, sert donc de modèle pour le reste de la société (Pickerill, 2003, p.37).

On peut néanmoins ajouter que d'autres mouvements sociaux sont également concernés par ce type de paradoxe. En effet, Pickerill note que le rejet des techniques par les environnementalistes se fait notamment à partir de critères sociaux. Or, il existe également des mouvements sociaux qui ont comme thématique centrale un problème social, tel que l'égalité Nord-Sud. Ces mouvements sociaux font donc face au même paradoxe que les environnementalistes, mais avec une emphase sur sa dimension sociale. Par exemple, Strange (2011) étudie le cas de pétitions internationales pour une meilleure justice dans le commerce mondial et note l'inégalité Nord-Sud qui existe entre les associations dans la gestion de ces pétitions.

3.2. Les mouvements sociaux sont plus efficaces

Les composantes les plus non hiérarchiques de la mobilisation citoyenne sont une partie des mouvements sociaux (voir par exemple Diani, 2000 ; Diani et Donati, 1999). Les mouvements sociaux sont une partie de la société dans sa dimension de société civile. En tant que tels, ils acquièrent principalement du relief face à ce qui n'est pas la société civile, à savoir l'État et les marchés (Chu et Thang, 2005, p.850). On peut souligner l'importance de cette relation et l'importance du contrôle sur les médias par l'État en rappelant l'événement précis qui a conduit finalement à la chute du mur de Berlin. Cet événement était simplement la mécompréhension généralisée d'un message officiel de la République démocratique allemande (RDA) concernant un changement dans la façon de délivrer le visa pour la République fédérale d'Allemagne. Suite à cette mécompréhension, autrement dit cette perte de contrôle de la RDA sur son propre message, des milliers de berlinois sont descendus dans les rues et le mur est finalement tombé, après des années et des années d'une censure extrêmement forte.

Or, comme nous l'avons constaté, la première conséquence que nous avons remarquée, un phénomène important pour les mouvements sociaux, est le fait que ces derniers ont gagné plus de pouvoir vis-à-vis de leurs opposants, les secteurs économique et politique, avec l'adoption d'internet. L'explication de ce phénomène pour Pickerill et Garrett était que le mouvement environnemental a acquis un meilleur contrôle des médias, que les contrôles extérieurs ont diminué, que le mouvement a disposé de plus de tactiques pour noyer ses opposants et enfin que le déploiement de ces tactiques se fait plus vite que pour les opposants. Mais comment expliquer ces raisons-là, autrement dit comment expliquer la liberté que les mouvements sociaux trouvent sur internet ?

Un retour sur la création de l'internet en tant que technique, sur son histoire spécifique ainsi que sur ses caractéristiques techniques explique cette liberté. Il est en effet admis que la création de techniques correspond en général à une plus grande liberté d'expérimentation et d'utilisation, correspondant à une utilisation citoyenne et non commerciale de celle-ci. Ainsi, comme on l'a vu¹⁵, dans le cas d'internet, les deux groupes sociaux qui sont à son origine sont d'une part, jusqu'au début des années 90 et sa diffusion pour le grand public, des scientifiques, et d'autre part, par après, des hackers, des passionnés qui bricolent dans leur garage. L'usage commercial n'est venu qu'ensuite, en partie en exploitant les ressources créées par ces communautés, par exemple les bases de données scientifiques partagées sur le réseau. Cet usage est donc également venu en supplément de ces utilisations premières, et non en remplacement. Par conséquent, le réseau internet s'est développé tout en continuant à être fort marqué par cette origine amateur, alternative. La rhétorique libertaire selon laquelle la nouvelle technique permettrait un nouveau mode de sociabilité, rhétorique commune à d'autres nouvelles techniques, est restée active car réelle, contrairement justement à ces autres médias, comme la radio au début du 20e siècle (Flichy, 2000).

Cependant, plusieurs chercheurs ont aussi mis en évidence que la grande liberté d'utilisation d'une technique existait grâce à une lutte continue pour défendre la liberté citoyenne et correspondait surtout à la phase de création et de diffusion de la technique, et que, par après, cette liberté avait tendance à disparaître (Flichy, 2000 ; Garrett, 2006, p.213). On peut donc légitimement se demander si, depuis lors, la situation n'aurait pas largement changé ? Il semble qu'il n'en est rien. En effet, d'une part, les études les plus récentes notent que le phénomène perdure (voir par exemple Drezner, 2010). D'autre part, des phénomènes encore plus contemporains incitent à penser que les milieux contre-culturels d'aujourd'hui sont encore intimement liés à l'internet. Ainsi, le groupe de hackers « Anonymous » fait régulièrement parler de lui dans des actions spectaculaires, comme dernièrement la publication d'une liste de pédophiles (LaLibre.be, 2012). Les révolutionnaires arabes étaient de grands utilisateurs de Facebook et des autres réseaux sociaux. Mais le phénomène le plus probant dans ce domaine est sans doute l'apparition et la réussite du parti Pirate, un parti dont le programme politique est très centré sur l'internet, dans plusieurs pays européens, particulièrement en Allemagne et en Suède¹⁶. En d'autres termes, la branche alternative de l'internet reste aujourd'hui très forte, de façon rhétorique comme réelle, bien que cette liberté sur internet soit toujours à reconquérir et à protéger, du fait de la nouveauté même de la technique, dont le contrôle est encore en négociation.

15 P.6.

16 Cfr. Wikipédia.org, 2012 pour un résumé synthétique des chiffres exactes de progression du parti dans ces différents pays.

Il faut rappeler que cette activité n'est pas non plus miraculeusement démocratique. Beaucoup de « mais » sont à ajouter à la suite de la proclamation de l'internet comme terre de liberté. D'abord, tous ne profitent pas du même accès matériel *ou culturel* aux nouveaux médias. Les plus mal lotis restent de ce point de vue les défavorisés de la société, nouveaux illettrés de la société numérique, ce que de nombreux chercheurs ont appelé la « fracture numérique » (Chadwick et Howard, 2009, p.425).

Ensuite, comme on l'a vu, internet permet de soutenir l'activité citoyenne, mais à côté de l'activité économique. La liste des principaux sites consultés sur le web, fournie par Google, révèle ainsi que la large majorité de ceux qui tiennent les premières places sont des sites commerciaux¹⁷.

Enfin, même issue de la société civile, toute action n'est pas forcément démocratique. Ainsi, nous avons déjà noté la difficulté d'avoir une réelle mise en place d'outils participatifs dans les associations, notamment suite à notre expérience personnelle sur ce sujet (Van Laethem, 2012). Pourtant, d'autres signes ne trompent pas, comme Pickerill l'avait mis en évidence en s'intéressant à la thématique de l'inclusion ou de l'exclusion, qu'elle soit matérielle ou culturelle (2003, p.61-76) . Bien d'autres le montrent également de façon différente, par exemple en remarquant à diverses reprises qu'un forum, même vivant, n'est le fait que d'un groupe de gens plus actifs (Thu et Chang, 2005, p.859 ; Petray, 2011, p.931-932), ou que l'activité des réseaux sociaux n'est en fait créée principalement que par quelques individus (DemandForce, 2012). Cette liberté ne profite pas non plus à tous les pays de façon égale, et il faut donc à nouveau rappeler qu'une technique ne saurait avoir un usage unique déterminé, mais que les façons de se l'approprier comptent aussi énormément. En effet, les États autoritaires ont été à même de contrôler de façon drastique internet (Drezner, 2010).

Malgré tout et pour clore cette question, comme le montre le cas de la radio, le fait qu'un média populaire reste un vecteur de l'agitation sociale et des contre-mouvements est en soi remarquable. Cet avantage profite particulièrement à la société civile, donc y compris aux mouvements sociaux et, au sein de ces mouvements, au mouvement environnemental dans ses trois dimensions. Mais au sein de ces mouvements, c'est la branche la plus libertaire, la plus citoyenne, celle des mouvements sociaux à strictement parler, celle des associations non-hiérarchiques, qui profite le plus de cette liberté.

¹⁷ Google lui-même n'y figure pas, mais est évidemment dans les premiers, puis viennent Facebook, YouTube, Yahoo, ... avec l'exception de Wikipédia, en 6^e place (Double Click Ad Planner, 2011).

3.3. Nouveau média, pour une nouvelle société ?

On la vu, la troisième conséquence que Pickerill et Garrett mettent en évidence est le fait qu'internet est un média supplémentaire. Nous pensons que pour aborder cette question de façon correcte, il faut dans un premier temps admettre pleinement ce fait et expliquer en quoi internet en tant que média prend une place particulière parmi les autres médias. Dans un second temps, comme les mouvements sociaux ne sont pas les seuls affectés par ce changement, mais que la société dans son ensemble le subit, il semble pertinent d'aborder les conséquences pour l'ensemble de la société. Dans un troisième temps, cela permettra de retourner aux conséquences pour les mouvements sociaux, en tant qu'éléments à part entière de la société.

I. Internet comme nouveau média

Internet est avant tout un moyen de communication. Ainsi, il prend place aux côtés des anciens moyens de communication parce que, comme nous l'avons vu lors de la présentation de l'internet, celui-ci a plusieurs avantages, même si chaque personne n'arrive pas à profiter de tous ceux-ci en même temps : rapidité, bon marché, flexibilité, grande capacité de manipulation de données, facilité d'utilisation. Earl et Kimport ont ainsi même mis en évidence le résultat le plus sûr des études sur l'internet : internet est bon marché et permet de communiquer rapidement et largement (Earl et Kimport, 2009, p.226).

Mais internet a également des désavantages, même si peu de personnes se préoccupent réellement de ceux-ci (Garrett, 2006, p.218). Pickerill notait que pour le mouvement environnemental, les principaux désavantages de l'internet étaient premièrement que l'utilisation de l'internet restait dépendante d'un accès pas toujours aisé à du matériel de qualité, soit trop cher, soit disponible en quantité insuffisante. Deuxièmement qu'internet manquait parfois de sécurité. Troisièmement que l'audience de l'internet n'était pas toujours facile à cerner, notamment en ce qui concerne les sites web, ou à atteindre, en raison de la grande liberté des utilisateurs leur permettant éventuellement de rester en vase clos. Quatrièmement que l'activisme sur internet et la consultation compulsive d'informations peut servir à déculpabiliser de ne rien faire de concret. Cinquièmement, que les réseaux sociaux créés uniquement par l'internet restent trop faibles pour réellement être des réseaux sociaux susceptibles d'être mobilisés dans le cadre d'une mobilisation citoyenne¹⁸. Enfin et sixièmement, que les personnes qui *in fine* s'impliquent concrètement le font parce qu'elles sont informées par plusieurs canaux, et non par un seul, que ce soit par internet ou par un autre média (Pickerill, 2003, p.108-113).

¹⁸ Il faut remarquer que nous limitons nos propos aux seuls liens sociaux autour de la mobilisation. Il est en effet de plus en plus reconnu que des communautés créées sur l'internet peuvent avoir des relations sociales « épaisses ». Seulement, ces communautés semblent émerger d'autres activités que l'activisme politique, telles que les jeux vidéo *online*. Pour plus d'informations, voir Marquet et Janssen (2012).

Ainsi, comme internet n'est pas un moyen de communication miraculeux, les autres moyens de communication ne sont pas prêts de disparaître simplement. Internet ne remplace pas les anciens moyens de communication, mais s'intègre plutôt à eux, les complétant et créant de nouveaux usages (Pickerill, 2003, p.93-101 et 129-131 ; Van Laethem, 2012). D'ailleurs, le résultat de l'action d'internet pour réaliser un objectif est souvent dur à évaluer, justement parce que l'internet n'est pas utilisé seul et n'est pas utilisé de façon très différente des autres moyens de communication. (Pickerill, 2003, p.91-117). Internet est donc d'abord et avant tout un moyen de communication *supplémentaire*, avec ses avantages et ses défauts. Par exemple, il permet certes d'accroître la sphère publique (Chu et Tang, 2005), mais avant tout parce de nouveaux espaces de communication sont créés et ajoutés aux anciens¹⁹.

En tant que média, il n'est pas utilisé uniquement par les mouvements sociaux. C'est ce que nous allons voir maintenant, avec les conséquences de son utilisation pour la société en général.

II. Une nouvelle société ?

Les changements au sein des mouvements sociaux peuvent également être dus à des changements de l'ensemble de la société au sein de laquelle ces mouvements prennent naissance. Chacun des changements qui sera évoqué ici n'est pas spécifique au mouvement environnemental, mais concerne l'ensemble de la société. Cela est intéressant dans notre cas car les associations ont aussi à évoluer avec la société. Il arrive toutefois que des groupes sociaux soient comme en décalage avec leur temps, soit en avance, soit en retard. La sociologie a théorisé ce phénomène dans les théories de l'innovation (par exemple Gaglio, 2011). Notre question n'est cependant ni de montrer ce processus, ni de situer les différents acteurs sur une ligne du temps évolutionniste. Nous allons donc simplement montrer ici les directions actuelles des changements au sein de la société, en nous basant sur le travail de synthèse d'Andrew Chadwick (2006, p.22-36). Chacun des points abordés est très riche et pourrait donc faire l'objet d'une analyse nettement plus développée. Ce n'est cependant pas l'objet principal de notre mémoire et nous devons donc nous limiter à résumer les principales théories sur ces sujets, sans pouvoir rentrer dans tous les détails de chaque sujet.

a. Une société mondialisée

La première direction de changement est la mondialisation de la société. La mondialisation est le phénomène selon lequel les échanges se font à une échelle mondiale, terrestre. Le fait que certains échanges se fassent à un niveau mondialisé n'est cependant pas exclusif d'échanges à d'autres niveaux, nationaux ou régionaux par exemple. La mondialisation n'est pas non plus exclusive d'inégalités entre les acteurs impliqués dans les réseaux. La mondialisation est donc la

¹⁹ Comme nous l'avons noté, la part de marché de la télévision chez les jeunes diminue aujourd'hui, mais elle ne disparaît pas. De même, la télévision n'a pas fait disparaître la radio, la radio n'a pas fait disparaître les journaux, *etc.*

connexion de plus en plus poussée de réseaux locaux à une sphère d'influence plus grande. La mondialisation est par conséquent un phénomène qui peut progresser, intégrant de nouvelles dimensions sociales, même inégales, dans un cadre global, ou qui peut régresser, isolant des noyaux ou des agrégats, coupant les ponts qui s'étaient établis (Grataloup, 2010 ; Chadwick, 2006, p.27-28).

Ce phénomène de mondialisation est en progression sur l'échelle longue de l'humanité, puisque l'homme a grandement perfectionné ses moyens de transport comme de communication. La mondialisation n'est donc pas avant tout un phénomène lié à l'internet, mais bien à la découverte de la navigation en haute mer, de la machine à vapeur, des ondes électromagnétiques, *etc.* (Grataloup, 2010). De même, le registre médiatique mondialisant des écologistes est plus ancien que l'internet, car il remonte à la création même du mouvement environnemental moderne dans les années 60 (Ollitrault, 1999). En effet, le mouvement environnemental né à cette époque est issu notamment de la prise de conscience de la globalité des menaces environnementales (Rootes, 2004, p.613-615).

L'internet est donc une étape supplémentaire de la mondialisation. À ce titre, les conséquences ne sont donc pas uniquement limitées au mouvement environnemental, mais bien à l'ensemble de la société, comme l'emploi ou les médias (Castells, 2010).

Ainsi, la structure d'opportunités politiques, à savoir l'ensemble des institutions sur lesquelles les mouvements sociaux peuvent faire pression, s'est internationalisée, et le grand public réagit dorénavant en partie comme une audience mondiale, les problèmes environnementaux chinois ou brésiliens intéressant également des écologistes américains, européens ou japonais (Garrett, 2006, p.213-215). Par conséquent, le mouvement environnemental, comme les autres mouvements sociaux, est devenu plus international (Chadwick, 2006, p.124-129), justifiant, par exemple, la création de la catégorie des organisations internationales dans les typologies des mouvements sociaux (par exemple, celle de Diani, 2000).

D'autre part, comme nous l'avons déjà fait remarquer, la mondialisation est un phénomène graduel, avec différents niveaux d'intégration. Ainsi, internet n'est pas non plus d'emblée un réseau entièrement mondialisé. Par exemple, au sein des *mailing lists*, les réseaux les plus internationaux ont une identité plus ouverte, bien que plus faible, alors que les *mailing lists* plus locales ont une identité collective plus forte (Kavada, 2009). Des différences nationales demeurent également. Par exemple, la gestion du réseau est culturellement et techniquement différente, même entre deux pays très proches comme la France et la Belgique (Scherrer, 2005). Un autre exemple plus flagrant est celui de la Chine, qui a bloqué les connexions aux sites Twitter et Facebook. En réaction, des sites aux fonctions équivalentes sont nés, mais seulement pour la population chinoise (BBC, 2012). Enfin, l'usage de langues différentes empêchent encore bien souvent la communication universelle

sur internet, même lorsqu'elle est recherchée, comme c'est le cas dans l'organisation d'événements internationaux (Saeed, Rohdde et Wulf, 2011). On peut d'ailleurs nous-mêmes facilement en faire l'expérience lorsque nous utilisons un outil aussi commun que Google pour faire des recherches. En effet, Google est par défaut configuré pour tenir compte de la localisation de l'utilisateur ainsi que de sa langue d'utilisation. Par conséquent, les résultats donnés par Google, loin d'ouvrir la perspective sur la diversité mondiale, ne font au contraire que refléter le cadre culturel de son utilisateur.

b. Une société plus décentralisée

Une seconde conséquence qui touche l'ensemble de la société est la modification de l'importance des formes organisationnelles comme on les connaissait. En effet, pour certains chercheurs, un changement sociétal qui aurait eu lieu avec internet serait la modification de la frontière entre vie privée et vie publique, avec pour conséquence une fluidification de l'initiation d'action collective et une importance moindre des organisations stables (Bimber, Flanagin et Stohl, 2005).

Ils auraient mis en évidence que ce moyen de communication avait pour conséquence un déplacement des frontières auparavant existantes entre le domaine de la vie privée et le domaine de la vie publique. Il se trouve en effet que, de plus en plus, ce qui avant internet était considéré comme de la vie privée, parce que l'obtention et la divulgation de ces informations auraient été considérés comme hautement intrusifs, est aujourd'hui considéré comme du domaine de la vie publique. L'exemple et le rôle de réseaux sociaux comme Facebook est de ce point de vue flagrant, puisque de nombreuses personnes ne comprennent pas comment on peut autant exposer sa vie privée, révélant la fracture existante entre des conceptions différentes de la limite entre vie privée et vie publique (Bimber, Flanagin et Stohl, 2005).

Les trois chercheurs analysent que la conséquence de ce changement de la frontière entre vie privée et vie publique pour la réalisation d'actions collectives est que l'identification de points communs, particulièrement entre un groupe de personnes ne se connaissant pas antérieurement, se fait désormais plus facilement. Par conséquent, le passage à l'action collective en vue de défendre des intérêts communs se fait désormais sans avoir besoin de quelques individus fortement engagés pour lancer l'action initiale et sans qu'il ne soit nécessaire d'utiliser une organisation sociale lourde, telle qu'une organisation formelle existante depuis de nombreuses années (Bimber, Flanagin et Stohl, 2005). Cette théorie expliquerait donc un changement dans la façon de mobiliser, une fluidification de cette mobilisation. Elle rendrait par exemple compte des observations selon

lesquelles internet permet de se mobiliser pour des causes communes sans avoir une idéologie forte en commun (Chadwick, 2006, p.135-136) ou l'apparition des bases de données créées de façon collective, telles que la plate-forme « Observations.be » en Belgique²⁰ ou Wikipédia.

Cependant, même si cette thèse est séduisante, nous n'avons pas trouvé d'autres travaux de ces auteurs l'étayant réellement par des recherches empiriques, par exemple une recherche sur l'évolution historique de la limite entre vie privée et vie publique. Comme on l'a vu avec l'étude des typologies des modes d'action des mouvements sociaux, les trois auteurs semblent plutôt par après avoir tenté de généraliser leur modèle à l'ensemble des fonctions de la communication (Flanagin, Stohl et Bimber, 2006). En poursuivant leur réflexion dans ce sens, ils en sont progressivement venus à la conclusion qu'internet a surtout permis, par sa flexibilité d'utilisation, à des formes d'organisation non hiérarchiques d'avoir autant de chance de voir le jour que des formes hiérarchiques (Bimber, Stohl et Flanagin, 2009).

Par conséquent, ils appuient l'observation qu'en vertu du fait que l'internet est un média décentralisé, la société de l'internet serait également une société plus décentralisée. Cet effet serait différent de celui de l'avantage compétitif des mouvements sociaux en ce qu'il concernerait le fait d'être organisé de façon hiérarchique en général, que ce soit pour le secteur économique ou le secteur politique. Une des conséquences serait par exemple le renforcement de la tendance vers la gouvernance en politique, autrement dit une gestion politique de moins en moins *command and control*, et de plus en plus dans la négociation. Les limites de cette décentralisation ne sont cependant pas claires, dans la mesure où de nombreuses études révèlent aussi la persistance d'acteurs clés dans l'organisation de la vie numérique (Chadwick, 2006, p.22-24 et 31-32).

Toutefois, d'autres phénomènes indiquent en tout cas un changement de compréhension dans la manière dont on comprend la société. En effet, les études sur l'internet ont invalidé la thèse selon laquelle des contacts face à face sont nécessaires à la construction d'une action commune. De plus, ces études ont également permis de montrer l'importance des liens sociaux faibles dans la construction d'un réseau social, quel qu'il soit. Ces liens peuvent être tant ceux que l'on multiplie sans réellement s'y attacher que ceux que l'on sait pouvoir utiliser, même s'ils sont seulement à l'état latent pour un temps (Chadwick, 2006, p.139-140).

20 Plate-forme numérique de collectivisation des observations des oiseaux et autres animaux, qui fonctionne principalement pour les Pays-Bas et la Belgique, et qui a permis de multiplier peut-être jusqu'à dix fois le nombre d'observations récoltées par des associations comme Natagora (Van Laethem, 2012).

c. Une société individualiste en danger ?

Une troisième direction de changement de la société dans son ensemble est le probable déclin de la sociabilité et la montée de l'individualisme. Stolle et Hooghe (2005), dans un article de synthèse sur la question, nous apprennent en effet qu'il y a actuellement une inquiétude à propos d'un déclin mondial de la participation à la vie sociale en général depuis les années 60 (Stolle et Hooghe, 2005). Ils nous apprennent que cette thèse majeure a été exprimée de façon la plus pertinente par Putnam dans son livre *Bowling Alone* (2000). Selon lui, la participation à la vie sociale serait en diminution dans les sociétés occidentales suite à une montée de l'individualisme, et cela serait dangereux pour la démocratie. D'une part, d'autres études confirment l'interprétation de Putnam, par exemple l'étude de Bozonet (2004), qui montre l'individualisation de l'action environnementale. Cette étude nous apprend également que si la thèse de Putnam était vraie, elle affecterait toutes les dimensions de l'action collective, du groupe d'intérêt au mouvement social, en passant par les ASBLs. D'autre part, d'autres études, basées sur d'autres indicateurs, confirment sinon l'interprétation, du moins le phénomène de changement de nature de l'activité citoyenne. Ces études constatent ainsi une décroissance des formes de participation politique classiques chez les jeunes, comme l'adhésion à un parti, sans que cela soit spécialement lié à l'internet, puisque de nombreux indicateurs indiquent l'existence de cette tendance avant sa diffusion grand public (Bennett, 2008).

Néanmoins, Stolle et Hooghe rappellent que l'argument selon lequel les jeunes seraient moins impliqués que leurs aîeux dans la vie active est récurrent, puisque, par exemple, il existait déjà à l'époque de Condorcet (Stolle et Hooghe, 2005, p.149). En face de cette thèse majeure, Stolle et Hooghe expliquent donc que quatre interprétations ou oppositions sont nées, et que les chercheurs qui s'intéressent à cette question ne partagent donc pas tous le même avis sur les conséquences de cette modernité. La première thèse opposée contredit la thèse de Putnam en soulignant la non-pertinence des indicateurs choisis. La seconde limite la pertinence de la thèse de Putnam à l'Amérique. La troisième postule que d'autres formes de participation non classiquement étudiées ont pris le relais des formes classiquement étudiées. La quatrième accepte la thèse de Putnam, mais refuse la conclusion selon laquelle le manque de participation classique serait un danger pour la démocratie. Eux-mêmes, Stolle et Hooghe, ne tranchent pas en faveur de l'une de ces théories, mais appellent à plus d'études sur la question (Stolle et Hooghe, 2005). Ce genre de débat est en effet loin de pouvoir se réduire à des liens de causalité simples, tels que l'idée selon laquelle le fait d'être plus jeune et plus éduqué conduirait *ipso facto* à un engagement distancié. Le cycle de vie a par exemple une influence non négligeable, notamment dans le fait de devenir avec l'âge plus

critique et moins radicale dans ses prises de position (Hustinx et Lammertyn, 2004). Or, nous ne sommes pas sans savoir les sociétés occidentales sont des sociétés vieillissantes, là où les sociétés des pays émergents sont des sociétés plutôt jeunes.

Sans entrer plus loin dans le débat interprétatif, voire normatif, de savoir si ces changements sont bons ou mauvais pour la démocratie, on peut néanmoins simplement souligner l'existence aujourd'hui d'études plus poussées reconnaissant l'existence de formes d'activisme non conventionnelles, notamment liées à l'internet, comme le fait de « militer » en faveur d'artistes ou contre des entreprises (Bennett, 2008 ; Earl et Kimport, 2009). Ces thèses s'inscrivent dans l'interprétation sociologique générale, défendue par des auteurs comme Ronald Inglehart, Anthony Giddens, Ulrich Beck, Alberto Melucci, Lance Bennet ou encore Pippa Norris, selon laquelle les sociétés occidentales sont post-industrielles, autrement dit que les préoccupations des citoyens ne sont plus uniquement matérielles, mais également culturelles, et qu'en tant que tel leurs expressions politiques sont différentes (Chadwick, 2006, p.29).

d. Une société plus rationnelle et ses nouveaux acteurs

Enfin, une quatrième conséquence de l'internet sur la société serait une rationalisation des processus de décision. Le traitement de plus en plus d'informations permettrait en effet de laisser de moins en moins de place à la croyance, et de plus en plus à la planification et à la gestion (Chadwick, 2006, p.30-31). David Karpf (2012), dans son livre *The MoveOn Effect*, décrit ce phénomène en reprenant la différence établie par le chercheur Clayton Christensen (1997) entre deux types d'innovations. Ces deux types sont, d'une part, l'innovation en continuité : « Sustaining innovations offer incremental performance improvement in an existing field of production » (Karpf, 2012, p.17), et ,d'autre part, l'innovation en rupture : « Disruptive innovations foster the rise of a competing field of production » (Karpf, 2012, p.17). Cette seconde innovation conduit alors à de tels changements organisationnels, tant par l'apparition de nouveaux acteurs que par de nouvelles pratiques, que les acteurs eux-mêmes reconnaissent vivre un changement générationnel. La thèse de David Karpf est qu'internet est précisément aujourd'hui une innovation de rupture. Il soutient qu'une révolution générationnelle est en train de se produire dans plusieurs milieux, comme celui de la presse ou de la musique. (Karpf, 2012, p.16-18). Il apparaît donc que, dans notre ordre des nouveautés, cette dernière est la plus radicale, car elle suppose non pas simplement un ajout, mais bien le remplacement des organisations auparavant existantes.

Dans le cas des organisations citoyennes politiques, le sujet d'étude de son livre, David Karpf appuie sa démonstration sur l'histoire de ces organisations. Celle-ci comme nous l'avons déjà remarqué, comprend notamment le phénomène de l'« interest group explosion » vers la fin des

années 60, début des années 70. La base de cette révolution générationnelle, au sein des groupes d'intérêt, à cette époque, est d'une part un changement social, et d'autre part un changement technique dans le coût et la disponibilité de l'information, notamment une meilleure gestion des bases de données. Une des conséquences de cela fut que les anciennes associations, définissant le fait d'être membre par le fait de participer à des activités, ont laissé la place à de nouvelles associations, définissant le fait d'être membre par l'unique fait de payer une cotisation. Ces nouvelles associations étaient également caractérisées par un discours basé sur l'expertise et une implantation géographique proche des lieux de pouvoirs, par exemple aux États-Unis autour de Washington. David Karpf résume toutes ces différences dans un tableau (voir figure 8). Cependant, il note également que ce changement n'est pas non plus un changement brusque et radical, mais plutôt une description heuristique du phénomène. En effet, d'une part on retrouve des traces de cette configuration organisationnelle dès la fin du 19^e siècle, d'autre part un ensemble d'associations à une époque donnée présente une grande diversité de profils qui ne se laissent pas réduire à un seul modèle organisationnel (Karpf, 2012, p.24-27).

Era	First Generation (1800s-1960s)	Second Generation (1970s-early 2000s)	Third Generation (2000-present)
Membership Type	Identity-Based	Issue-Based	Activity-Based
Typical Activities	Attending Meetings, Holding Elected Office, Participating in Civic Activities	Mailing Checks, Writing Letters, Signing Petitions (Armchair Activism)	Attending local meetups, Voting online, Submitting User-Generated Content
Funding Source	Membership Dues	Direct mail, Patron donors, Grants	Online appeals, Patron donors, Grants
Dominant Organization-Type	Cross-Class Membership Federations	Single-Issue Professional Advocacy Orgs	Internet-Mediated Issue Generalists

Figure 2.1 Core Features of Three Generations of Political Associations

Figure 8 : Caractéristiques principales des trois générations d'associations politiques.
Source : Karpf, 2012, p.26.

David Karpf trace un parallèle entre ce qui se passe actuellement et ce phénomène de l'« interest group explosion » qui s'est déroulé au tournant des années 60 et 70. Il tente de montrer en quoi de nouvelles organisations, principalement basées sur l'internet, constituent radicalement de

nouvelles formes d'associations. Il y arrive particulièrement bien pour les associations comme « MoveOn » aux USA, c'est-à-dire les associations les plus similaires à l'idéal-type du groupe d'intérêt, puisqu'il dispose d'un point de comparaison fort, à savoir l'histoire de ces associations. Malheureusement, il ne dispose pas de tels points de comparaison historiques sur une longue période pour les autres types d'organisations, comme les blogs, et son discours s'en trouve par conséquent nettement déforcé (Karpf, 2012). Nous allons donc surtout développer cette bonne comparaison entre les groupes d'intérêt comme ils ont existé jusqu'ici et MoveOn, qui de plus illustrera des conséquences des autres changements sociétaux, et rapidement résumer les autres comparaisons, qui s'assimilent d'ailleurs plus à des descriptions.

Karpf utilise quatre critères pour sa comparaison de l'ancien et du nouveau modèle des groupes d'intérêt, basée sur le cas de MoveOn, à savoir : 1) le modèle organisationnel, 2) la définition du fait d'être membre d'une association, 3) les activités menées et 4) les tactiques de collecte de fonds. Nous allons passer en revue chacun de ces critères et décrire en quoi une différence existe.

Premièrement, l'association MoveOn a une forme organisationnelle très spécifique. D'abord, elle a très peu de personnel permanent. Lorsque l'association a besoin de plus de personnes, elle les recrute pour une durée limitée, en fonction de ses besoins. Ensuite, elle garde délibérément une forme organisationnelle complètement virtuelle, puisqu'elle ne s'appuie sur aucun bureau fixe. Elle maintient donc une infrastructure permanente minimale. Enfin, ce peu de personnel combiné avec cette structure virtuelle permet aux personnes travaillant de façon permanente de travailler de façon peu, voire pas, hiérarchique, avec une réelle fluidité dans l'affectation des personnes aux diverses fonctions (Karpf, 2012, p.30-31).

Ce cas montre qu'il est certainement vrai qu'aujourd'hui des petites organisations virtuelles de très petites tailles peuvent exister et être puissantes, comme de nombreux chercheurs ont mis en évidence par ailleurs (e.g. van den Broek *et al.*, 2012, p.5 ; Chu et Tang, 2005, p.852 ; Pickerill, 2003). Malgré tout, ce fait ne remet pas en cause d'autres réalités, telles que le fait que toutes les petites associations ne sont pas aussi puissantes les unes que les autres, et que les plus importantes récoltent beaucoup plus de ressources, notamment financières (Merry, 2011).

Deuxièmement, au niveau du *membership*, Karpf note que le coût de la communication par internet favorise le fait d'avoir beaucoup de membres. En effet, le coût marginal de la communication par e-mail avoisine le 0, le fait d'envoyer un mail à 10, à 100 ou à 1000 personnes revenant pratiquement au même en termes de coût. Par conséquent, contrairement au fait d'envoyer des lettres, qui doit lui être rentabilisé, il n'est pas important pour MoveOn d'avoir à communiquer

avec de nombreux membres qui ne sont que faiblement impliqués et qui ne feront probablement pas de dons à l'association, parce que le coût de cette communication est dérisoire. Karpf note donc que là où la définition d'un membre par les groupes d'intérêt classiques, des années 60 à nos jours, était le fait de payer sa cotisation, la définition d'un membre chez MoveOn est le fait de simplement recevoir des e-mails, autrement dit d'être enregistré dans les bases de données après avoir pris part à au moins une des actions de l'association. De plus, ce faible coût de la communication permet d'utiliser des « mails tests », uniquement destinés à connaître, par exemple, leur taux d'ouverture. Cela permet ainsi d'obtenir des feed-backs rapidement et à bon marché, autrement dit d'avoir des mécanismes de feed-backs plus efficaces que l'utilisation d'une enquête classique. Cette large base de mobilisation entraîne aussi la possibilité de diversifier les thèmes d'action, parce qu'il n'y a pas le besoin de se limiter à un sujet très précis, comme l'environnement ou la liberté d'expression, pour limiter les communications à des membres fortement impliqués, donc rentables (Karpf, 2012, p.31-33).

Troisièmement, au niveau des activités menées, l'association se distingue également des groupes d'intérêt classiques. D'abord, l'association, contrairement à certaines critiques, ne mène pas que des actions à faible taux d'engagement, comme signer des pétitions, mais organise également des activités qui demandent un fort engagement. Ensuite, il y a un engagement démocratique passif constant, car au moyen des outils d'analyse de l'audience, l'association est à même de connaître beaucoup plus précisément qu'avant les désirs de ses membres. De la même façon, l'association conduit également des enquêtes explicites auprès de ses membres pour connaître leurs opinions. Cela est à comparer avec les anciens mécanismes de feed-backs démocratiques, à savoir respectivement pour les fédérations de membres et les groupes d'intérêt les conventions ou les enquêtes par courrier, qui étaient plus lents et moins fréquents, donc moins efficaces. Enfin, l'association MoveOn a également des groupes d'activistes à une échelle locale, à nouveau dépassant le stade d'associations qui ne s'occupent que de pétitions (Karpf, 2012, p.33-40).

Le fait que MoveOn puisse utiliser ces mécanismes de feed-backs s'inscrit dans une tendance plus large d'abondance et d'exploitation de l'information. Il y a eu, en effet, un essor considérable de la quantité d'informations produite et traitée ces dernières années, conduisant à la constitution de ce que certains nomment les « big data ». Celles-ci sont devenues des ressources à part entière, dont l'utilisation commerciale est devenu un enjeu important, comme l'illustre l'exemple des revenus de la publicité engendrés par Google et Facebook. Mais bien d'autres domaines sont concernés, comme l'exploitation de gisement pétrolier en temps réel ou le choix de la période de solde idéale pour Wall-Mart (Courrier International, juillet 2012).

Quatrièmement et dernièrement, l'association MoveOn procède à son *fundraising* de façon novatrice. D'abord, elle n'utilise que l'internet. Ensuite, elle mobilise sur une base de membres très large. Enfin et surtout, elle est à même de faire appel à des financements récoltés et utilisés dans le cadre de projets très spécifiques. L'association a, en effet, d'une part la réactivité nécessaire pour organiser une campagne très rapidement en fonction de l'actualité, et d'autre part la capacité d'utiliser de tels financements ciblés, de par la fluidité de son organisation. Ce sont là deux choses que les anciennes organisations avaient du mal à faire, notamment à cause de la stabilité du personnel, et qu'elles ne faisaient donc pas ou très peu, se basant plus sur des fonds dits neutres, parce que non associés à une promesse de les utiliser dans un projet spécifique (Karpf, 2012, p.40-42).

David Karpf note aussi que ce modèle organisationnel, basé sur une petite organisation, des appels très réactifs à passer à l'action, des outils d'analyse d'audience numérique poussés et des membres définis comme abonnés à la *mailing list*, a été adopté avec succès par certaines associations monothématiques (Karpf, 2012, p.50). De façon peut-être révélatrice du fait que ce champ d'association est en construction, et non pas encore stabilisé, nous avons constaté que deux de ces associations décrites (« 350.org » et « 1Sky ») avaient récemment fusionnées pour n'en former plus qu'une nommé « 350.org » (1Sky, 2012).

Enfin, David Karpf note que le changement imposé par MoveOn n'est pas du type d'un changement en opposition aux autres groupes d'intérêt déjà existants, puisqu'au contraire l'association a plutôt tendance à collaborer avec ceux-ci, mais que la pression se fera sentir de façon indirecte, par la pression pour obtenir des fonds. Il est utile ici d'expliquer qu'en Amérique une majorité des financements pour les associations ne vient non pas de contributions publiques, comme dans de nombreux pays européens, notamment la Belgique, mais bien de personnes sur base de contributions individuelles (Salamon, Sokolowski, *et al.*, 2004, p.5). Or, explique Karpf, le modèle de financement basé sur ces contributions, la prospection directe par courrier, si elle avait été une source sûre et croissante de rentrées financières pendant les années 80 et 90, se trouve aujourd'hui comme tarie, les associations ayant de plus en plus de mal à pouvoir compter dessus. Par conséquent, certaines se tournent vers d'autres sources de financement, plus incertaines, comme le financement par un pouvoir public, tandis que d'autres essaient de tirer profit de l'internet. Or ce que démontre Karpf, c'est que les seules associations qui tirent pleinement parti de l'internet sont les associations spécialisées dans son utilisation. Par conséquent, les autres devront se restructurer pour pouvoir survivre, et il est probable que certaines disparaissent (Karpf, 2012, p.42-49).

Dans le cas de l'étude de ces évolutions, une perspective à la fois écologique et qui étudie le processus d'innovation des organisations, deux perspectives d'étude que nous avons analysées lors de l'étude des typologies existantes des modes d'action, serait probablement pertinente. Il s'agit en effet, d'une part, de rendre compte d'un changement dans la nature du flux d'énergie entrant dans l'écosystème des groupes d'intérêt et, d'autre part, de rendre compte de la réaction des organisations à ce changement. Nous n'avons cependant pas nous-mêmes l'espace de développer ces perspectives ici.

Karpf poursuit sa démonstration avec d'autres types de nouvelles organisations, comme nous l'avons déjà dit, sans que sa démonstration n'atteigne le même seuil de précision, puisqu'il ne procède pas à une comparaison systématique entre ces associations et leurs précurseurs, manquant donc à montrer où se situe réellement la nouveauté pour ces organisations. Il nous semble néanmoins nécessaire de parcourir ces autres types organisationnels, puisqu'ils touchent notamment aux mouvement sociaux proprement dits et aux ASBL. Il s'agit d'associations qui agissent comme des communautés virtuelles, de celles qui agissent comme des communautés réelles organisées par l'internet, et enfin d'une série d'associations qui ne sont pas prioritairement politiques, mais qui aident ces associations politiques à se structurer et à agir. Parmi la première catégorie, celle des communautés virtuelles, Karpf analyse l'émergence des blogs. Parmi la seconde catégorie, celle des associations qui conduisent à une action réelle sur la base d'une mobilisation virtuelle, Karpf analyse des associations qui sont nées suite à des campagnes électorales conduites principalement sur internet et qui poursuivent leurs actions par après. Parmi la troisième et dernière catégorie, celle des associations qui viennent en soutien à l'action de ces associations réellement politiques, Karpf analyse cinq types d'associations ou de structures : des groupes de réflexion faisant office d'espaces de rencontre, un portail de récolte de fonds, un événement organisé par internet et enfin quelques exemples d'entreprises apportant un support technique, comme les listes de discussion sur Google (Karpf, 2012).

III. À nouveau média, renouvellement des tactiques

Nous avons noté qu'internet était un média supplémentaire dans l'ordre des médias. Néanmoins, il faut rajouter que son importance comme média n'est pas identique pour tous. Ainsi, il se trouve que pour quelques organisations et quelques tactiques, que ce soit pour les mouvements sociaux ou pour d'autres secteurs de la société, internet est plus qu'un simple média marginal, il s'agit d'un média principal. Dans ces cas, les conséquences que nous avons notées plus haut, à savoir la mondialisation, la décentralisation, l'individualisation et la rationalisation, se remarquent particulièrement. Le répertoire d'actions des mouvement sociaux est ainsi étendu et modifié par la

traduction des anciennes tactiques sur le nouveau média. Ces deux tendances méritent une attention particulière dans le cas des mouvements sociaux, car c'est là le lieu des nouveautés les plus évidentes, car les plus rapides et les plus apparentes. Le phénomène des pétitions en ligne naît à la confluence de ces deux tendances, et nous l'étudierons en tant que tel.

De nombreux auteurs ont remarqué qu'internet avait soutenu et étendu le répertoire d'actions des mouvements sociaux, dont le mouvement environnemental (Pickerill, 2003 ; Garrett, 2006 ; Van Laer et Van Aelst, 2010). Avant de voir comment, précisons le sens du concept de répertoire d'actions. Comme il est issu des théories des mouvements sociaux, il ne s'applique qu'aux éléments réellement politisés des mouvements sociaux au sens large, c'est-à-dire les mouvements sociaux proprement dit et les groupes d'intérêt. Il a été formulé en premier par Charles Tilly (1978), et est, depuis lors, utilisé pour décrire la « distinctive constellations of tactics and strategies developed over time and used by protest groups to act collectively in order to make claims on individual and groups » (Taylor et Van Dyke, 2004, p.265).

Comment ce répertoire d'actions est-il soutenu et modifié par l'internet ? D'une part, l'internet soutient le répertoire d'actions parce qu'il est utilisé pour améliorer l'efficacité des anciennes tactiques. Par exemple, c'est le cas lorsque, lors d'une manifestation, des personnes se transmettent de l'information en temps réel afin d'éviter les présences policières. D'autre part, internet est utilisé pour étendre le répertoire d'actions, parce que les anciennes tactiques sont traduites en une tactique équivalente en ligne. Par exemple, le fait de faire un sit-in est traduit en ligne par le fait de saturer le serveur d'un site web, empêchant d'autres personnes d'y accéder, y compris les personnes de l'organisation ciblée (Pickerill, 2003, p.119-126 ; Van Laer et Van Aelst, 2010).

Il est à noter que, pour les environnementalistes, les limites de ce répertoire d'actions n'ont semble-t-il pas radicalement évolué dans leur esprit. En effet, avant internet, les environnementalistes ne pratiquaient que des actions directes dans la mesure où elles étaient notamment non-violentes, et aujourd'hui, ils continuent dans cette voie, ne recourant pas à l'hacktivisme²¹, même si une certaine sympathie envers ces formes d'action existe (Pickerill, 2003, p.124-126).

Par contre, les conditions de choix des tactiques peuvent avoir évolué. En effet, comme nous l'avons vu, les mouvements sociaux, et parmi eux plus précisément les organisations non hiérarchiques, bénéficient d'une plus grande liberté. Ils peuvent donc choisir leurs tactiques en

21 Mot formé par contraction de « hacker » et d'activisme. Les limites de l'hacktivisme ne sont pas bien définies, mais il regroupe approximativement les activités politiques perturbatrices de l'internet, telles que la diffusion de virus ou le piratage de sites web afin de revendiquer un message (Pickerill, 2003, p.124). Les principaux thèmes de combat de ce mouvement sont les sujets liés à l'internet et à la défense des libertés citoyennes sur le réseau (Chadwick, 2006, p.129-134).

fonction directement des préférences de leur public cible, sans intermédiaire entre eux et celui-ci, plutôt que de devoir cibler prioritairement les préférences des médias grand public (Pickerill, 2003, p.131-139).

Plusieurs réticences existent néanmoins quant à l'utilisation de ces tactiques en ligne. Premièrement, certaines, excessivement gênantes parce qu'allant jusqu'à toucher également des gens peu concernés, vont à l'encontre de la nétiquette, l'éthique tacite du Web selon laquelle on n'est pas sur le Web pour poser des soucis aux autres. Deuxièmement, ces activités peuvent dépasser les limites techniques et démocratiques que se fixent les environnementalistes. En effet, d'une part, les mêmes critiques que celles adressées à l'action directe peuvent être adressées contre l'utilisation de ces tactiques, à savoir qu'elles ne sont pas toujours légales et qu'elles ne sont pas toujours démocratiques, imposant à une majorité les choix d'une minorité. D'autre part, les limites techniques de ces tactiques en ligne sont mal connues, que ce soit en termes d'efficacité, malgré quelques succès flagrants, ou en termes simplement de ce qu'il est possible de faire. Troisièmement, l'utilisation de ces tactiques ne représente pas une priorité face à d'autres objectifs, car elles ne sont finalement que de simples moyens (Pickerill, 2003, p.127).

Comme on le voit, cette notion d'extension du répertoire d'actions manifeste le fait que ces nouvelles tactiques ne sont, précisément, que des extensions, donc ne sont pas radicalement nouvelles et ne supplémentent pas les façons habituelles d'agir. Elles sont plutôt des traductions des anciennes tactiques dans un nouveau milieu. De plus, une tactique n'est jamais utilisée seule, mais toujours en combinaison avec d'autres tactiques. Ainsi, les acteurs de ces tactiques en ligne ne pensent pas que l'activisme en ligne remplacerait l'activisme réel, et voient plutôt le premier comme une porte d'entrée au second (van den Broek *et al.*, 2012). On comprend donc que les nouvelles tactiques ne servent pas à justifier un discours idéalisant l'action en ligne, isolée des autres actions et à un niveau international, mais que, pour les environnementalistes, c'est bien l'ancienne action locale et réelle en faveur de la nature dont l'importance est soulignée par l'usage de telles tactiques (Pickerill, 2003, p.129-130 ; Van Laer et Van Aelst, 2010).

4. L'efficacité des pétitions en ligne

Le fait que d'une part de nouvelles organisations spécialisées dans l'exploitation de l'internet apparaissent, et d'autre part que de nouvelles tactiques pour ce milieu sont mises en place, se combinent dans le phénomène des pétitions en ligne. D'abord, comme nous n'avons fait que rapidement survoler l'état de l'art sur la question pour constater qu'il était loin d'être complet, il est utile de revenir sur la question et de procéder à un inventaire complet des études scientifiques sur le sujet. Nous tirerons de cet état de l'art les questions précises que se pose la communauté scientifique sur le sujet des pétitions en ligne, et qui permettront de détailler nos propres questions de recherche. Ensuite, en suivant une méthode précise, nous mènerons une enquête sur le sujet de l'efficacité des pétitions en ligne. Enfin, nous discuterons les résultats de cette enquête, afin d'en tirer les conséquences, d'en souligner les limites et d'ouvrir de nouvelles questions de recherche.

4.1. État de l'art

On peut classer les études publiées sur le phénomène des pétitions en ligne en plusieurs catégories. On retrouve des études qui traitent de ce sujet premièrement parmi les études larges sur l'activisme en ligne, deuxièmement parmi des études sur ce sujet précisément. Troisièmement, plusieurs études développent un point de vue critique, voire sceptique, sur ces tactiques en ligne. Enfin, quatrièmement, une étude a tenté de répondre à quelques unes de critiques, mais pas à toutes.

Premièrement, on retrouve des études consacrées à l'activisme en général et qui constatent ou quantifient le phénomène. Jennifer Earl (2006) a ainsi étudié la répartition de quatre tactiques classiques en ligne, à savoir les appels à envoyer en masse des lettres, les mêmes appels pour les e-mails, les pétitions et les boycotts. Sa méthode a consisté à générer une population de sites web abritant ou liant vers ces tactiques, puis de coder de façon quantitative la répartition des tactiques. Grâce à elle, on sait qu'il y a une petite quantité de sites généralistes d'hébergements de tactiques, spécialisés dans une seule de ces tactiques en ligne et non liés à une cause spécifique, et une grande quantité de sites qui n'abritent que beaucoup moins de tactiques et sont spécialisés dans une cause. Les premiers abritent beaucoup plus d'implémentations techniques des tactiques, bien que ce ne soit qu'à cause de quelques sites seulement. Autrement dit, quelques sites proposent, par exemple, de créer des pétitions en ligne, et sur ces sites là on retrouve des centaines et des centaines de ces pétitions, largement plus que l'ensemble des pétitions sur des sites non généralistes. Les sites généralistes sont plutôt autonomes, abritant beaucoup de tactiques et ne faisant pas beaucoup de liens avec d'autres sites. Les autres sites sont entre eux plutôt comme un réseau, tant abritant des tactiques que faisant des liens vers d'autres sites. Il se trouve que les deux types de sites ont

tendance à se spécialiser dans seulement quelques types de tactiques, que ce soit par les tactiques utilisées ou par les liens, même si les sites généralistes le font encore plus. Les tactiques les plus populaires sur les sites généralistes sont la pétition, à 60%, suivi du boycott, alors que sur les autres sites c'est en premier lieu la campagne d'envoi de lettres, à 60 %, et en second lieu les campagnes d'envoi d'e-mails. Ainsi, Earl trouve que l'utilisation de tactiques faite par les sites généralistes et celle faite par les autres sites sont exactement l'image inverse l'une de l'autre. Au niveau des liens, c'est la pétition qui est largement première, à 90 % des sites non spécialistes, suggérant une organisation en *hub and spoke*²² pour ce type de tactique, étant donné la difficulté tactique de son implantation. Le boycott semble peu populaire, quelque que soit le type de sites considéré. En général, un site n'abrite qu'une ou deux implémentations d'une tactique, avec pour seule exception le cas des sites spécialisés qui appellent à des boycotts, et les sites généralistes qui abritent des pétitions ou des boycotts. Cela semble étonnant compte tenu du fait que l'on pourrait penser que le plus coûteux est d'implémenter une première fois une tactique, et qu'ensuite les sites capitaliseraient sur leur expérience et implémenteraient de nombreuses fois la même tactique (Earl, 2006).

Deuxièmement, après des études générales sur l'activisme en ligne, on retrouve des études consacrées précisément au sujet des pétitions, et plus particulièrement des pétitions en ligne. Jean-Gabriel Contamin (2001) a réalisé une thèse sur le sujet des pétitions papier. Son problème principal était de résoudre deux paradoxes. Le premier est que les gens signent des pétitions pour un bénéfice qui ne leur revient pas. Le second que les gens signent des pétitions alors qu'ils savent que cette action est insuffisante en soi. Son principal résultat est de montrer que dans chacun des deux cas, la rationalité des acteurs de la pétition, meneurs de la pétition comme signataires, n'est pas simplement instrumentale, mais plurielle. Toutes les catégories d'acteurs ne donnent en effet pas le même sens à l'existence d'une pétition, et même au sein d'une même catégorie, plusieurs usages coexistent. Ainsi, juger de l'efficacité d'une pétition est un enjeu politique en soi (Contamin, 2001). Cette thèse a ainsi l'avantage de nous apprendre que la question de l'efficacité de la pétition n'est pas neuve, mais que les questions qui étaient alors adressées étaient différentes. Boure et Bousquet ont résumé ces questions ainsi : « est-elle une action individuelle ou collective ? Relève-t-elle de la démocratie directe ou de la démocratie représentative ? Traduit-elle l'opinion publique ou celle de groupes particuliers ? Est-elle du côté du discours ou de celui de l'action ? » (Boure et Bousquet, 2001).

Jennifer Earl a, quant à elle, continué à étudier le phénomène des pétitions en ligne sous l'angle de l'activisme non conventionnel, avec Katrina Kimport (2009). Ensemble, elles ont mis au jour et quantifié le fait qu'aujourd'hui, les pétitions sont devenues des tactiques très répandues, et

22 Une structure en « hub and spoke » signifie qu'il y a quelques points-clés, qui concentrent l'activité du réseau, et beaucoup de lien entre ces différents points.

notamment utilisées à des fins autres que strictement politiques²³. Cette utilisation est probablement due d'abord au fait que certaines formes tactiques des mouvements sociaux sont devenues « classiques » ou « traditionnelles », ensuite parce que l'automatisation de ces formes les rendent faciles à utiliser par tout un chacun, et enfin parce que le changement sociétal fait que d'une part les entreprises prennent un rôle plus important, et d'autre part les questions culturelles deviennent de plus en plus importantes (Earl et Kimport, 2009).

Robert Boure et Franck Bousquet (2010) ont étudié les utilisations d'une pétition politique en ligne en France, suite à un manque constaté d'études sur ce sujet. Leur perspective est celle d'une analyse extérieure, avec peu d'interviews, effectuée du point de vue de l'initiateur de la pétition et non des usagers, et sur une pétition créée par un homme politique. Ils proposent une étude du public utilisant cette pétition et de la façon dont celui-ci l'utilise. Premièrement, ils mettent la pétition en perspective par rapport aux autres pétitions politiques en ligne. D'abord, de façon quantitative, en la rapportant aux autres pétitions du même genre. Il note à cette occasion que les pétitions en ligne sont probablement plus affectées que les pétitions papier par le problème des fausses signatures. Cela n'est cependant pas crucial dans la mesure où le biais est identique pour tous les types de pétitions. Ensuite, il analyse qualitativement son évolution à travers le temps, de nouveau en comparaison à d'autres pétitions politiques. Enfin, ils mettent en évidence la logique de propagation des signatures en pôles de diffusion. Deuxièmement, ils analysent comment cette pétition a fonctionné. Notamment, ils expliquent qu'elle a particulièrement bien réussi parce que le site était simple d'utilisation, que la revendication faisait sens en dehors des objectifs officiels de la pétition et enfin que la personnalité de l'initiateur a joué. Troisièmement et pour conclure, ils analysent les utilisations et les sens donnés à cette pétition, notamment celui de l'initiateur et ceux des pétitionnaires (Boure et Bousquet, 2010).

Michael Strange (2011), quant à lui, a étudié quel était le rôle des pétitions en ligne dans les réseaux internationaux d'association, suite également à la constatation d'un manque d'études sur le sujet. Sa méthode consistait en des interviews avec quelques-uns des gestionnaires de cinq pétitions sur le sujet de modifications des accords du GATS par l'OMC. Sa principale conclusion est que la construction de ces pétitions sert à créer des identités collectives, mais que ces identités sont dominées par les intérêts de ceux qui négocient la construction des pétitions, à savoir des associations occidentales (Strange, 2011).

23 En Amérique, 18 % des *appels* à l'activisme en ligne sont faits pour des causes culturelles, telles que l'appel à créer un DVD suite à une série télévisée ou la poursuite d'une série de films (Earl et Kimport, 2009, p.234-237).

Troisièmement, on retrouve des études plus critiques sur les pétitions en ligne. Fabien Granjon (2002) dans une étude consacrée aux modes d'engagements distanciés permis par l'internet remarque ainsi, à l'inverse de Strange (2011), que les pétitions quand elles sont en ligne ne permettent ni la rencontre entre les activistes et un public plus large afin de faire connaître une thématique, ni le travail de socialisation nécessaire à la construction de revendications communes. Il note que cela atteint son comble dans le processus de remise officielle de la pétition, qui devient non importante, voire automatisée (Granjon, 2002).

Van Laer et Van Aelst (2010) quant à eux, procèdent à une revue des études consacrées au répertoire d'action en ligne. Ils traitent donc notamment des pétitions, et nous apprennent que l'usage de ces pétitions est la tactique qui est le plus largement utilisée en ligne. Ils constatent aussi l'existence du phénomène des pétitions en ligne, de l'ampleur spectaculaire qu'il peut prendre et de la facilité de passer à l'action (signer) qui y est associée. Mais à la fin de leur étude, ils se posent quelques questions par rapport au répertoire d'action en ligne. Notamment, ils soulèvent la question de savoir si l'action par internet ne serait pas devenue trop facile. En effet, une signature numérique ne vaudrait pas une signature papier aux yeux des dirigeants, d'une part parce qu'elle n'est pas dangereuse, et d'autre part parce qu'elle vient des quatre coins du monde. L'autre problème serait que les gens qui agiraient de telle façon, trop facilement, pourraient ne pas sentir le besoin d'agir de façon plus engagée (Van Laer et Van Aelst, 2010).

Enfin, Theresa Lynn Petray (2011) étudie les changements dans la façons dont un groupe d'autochtones s'est mobilisé, avant et après l'utilisation d'internet. Elle épingle un cas de pétition créée pour un cas local mais qui n'a servi à rien, car son objectif était flou et les signatures récoltées étaient peu nombreuses et non significatives car internationale. Elle pose donc la question de savoir si certains projets seraient si peu efficaces que leur seule fonction serait de procurer une illusion d'activisme et pourraient être, de fait, dangereux pour l'activisme lui-même (Petray, 2011).

Quatrièmement, après les études critiques sur le phénomène des pétitions en ligne, il existe une étude qui a tenté de répondre à ces critiques, qu'elles soient académiques ou sur internet. David Karpf (2010) a en effet résumé et répondu aux tenants du « slacktivisme ». Ceux-ci ont peur que l'activisme en ligne donne une illusion d'efficacité, qui mènerait donc leurs participants à désespérer de l'action qu'ils ont entreprise, et par extension de l'activisme en général. Ces personnes-là seraient alors conduites à ne pas s'engager dans des actions plus construites et qui sont, elles, efficaces, réduisant globalement l'engagement citoyen. Karpf argumente que l'activisme de masse en ligne est efficace, n'étant en fait que la continuation de ce qui s'est toujours pratiqué dans les mouvements sociaux, à savoir d'une part mobiliser en masse dans le cadre de campagne plus large, comprenant

d'autres tactiques, et d'autre part compter sur une large part de personnes pour soutenir l'activisme de façon distanciée, non réellement impliquée, principalement par un soutien financier (Karpf, 2010).

À partir de cet état de l'art exhaustif de la littérature scientifique sur le sujet des pétitions en ligne, il est possible de compléter de façon précise nos questions de recherche. Les questions qu'il nous semble donc nécessaire de se poser sont les suivantes :

Quelle est l'efficacité des pétitions en ligne pour le mouvement environnemental ?

Est-ce que ces pétitions permettent d'informer et de créer des liens sociaux ?

Est-ce que les signataires sont tenus informés des suites de la campagne ?

Y a-t-il un problème avec les fausses signatures ? Est-il plus grave que pour les signatures papier ?

À quel genre d'autres pétitions sont comparées les pétitions environnementales ? Des pétitions pour l'environnement, politiques ou également ludiques ?

La dimension internationale de ces pétitions est-elle un problème ?

Certaines pétitions sont-elles dangereuses à signer ?

Le manque de précision d'une pétition est-il un problème ?

Qui utilise ces pétitions au sein du mouvement environnemental ?

Qui sont les sites d'hébergements ?

Qui sont les associations environnementales qui utilisent des pétitions en ligne ?

Comment se sert-on des pétitions en ligne au sein du mouvement environnemental ?

Existe-t-il un contrôle sur la création de ces pétitions par les sites d'hébergement ?

Toutes les organisations s'autolimitent-elles ? Particulièrement, pourquoi les sites non généralistes se limitent-ils à seulement quelques implémentations de la même tactique ?

Comment les organisations gèrent-elles cette autolimitation ?

Comment est organisée la remise de ces pétitions ? Est-elle faite de façon automatique ?

4.2. Enquête

Afin de répondre à ces questions, nous avons mené une enquête auprès des acteurs des pétitions en ligne dans le cadre d'une mobilisation environnemental. Nous avons pour ce faire mis en place un dispositif méthodique de collecte et d'analyse de données pour répondre à nos questions. Les résultats de cette enquête sont présentés dans une seconde partie.

I. Méthode

Quelle est la méthode que nous avons employée pour répondre à nos questions ? Précisément, nous avons trois questions auxquelles il nous faut répondre. Premièrement, quelle méthode de collecte de données avons-nous utilisée ? Deuxièmement, comment avons-nous rendu opérationnelle cette méthode de collecte de données ? Troisièmement, quelle méthode d'analyse avons-nous utilisée pour traiter les données ainsi collectées ?

En ce qui concerne la première de ces questions, le choix de la méthode de collecte de données, nous avons opté pour la méthode d'interviews afin de récolter des données empiriques et pouvoir procéder, dans une démarche inductive, à une explication des phénomènes.

D'abord, pourquoi avons-nous décidé d'opter pour une démarche inductive, et non déductive ? Ce choix répond d'abord aux préoccupations de la littérature scientifique sur le sujet. Garrett avait en effet estimé en 2006 que la littérature sur le sujet de l'internet et des mouvements sociaux était assez mûre que pour pouvoir faire l'objet d'étude quantitative (Garrett, 2006). Or, une autre chercheuse qui a réalisé deux études plus récentes, en 2009 et 2011, estimait quant à elle que de nombreux champs étaient encore inconnus et nécessitaient des études qualitatives (Stein, 2009 ; Stein, 2011). Notre état de l'art a montré que cette seconde chercheuse avait raison dans notre domaine d'étude, puisqu'il se trouve que le phénomène que nous avons voulu analyser est un phénomène neuf d'un point de vue des études scientifiques. Notre but est donc d'étudier de façon scientifique un phénomène connu, mais non analysé. Il se trouve donc que la démarche inductive, qui part justement du phénomène pour aller vers la théorie, qui tente d'expliquer un phénomène, était mieux adaptée à notre recherche qu'une démarche déductive.

Ensuite, pourquoi avons-nous choisi de procéder à des interviews ? À nouveau, il faut tenir compte du fait que nous étudions un phénomène relativement nouveau. Par conséquent, l'interview est une méthode bien adaptée, car elle permet particulièrement bien d'explorer les phénomènes complexes (Lindlof et Tayloe, 2011, p.173-175). D'autant plus que le phénomène des pétitions en ligne est un phénomène contemporain, et que l'interview est donc mieux adaptée que des techniques plus historiques, comme l'histoire orale (Maynes *et al.*, 2008). Elle est aussi mieux adaptée que des méthodes de collectes de données qualitatives qui nécessitent au départ une très bonne connaissance du sujet étudié, comme la « Q methodology », qui est une méthode excellente pour révéler les différences de conception au sein d'un groupe restreint à partir d'un corpus de langage de ce groupe (Barry et Proops, 1999).

Néanmoins, d'autres méthodes sont également adaptées à l'étude de phénomènes complexes, comme le « focus group ». Mais cette méthode permet surtout de mettre en lumière les divergences au sein d'un groupe de personnes d'origines différentes, ou les expériences communes au sein de plusieurs groupes homogènes (Lindlof et Tayloe, 2011, p.183). Dans notre cas, nous ne nous intéressions initialement qu'à deux groupes restreints de personnes homogènes, à savoir les responsables de la gestion de pétition en ligne au sein des plates-formes d'hébergement et au sein des associations environnementales. Il semblait donc possible et préférable d'interroger chacune des personnes séparément, pour prendre le temps de comprendre leur réalité propre, plutôt que de faire simplement deux « focus group ». La même exigence de rendre compte des réalités différentes nous a fait éviter la méthode Delphi, qui est plus spécialement destinée à avoir une convergence des réponses (Henson, 1980 ; Okoli et Pawloski, 2004). Enfin, bien que nos questions sont assez précises, elles n'auraient pas pu faire l'objet d'un questionnaire à réponse ouverte. D'abord, parce que le but était de pouvoir découvrir de nouvelles réalités. Ensuite, parce que l'échantillon était relativement peu étendu et que par conséquent la prise directe de contact était plus enrichissante.

Nous procéderons donc à un type d'interview pour une seule personne, qui sera notre informateur sur la question, pour avoir son explication sur le monde qui est le sien (Lindlof et Tayloe, 2011, p.177-179).

En second lieu, nous devons expliquer comment nous avons rendu opérationnel notre méthode de collecte de données. Qui avons-nous interviewé ? Qui sont les personnes capables de connaître l'efficacité des pétitions en ligne dans la gestion de l'environnement ? En général, les critères d'un bon informateur sont les suivants : avoir vécu la scène à expliquer, connaître plusieurs positions sociales, être respecté dans la communauté, y jouer un rôle important, et enfin être compétent dans la culture locale. Les marginaux ont également un pouvoir critique, mais seulement en complément (Lindlof et Tayloe, 2011, p.177-179).

Dans notre cas, comme nous l'avons vu, il existe deux types de sites pour ces tactiques en ligne. D'une part, les sites généralistes, qui abritent les actions des autres, et d'autre part les autres sites, qui abritent leur propre action (Earl et Kimport, 2009, p.229). Ces autres sites représentent eux-mêmes deux groupes distincts. D'une part les associations politiques qui ont une activité de mobilisation récurrente, et d'autre part des groupes de citoyens ou des organisations qui montent une pétition de façon exceptionnelle.

Le premier groupe ne représente qu'une poignée d'associations en Belgique francophone, car dans le domaine associatif il n'y a qu'une petite partie des associations qui entretiennent une activité politique à titre principal, la grande majorité y participant de façon secondaire (Child et Gronbjerg,

2007). Pour reprendre la distinction d'Edwards (2004) telle qu'analysée lors de l'étude des typologies des modes d'action des mouvements sociaux, beaucoup d'ASBL se concentrent sur leurs activités de service, et peu sur leur fonction politique. Pour rendre compte de l'activité de ces associations, nous n'avons interrogé que des associations dans le domaine environnemental.

Le second groupe, celui des pétitions à titre exceptionnel, représente un groupe nombreux et diversifié. Nous avons émis l'hypothèse de travail que ce groupe entretient les mêmes préoccupations et fait face aux mêmes défis que ceux qui utilisent une plate-forme d'hébergement pour leur pétition, à savoir les préoccupations de quelqu'un qui n'est pas habitué à créer une mobilisation citoyenne. Ceux-là n'utilisent qu'un petit nombre de plates-formes pour abriter leurs pétitions. Il semble donc opportun d'interviewer les gestionnaires de ces plates-formes pour avoir accès à la diversité des cas qui y sont représentés. Le nombre total de ces personnes n'étant pas excessivement élevé (Earl, 2006), il nous sera possible d'interviewer l'ensemble des acteurs concernés.

Comment pouvons-nous trouver ces personnes ? En ce qui concerne la population des associations environnementales qui ont eu utilisé de façon répétée les pétitions en ligne, il semble que la meilleure procédure de recherche est de faire un échantillonnage par « snowball sampling » au sein des associations, en commençant par celles dont nous savons par expérience que ça a été le cas, et dont l'identification a été possible via mon stage au sein de la Fédération Inter-Environnement Wallonie, un acteur clé dans le réseau des associations environnementales wallonnes, voire belge francophone, puisque c'est la fédération des associations environnementales wallonnes. En effet, cette méthode est efficace pour les petites populations dont certains acteurs pourraient ne pas être accessibles publiquement (Sudman et Kalton, 1986). Or, la population des associations recherchées est de taille réduite, il est possible que leur pétition ne soit plus accessible par un moteur de recherche après leur clôture, les associations se connaissent les unes les autres, et enfin nous avons eu accès à des acteurs pivots de ce réseau par notre stage.

Par contre, pour avoir une liste exhaustive des sites d'hébergement d'e-pétitions, il semble qu'une recherche sur le moteur de recherche Google avec les mots clés appropriés puisse convenir. En effet, de nombreuses recherches qui ont besoin d'obtenir une liste de sites dans un domaine précis recourent à Google, notamment parce que Google est un catalogue très complet des sites internet existant et qui reproduit relativement fidèlement la façon dont un utilisateur lambda trouve un site (e.g. Chu et Tang, 2005, p.854 ; Earl, 2006, p.366-367). Les seuls mots clés que nous utiliserons seront les mots « pétition » et « pétition en ligne », avec pour configuration de recherche la langue française, et pas de limitation spécifique pour la localisation. En conséquence, nous

obtiendrons en premier des sites pour la Belgique, mais nous pourrions également obtenir des sites français. Si Google nous les donne, et sous réserve de vérification de la présence de pétitions à destination de la Belgique sur ces plates-formes, nous les intégrerons aussi dans l'échantillon.

Ici, il est important de noter une limite importante de notre mémoire, en ce qui concerne l'accessibilité de la population des sites d'hébergement de pétitions en ligne. Notre projet était en effet de pouvoir répondre à nos questions à propos des pétitions hébergées sur les sites généralistes par la rencontre avec des gestionnaires de ces sites. Or, la principale source parmi ces sites, le site « LaPetition.be », est d'abord plutôt inatteignable, puisqu'il n'a pas de numéro de téléphone et que la seule façon de le contacter se trouve donc être une adresse e-mail de contact générale pour tout le site. Ensuite, les gestionnaires du site n'ont pas répondu à nos demandes répétées, que ce soit négativement ou positivement, ou bien même par une réponse automatique (d'absence du bureau, de vacances, ou autres). Pour un seul des autres sites similaires²⁴, nous avons obtenu une réponse, positive, à laquelle nous avons donné suite et puis pour laquelle nous n'avons plus eu de nouvelles. La même expérience, à savoir pas de numéro de téléphone et une adresse e-mail qui ne répond pas, s'est donc renouvelée avec les deux sites similaires que nous avons essayé de contacter parce qu'ils abritaient quelques pétitions concernant la Belgique²⁵. Il semble donc que ces sites opèrent délibérément de façon plutôt opaque et que notre méthode de collecte de données n'était pas adaptée à cette population. Il était malheureusement trop tard pour mettre en place un dispositif d'observation complètement différent et adapté à ces sites, tel qu'une enquête auprès des utilisateurs de ces services.

De plus, il a été également impossible de contacter les deux autres sources pertinentes dans le domaine de l'hébergement de pétitions en ligne. L'association Avaaz répond en effet bien aux demandes qu'on lui adresse, mais avec un retard relativement long²⁶. Le site de pétition « petitions.agora.eu.org » ne semble quant à lui plus actif, tout comme l'ASBL qui l'a mis en route, et nos tentatives de les contacter se sont également révélées vaines.

Nous avons donc eu recours à une observation directe non participante pour tous les sites d'hébergement de pétitions en ligne. Notre but a été de décrire le plus complètement possible chacun de ces sites pour donner une vue exhaustive du paysage belge francophone du phénomène

24 « petitionduweb.com »

25 « petitionenligne.fr » et « petitionduweb.com »

26 Selon notre propre expérience, pour une question technique et simple que nous leur avons adressée, nous avons attendu la réponse un mois et demi. Pour une question plus compliquée, nous supposons que le délais d'attente peut être encore plus loin, du fait de la forte occupation des employés.

d'hébergement de pétitions en ligne et de son fonctionnement. Néanmoins, il ne nous sera pas possible ainsi de répondre aux questions relatives à l'efficacité des pétitions en ligne hébergées par ces sites.

Quant aux interviews finalement conduites, nous avons interviewé une seule personne par association. Notre expérience lors de notre stage nous a en effet démontré qu'interroger deux personnes par association n'apportait qu'une meilleure précision pour les détails, tels les chiffres, mais pas une meilleure compréhension pour les informations importantes. En effet, soit les deux personnes étaient d'accord et l'interview de la seconde personne n'apportait pas réellement d'information supplémentaire, soit elles étaient en désaccord, et dans ce cas connaissaient la position de l'autre et étaient même capables de la restituer avec fidélité (Van Laethem, 2012).

Ensuite, comment avons-nous procédé aux interviews ? Nous avons d'abord pris un premier contact si possible par téléphone ou par e-mail, avant de fixer un rendez-vous pour l'interview. Nous avons procédé à toutes les interviews en personne.

Nous avons garanti à chacune des personnes interrogées l'anonymat quant à leur identité, ainsi que l'anonymat pour leur association. Il nous semblait en effet que d'une part ces conditions permettraient de ne pas exposer les intervenants eux-mêmes au danger que l'un d'entre eux a pointé, à savoir divulguer sur internet des informations sur eux-mêmes qu'ils ne voudraient pas voir connues de tout un chacun. D'autre part, suite à notre expérience personnelle dans le cadre de notre stage, garantir l'anonymat nous semblait leur permettre de les mettre plus à l'aise pour aborder les défauts éventuels de leur association, y compris donc les cas où une campagne se serait révélée être un échec.

En troisième lieu et pour terminer ce volet méthodologique, il nous faut préciser comment nous avons procédé au traitement de nos données. D'abord, nous n'avons pas réalisé de retranscription mot à mot de chaque interview. Nous n'avions en effet pas besoin de réaliser une analyse langagière de nos interviews, mais seulement une analyse en terme de contenu. Nous avons donc fait ce que nous avons déjà fait avec succès dans le cadre de notre stage, c'est-à-dire réalisé un résumé détaillé de chacune des interviews, sur base de deux écoutes séparées par au moins un jour, afin d'être sûr d'avoir saisi l'essentiel de l'interview. Les phrases citées dans le travail final sont donc des parties retranscrites directement lors de l'écriture du résumé.

Enfin, sur cette base, nous avons procédé à une analyse de contenu, une méthode d'analyse particulièrement bien adaptée à l'analyse des entretiens semi-directifs. Notre objet d'étude n'était en effet pas le langage lui-même de nos interlocuteurs, mais les conditions extérieures auxquelles ils

faisaient référence. Nous avons donc cherché à regrouper leur expérience sous des catégories communes dérivées de l'état de l'art, et à présenter de manière aussi concise et pertinente que possible le résultat (Quivy et Van Campenhoudt, 2006, p.201-202).

II. Résultats

Nous avons classé nos résultats selon trois catégories. En premier lieu, nous dresserons l'inventaire des nouveaux acteurs du phénomène des pétitions en ligne. En second lieu, nous étudierons quels sont les utilisations de l'outil de la pétition en ligne par les associations environnementales classiques. En troisième lieu, nous étudierons comment ces associations font face au problème de l'efficacité de cet outil.

a. Qui utilise des pétitions au sein du mouvement environnemental ?

En Belgique, comme ailleurs, on retrouve deux catégories principales d'utilisateurs des pétitions en ligne, à savoir les sites généralistes qui proposent à tout un chacun de créer et de gérer sa propre pétition en ligne, et les sites liés à un projet particulier, qui gèrent leur pétition sur leur propre site (Earl et Kimport, 2009).

Il n'existe que très peu d'exemples en Belgique francophone de sites appartenant à la première catégorie, celle des sites généralistes. D'une part, suivant la procédure de recherche exposée plus haut, nous avons trouvé que le site principal pour l'hébergement de pétitions en Belgique est « LaPetition.be »²⁷. Il existe bien d'autres sites de ce genre, mais qui apparaissent moins importants, car on ne les trouve qu'avec d'une part des termes de recherche plus précis que pétition, et le nombre de pétitions belges qui y sont abritées est bien moindre²⁸. D'autre part, pour l'hébergement de pétitions par les associations, par les contacts que nous avons eus au sein des associations lors de notre stage, nous savons que les grandes associations environnementales belges, telles que Greenpeace et Natagora, utilisent « Avaaz.org ».

Plusieurs auteurs ont noté l'apparition de pétition sur Facebook (Boure et Bousquet, 2010, p.136 ; Van Laer et Van Aelst, 2010, 1156). Mais les associations n'assimilent pas l'utilisation de Facebook à des pétitions (association 1). De plus, il n'y a pas de fonctionnalité pour lancer une pétition propre à Facebook. Il y a certes des applications, mais qui renvoient donc plutôt à des sites extérieurs qui ont en plus une extension sur Facebook, comme « care2.com ». Le site apparaît donc peu propre à porter une pétition et plus propice à la mobilisation par d'autres moyens, interpellations

27 Seul site d'hébergement apparaissant dans les sept premières pages (70 premiers résultats) avec le terme de recherche « pétition ».

28 Avec les termes « pétition en ligne », on trouve également « www.petitionenligne.fr », « www.petitionduweb.com », « www.petitions24.net », « www.mesopinions.com », « www.ipetitions.com », « www.petitionpublique.fr », « www.petitiononline.com », « www.ipetitions.com » (recherche dans les 70 premiers résultats, effectuée le 10 juillet 2012).

directes d'entreprises sur leur page ou organisations d'événements de protestation. De plus, les nombreux groupes ou causes qui circulent sur le réseau social ne peuvent pas être assimilés à une pétition dans le sens que l'on a défini, puisque la relation que les entretiennent avec elles n'est pas de l'ordre de la signature. En effet, respectivement, l'utilisateur « rejoint » un groupe ou « aime » une cause. Dans un cas comme dans l'autre, cela n'implique donc pas de ne pas pouvoir influencer sur la formulation du groupe que l'on rejoint, excluant *de facto* ces groupes de la catégorie des pétitions.

Pour répondre à la question de l'identité des acteurs des pétitions en lignes pour les mouvements sociaux », il nous semble donc opportun d'explorer le site de « LaPetition.be » et de « Avaaz.org ».

Commençons par le site LaPetition.be. Ce site est un site plutôt destiné à la Belgique francophone car, en plus de n'être rédigé qu'en français, il est le seul de son genre avec une adresse et un nom de domaine mettant en scène le « .be »²⁹. Comme on l'a dit, il est également le site sur lequel on arrive le plus fréquemment lorsqu'on cherche le terme « pétition » ou des termes liés, tels que « pétition en ligne », sur le moteur de recherche Google. C'est également le site le plus connu des associations (association 1 et association 3).

Les journaux ont relaté son apparition sur la scène médiatique belge. Selon le quotidien « Le Soir », le site a pris son envol en 2007, avec l'hébergement d'une pétition pour l'unité de la Belgique (Lesoir.be, 2007). « La Libre Belgique », quant à elle, nous apprend que lancée initialement par une seule personne, la pétition a récolté en l'espace de trois mois 140.000 signatures (LaLibre, 2007). Le texte disait seulement ceci dans les trois langues nationales :

« Nous, Belges de naissance, de cœur ou d'adoption, demandons que les hommes politiques respectent notre pays ! Et son Unité.
Notre pays est trop petit, à l'heure de l'Europe, pour être divisé.
Nous, Belges de toutes les Régions et de toutes les Communautés, demandons aux hommes politiques de s'occuper des vrais problèmes tels que emploi, sécurité, santé, bien-être, l'environnement,... sans gaspiller leur temps et NOTRE argent à des querelles qui ne concernent qu'une petite minorité.
L'Union fera notre force!
Merci. »

Source : Lapetition.be, 2007.

Ainsi, selon les critères des associations environnementales pour définir une pétition, à savoir le fait de demander une action claire à des personnes ou des organes limités, la pétition phare du site n'est en fait pas une pétition à strictement parler. Elle s'apparenterait plutôt à un manifeste.

29 L'importance de ce « .be » comme marqueur territorial est symbolique plus que réelle, puisque n'importe qui de par le monde peut en fait acquérir une adresse en « .be » sans aucune justification d'un lien réel quelconque avec le pays (Scherrer, 2005, p.481).

D'un regard extérieur, le site se caractérise par le fait qu'il est très difficile de savoir par qui et comment il est géré. Il n'y a en effet sur le site aucune description des personnes qui gèrent le site ou de leur politique de gestion. Par exemple, il y a une catégorie de pétitions intitulée « Les préférées de la rédac », et cette catégorie laisse donc bien penser qu'il y a une modération du site, mais nulle part on ne trouve la trace d'un auteur ou d'un gestionnaire sur le restant du site. Par ailleurs, cette catégorie elle-même semble fonctionner à l'aveugle, puisque de nombreuses pétitions qui y sont affichées ne sont plus d'actualité, ayant été clôturées au mieux en 2011, au pire en 2008. La seule possibilité pour avoir un rapport « humain » avec la gestion du site est un petit lien en bas de page avec une adresse e-mail de contact.

Le site possède aussi une caractéristique qui le démarque nettement, par exemple, du site d'Avaaz. En effet, le site affiche en permanence et sur chacune des pages, de la page d'accueil à chacune des pétitions, deux bandeaux de publicité, en haut et sur la droite³⁰. Le site a donc manifestement également une fonction commerciale. De plus, le site affiche également en petits caractères l'annonce : « Nos autres projets : MyFirstCompany.com: Financez des projets d'entrepreneurs, ou faites financer votre projet », qui est explicitement un site commercial. L'une des associations a d'ailleurs remarqué que cette fonction publicitaire entraine en conflit avec certains des messages véhiculés par la plate-forme. Ainsi, cette association faisait passer une pétition pour un usage plus vert des moyens de transport, et les publicités affichées concernaient des vols low-cost et des voitures (association 3).

En ce qui concerne la création d'une pétition, suivant notre expérience, elle se fait de façon relativement aisée, voire en approximativement 5 minutes si on ne réfléchit pas de façon approfondie à la configuration des champs à compléter et du texte de la signature. Il n'existe pas non plus de critères explicites de censure. D'ailleurs, le site n'en a pas besoin, car il annonce en bandeau sur toutes les pages que : « La responsabilité du contenu publié n'engage que leur auteur. » De plus, parmi les catégories de pétition, on retrouve aussi une catégorie « humour/insolite », avec notamment des pétitions comme « pour plus de soleil » ou « pour un 17 avril férié ».

D'un point de vue extérieur, nous ne pouvons pas en dire beaucoup plus sur ce site. En résumé, c'est donc un site commercial, basé au moins partiellement sur la publicité, qui n'apporte aucun soutien ou conseil à ses utilisateurs, qui ne possède pas de position idéologique, et enfin dont les auteurs sont totalement inconnus. C'est cependant le site belge francophone d'hébergement de pétitions le plus important, tant à cause de son accessibilité, que par le nombre de pétitions hébergées.

30 Voir annexe 1 : capture d'écran de la page d'accueil.

Afin d'aller plus loin dans l'analyse de ce site, il faut nous interroger sur la nature économique de ce site. En effet, nous avons vu avec la typologie de van den Broek *et al.* (2012) que certaines entreprises en ligne étaient non de simples entrepreneurs, mais également des « entrepreneurs sociaux ». Si on cherche à en savoir plus sur cette notion, on apprend qu'un entrepreneur social est défini comme un entrepreneur qui satisferait en même temps des besoins sociaux, autrement dit qui ne chercherait pas uniquement le profit (Zahra *et al.*, 2009, p.522³¹). On peut donc se demander si ce ne serait pas également le cas ici ? En effet, est-ce que ce qui prime dans la construction d'un tel site est le service qu'il rend à la société, en permettant à des citoyens de s'exprimer, tant sur des sujets nobles que sur des sujets futiles, ou bien sa fonction commerciale, caractérisée par le manque de prise de position idéologique ? L'un des critères discriminants importants pour trancher ce genre de question semble être la motivation que les entrepreneurs mettent dans leurs actions (Zahra *et al.*, 2009, p.522). Or, de l'extérieur, nous n'avons pas pu avoir d'aperçu de cette motivation, et même avec une interview, il serait extrêmement difficile, d'un point de vue scientifique, de juger du fait qu'une intention soit éthiquement bonne ou mauvaise. Par conséquent, nous pensons qu'il n'est sans doute pas possible de trancher clairement la question, même si nous pouvions avoir accès à plus d'informations sur l'organisation. Or, cette indécision éthique est justement le propre de l'entrepreneuriat social (Zahra *et al.*, 2009), et il est donc sans doute avisé de classer ce site parmi cette catégorie d'organisation. Précisément, selon la typologie des auteurs de ces auteurs, comme un « Social Constructionists », c'est-à-dire une entreprise qui a créée un créneau commercial de services à la société, créneau qui n'était pas auparavant desservi par un service public classique ou par une ASBL et qui prend place entre l'échelle locale et l'échelle mondiale (voir figure 9).

Les autres sites similaires que nous avons pu trouver³², et qui correspondent en fait approximativement aux sites les plus importants d'hébergements de pétition en France, répondent tous au même modèle économique. Parmi ceux-là, quelques-uns étaient des plates-formes internationales³³, d'autres étaient limités à la France³⁴ et enfin deux étaient seulement disponibles en anglais³⁵.

31 La définition exacte est : « Social entrepreneurship encompasses the activities and processes undertaken to discover, define, and exploit opportunities in order to enhance social wealth by creating new ventures or managing existing organizations in an innovative manner » (Zahra *et al.*, 2009, p.522).

32 « www.petitionenligne.fr », « www.petitionduweb.com », « www.petitions24.net », « www.mesopinions.com », « www.ipetitions.com », « www.petitionpublique.fr », et « www.petitiononline.com ».

33 « www.petitionenligne.fr », « www.petitions24.net » et « www.petitionpublique.fr ».

34 « www.petitionduweb.com » et « www.mesopinions.com ».

35 « www.ipetitions.com » et « www.petitiononline.com ».

Table 2

A typology of social entrepreneurship.

Type	Social Bricoleur	Social Constructionists	Social Engineer
Theoretical inspiration	Hayek	Kirzner	Schumpeter
What they do?	Perceive and act upon opportunities to address a <i>local</i> social needs they are motivated and have the expertise and resources to address.	Build and operate alternative structures to provide goods and services addressing social needs that governments, agencies, and businesses cannot.	Creation of newer, more effective social systems designed to replace existing ones when they are ill-suited to address significant social needs.
Scale, scope and timing	Small scale, local in scope—often episodic in nature.	Small to large scale, local to international in scope, designed to be institutionalized to address an ongoing social need.	Very large scale that is national to international in scope and which seeks to build lasting structures that will challenge existing order.
Why they are necessary?	Knowledge about social needs and the abilities to address them are widely scattered. Many social needs are non-discernable or easily misunderstood from afar, requiring local agents to detect and address them.	Laws, regulation, political acceptability, inefficiencies and/or lack of will prevent existing governmental and business organizations from addressing many important social needs effectively.	Some social needs are not amenable to amelioration within existing social structures. Entrenched incumbents can thwart actions to address social needs that undermine their own interests and source of power.
Social Significance	Collectively, their actions help maintain social harmony in the face of social problems	They mend the social fabric where it is torn, address acute social needs within existing broader social structures, and help maintain social harmony.	They seek to rip apart existing social structures and replace them with new ones. They represent an important force for social change in the face of entrenched incumbents.
Effect on Social Equilibrium	Atomistic actions by local social entrepreneurs move us closer to a theoretical "social equilibrium."	Addressing gaps in the provision of socially significant goods and service creates new "social equilibriums."	Fractures existing social equilibrium and seeks to replace it with a more socially efficient one
Source of Discretion	Being on the spot with the skills to address local problems not on others' "radars." Local scope means they have limited resource requirements and are fairly autonomous. Small scale and local scope allows for quick response times.	They address needs left un-addressed and have limited/no competition. They may even be welcomed and be seen as a "release valve" preventing negative publicity/social problems that may adversely affect existing governmental and business organizations.	Popular support to the extent that existing social structures and incumbents are incapable of addressing important social needs.
Limits to Discretion	Not much aside from local laws and regulations. However, the limited resources and expertise they possess limit their ability to address other needs or expand geographically.	Need to acquire financial and human resources necessary to fulfill mission and institutionalize as a going concern. Funder demands oversight. Professional volunteers and employees are needed to operate organization.	Seen as fundamentally illegitimate by established parties that see them as a threat, which brings scrutiny and attempts to undermine the ability of the social engineers to bring about change. The perceived illegitimacy will inhibit the ability to raise financial and human resources from traditional sources. As a consequence, they may become captive of the parties that supply it with needed resources.

Figure 9 : Typologie des types d'entrepreneuriat social.

Source : Zahra *et al.*, 2009, p.523.

On retrouve également sur ces sites des manifestations de cette ambiguïté éthique sous d'autres formes. Ainsi, sur la page du « Code éthique » du site « www.petitionenligne.fr », on trouve cette affirmation :

« La publicité est gérée par d'importants partenaires tiers, comme par exemple Google INC, qui adhèrent notre philosophie. C'est seulement une publicité display, sans transmission de renseignements sur nos utilisateurs, comme lorsque vous regardez une publicité à la TV. »

Source : Petitionenligne.fr, 2012a.

Or, en parcourant au hasard la première page venue, nous avons trouvé une publicité pour « DelhaizeDirect.be ». Publicité plutôt très localisée dans le cadre d'un site international, pour lequel nous avons choisi une configuration de site comme si nous étions en France. Bien que la politique de la vie privée est cohérente avec le Code éthique, puisqu'ils ne vendent pas leurs données sur les utilisateurs, le site utilise en fait le système habituel de publicité de Google. De même, le site annonce dans son Code éthique :

« Transparence : *Pétition En Ligne* doit s'assurer que ses associés, dépendants et collaborateurs laissent transparaître avec clarté, correction et diligence l'image de l'entreprise dans tous ses rapports et qu'ils en facilitent la compréhension. À cette fin, est assurée l'information la plus complète et la plus transparente possible des lignes de conduite de l'activité sociale. »

Source : Petitionenligne.fr, 2012b.

Or, le site n'a pas de bilan financier sur l'utilisation de ses dons, bien qu'il ait une page « donations », afin de soutenir le fait que : « Pétition En Ligne est un site indépendant. »³⁶ On se trouve donc là en face de plusieurs sites d'entrepreneuriat social dont la qualité sociale serait dure à estimer même avec une bonne connaissance de l'organisation (Zahra *et al.*, 2009), et qui sont par conséquent encore plus opaques de l'extérieur.

En second lieu, il nous faut décrire l'organisation Avaaz et son site éponyme. Cette association gère un site à portée internationale, traduit en seize langues, et compte à l'heure actuelle plus de 15 millions de membres³⁷. Il n'y a aucune publicité sur le site, et l'association fonctionne uniquement grâce à des dons (Avaaz, 2012 a).

L'association Avaaz est issue de l'association MoveOn.org (Karpf, 2012, p.29), mouvement que l'on a déjà décrit ci-avant³⁸. L'association a repris le modèle de MoveOn, mais l'a adapté au traitement de thématiques mondiales. Ses thèmes de combat vont donc de la sauvegarde des océans à la lutte contre les OGMs en Europe, en passant par la guerre en Syrie ou la défense de la forêt amazonienne. Par conséquent, le site web est traduit en seize langues, là où le site web de MoveOn n'est disponible qu'en anglais. Le nombre de membres d'Avaaz est donc à relativiser en fonction de l'audience que se propose d'atteindre le site. En Belgique, l'organisation comptabilise approximativement 230 000 membres (Avaaz, 2012 b). Mais, en pratique, jamais tous les membres ne se mobilisent. Par exemple, parmi ses succès, Avaaz compte une pétition contre les « pesticides toxiques » (sic) en France. Parmi les 1,1 millions de personnes qui avaient signé cette pétition,

36 De qui ? de quoi ? Il n'y a pas plus de précision sur ce point.

37 Comme nous l'avons vu avec MoveOn, membre signifie ici simplement être enregistré dans les bases de données de l'association.

38 P.34-39.

l'association estimait que 200 000 venaient de France (Avaaz, 2012 c), ce qui est un nombre important, mais seulement dans la moyenne des pétitions les plus réussies en France (Boure et Bousquet, 2010), et loin des 1,4 millions de membres français affichés (Avaaz, 2012 b).

Les utilisateurs de cette plate-forme sont des personnes privées comme des associations. Ainsi, par exemple, l'association environnementale Natagora avait une pétition « Place aux enfants et aux abeilles plutôt qu'à une nouvelle route » sur le site pendant les mois de juin et juillet 2012. Bien que chacun puisse proposer sa propre initiative de pétition, la sélection des pétitions mises en avant est assez rigoureuse, puisqu'il n'y a que quelques pétitions qui sont mises en avant sur la page d'accueil du site, et qui sont par là même aisément accessibles à la signature. Comme nous l'avons vu avec MoveOn (Karpf, 2012, p.33-40), la procédure de sélection des pétitions les plus mises en avant est une procédure à la fois assez technique, mais qui répond bien aux aspirations des membres.

La présence des gestionnaires est quant à elle bien visible, même en dehors de la sphère d'influence proche du site. En effet, en premier lieu, l'association se présente déjà elle-même via une page « Nous connaître ». Mais les gérants de l'association interviennent également par ailleurs. Par exemple, des internautes critiquaient sur un blog certaines positions de l'association quant à la protection de la vie privée. Or, non seulement le président de l'association est intervenu une première fois spontanément pour répondre aux critiques qui lui étaient adressées, mais il est également intervenu une seconde fois pour poursuivre la discussion qui s'était engagée (Adam, 2007).

En résumé, Avaaz est une association internationale, non commerciale, qui travaille en collaboration avec des organisations reconnues, avec une ligne idéologique, et dont les auteurs se manifestent.

Enfin, pour contraster ces deux modèles, nous pouvons décrire un troisième modèle d'hébergement de pétitions en ligne, le site « petitions.agora.eu.org ». La gestion de ce site semble aujourd'hui être arrêtée, puisque les dernières traces d'activité remontent à 2010, et la dernière pétition parue remonte à juin 2011. Cependant, il présente un modèle d'organisation assez différent des deux autres pour valoir la peine d'être présenté. Ce site est en effet également destiné à un public belge francophone, bien que moins ostensiblement, puisque depuis 2009 il ne permet la création de pétition que pour la Belgique (Petitions.agora.eu.org, 2009). Le site est géré par des bénévoles rassemblés en une ASBL, Alterezo (Petitions.agora.eu.org, 2008).

Ce site est, *a contrario* du site LaPetition.be, un site exclusivement dédié à la création de pétition à tendance politique de gauche, puisqu'il est affirmé que : « Nous ne répondons pas non plus aux gens de droite qui, en toute cohérence, préféreront recourir aux services de professionnels grassement rémunérés (ou perfidement exploités, c'est selon) ou à des horribles sites commerciaux pleins de publicité » (Petitions.agora.eu.org, 2010).

Selon les mêmes critères, ce site se réserve également le droit de ne pas publier des pétitions, droit qu'il leur est facile d'exercer lors de la procédure de création d'une pétition. En effet, pour créer une pétition sur ce site, il faut en faire la demande via un formulaire qui s'apparente fortement à l'envoi d'un e-mail. Les critères de création, tels que « à qui s'adresse la pétition », « pour combien de temps », etc., sont expliqués sur une page web spécifique. Cela signifie que tous ces champs n'existent pas de façon préremplie pour l'utilisateur et qu'en conséquence le travail de création d'une pétition est relativement fastidieux par rapport aux deux autres sites déjà décrits.

En résumé, ce site est géré de façon bénévole et non commerciale, et il est destiné à un public choisi selon une ligne idéologique très claire, qui doit s'investir et être sérieux dans sa démarche pour pouvoir avoir accès aux services proposés.

L'existence du site « LaPetition.be » et « petitions.agora.eu.org » illustre le débat qui existe dans le domaine de l'activisme entre le fait d'être plus consensuel et d'utiliser des techniques de marketing, au risque de ne pas respecter ses idéaux, et le fait de respecter à la lettre ses idéaux et de ne pas faire de compromis (van den Broek *et al.*, 2012, p.1-2). En effet, le second site généraliste de pétitions s'est refusé de faire de la publicité, et on peut comprendre cette position, car dans une perspective plus politisée, il semble incohérent de prôner une consommation raisonnée lorsque d'un autre côté on valorise socialement la consommation déraisonnée à travers la publicité, comme le notait justement l'association 3. Mais, par ce choix, l'ASBL s'est également privée d'une rentrée d'argent. A contrario, le site « LaPetition.be » opère selon un modèle qui semble simplement commercial. Le site percevant de l'argent de la publicité présente sur ses pages, il a tout intérêt à attirer un maximum de visiteurs en offrant un service de pétition gratuit, sans réelles limitations concernant l'idéologie et le message des pétitions diffusées.

b. Comment s'en sert-on au sein du mouvement environnemental ?

Nous avons pu identifier quatre associations environnementales qui menaient régulièrement des pétitions en ligne, mais nous n'avons pu en interviewer que trois (voir Annexes pour le compte-rendu de ces interviews). La population idéale aurait également inclus l'association Natagora, mais l'association menait plusieurs grandes actions pendant les mois de juillet et août et cela n'a donc pas

été possible. Deux associations n'ont pas été retenues, GRACQ et GAIA, la première parce que la gestion de ses pétitions se faisait de façon délocalisée par les locales, la seconde parce que la gestion de ses pétitions se faisait pas une société commerciale extérieure.

Comment les associations que nous avons pu interviewer utilisent-elles les pétitions en ligne ? Pour commencer, il est nécessaire de remarquer que toutes les associations interrogées insistent sur le fait qu'en fait qu'elles ne font pas un usage fréquent des pétitions. Les raisons de cet usage limité sont que, d'abord, elles n'ont pas la force d'en faire plus, ensuite qu'elles ont d'autres tactiques similaires qu'elles utilisent à la place, enfin qu'elles ne veulent pas épuiser une tactique qui marche bien.

D'abord, il semble qu'il y ait peu d'associations qui soient en fait capables de mobiliser la masse de personnes susceptibles de soutenir une pétition. C'est ce que remarquait l'association 1, qui était elle-même définie par les deux autres comme la plus à même de mener de telles mobilisations de masse.

Ensuite, comme le dit le représentant de l'association justement capable de mener ces mobilisations de masse, « la pétition est *un* outil de mobilisation, mais on en a plusieurs » (association 1). Pour cette association, le public ne fait peut-être pas la différence entre une pétition et une autre mobilisation de masse (association 1). L'estimation de l'« effet pétition » par ce public est donc peut-être biaisée. Mais les associations n'utilisent pas que les pétitions, elles utilisent également d'autres tactiques de mobilisation de masse, comme le *send the letters*, l'envoi d'e-mails ou de lettres en masse à une personne ou une organisation, l'intervention sur la page Facebook d'une cible, ou un système de défi. Dans tous ces cas, ces autres outils de mobilisation de masse sont utilisés à la place d'une pétition, afin de ne pas faire double emploi.

Au sujet du choix entre une pétition et un autre outil, un interviewé disait que : « Généralement, quand c'est plutôt une décision qui est faite au niveau gouvernemental, ou au niveau plus international, on va généralement avoir plus tendance à utiliser une pétition, ou un processus de décision plus lent, ou un processus de décision où on a besoin d'avoir un grand nombre » (association 1). Celui-ci citait notamment deux cas de campagnes où un seuil critique devait être atteint pour pouvoir introduire de façon institutionnelle une proposition de loi, et où la pétition avait donc été utilisée (association 1). *In fine*, pour l'association 1, l'utilisation des pétitions se faisait approximativement pour une campagne sur quatre.

Enfin, même si la pétition est un moyen de pression qui fonctionne bien, un interviewé reconnaît que : « Toujours utiliser le même outil, je pense que ça affaiblit au final une pétition » (association 1). Les associations sont en effet constamment obligées de se renouveler pour attirer

l'attention médiatique et publique. Par conséquent, trop utiliser une seule et même tactique, dût-elle bien fonctionner, serait abuser de cette tactique. Ainsi, il serait illusoire de faire un usage systématique des pétitions dans chacune des actions d'une association.

Ainsi, la raison du faible nombre d'implémentations de la même tactique par site que remarque Earl (2006) nous semble plutôt être due à cette limite de charisme, à un recoupement de l'utilité des tactiques étudiées et à un usage pragmatique des tactiques plutôt qu'à une limite technique, comme elle le suggère (Earl, 2006).

Quand une pétition existe, elle n'est pas forcément menée uniquement en ligne. Les conditions de choix d'une tactique et des modalités de cette tactique sont multiples, mais dépendent principalement de deux critères, à savoir d'une part le temps disponible, d'autre part les moyens mobilisables.

D'une part, cela dépend du temps disponible. En effet, une pétition en ligne est plus rapide à mettre en place et à clôturer qu'une pétition papier. Dans le cas d'une pétition papier, il faut imprimer les pétitions, les diffuser, puis les récolter. Toutes ces étapes peuvent être longues et consommatrices de ressources. *A contrario*, toutes ces étapes sont largement raccourcies par internet. Par conséquent, une pétition en ligne peut être menée à terme dans un délais très court. Ainsi, une pétition internationale peut être lancée et menée à son terme en seulement deux semaines. Cela a été utile dans le cas de pressions exercées sur un dirigeant afin qu'il pose son veto contre une loi votée par son parlement. En effet, la pétition ne pouvait pas être officiellement lancée avant le vote du parlement. Mais elle ne pouvait pas non plus durer plus de deux semaines, puisque c'était la limite légale après laquelle le président ne pouvait plus apposer son veto. L'action n'a donc duré que deux semaines, un laps de temps qui aurait été trop court pour une pétition papier, d'autant plus pour une pétition menée à l'échelle internationale (association 1 ; association 2).

Une seconde conséquence qu'illustre ce cas est qu'une pétition en ligne peut être mise en place très rapidement. Ce qui est à l'avantage des associations si un de leurs thèmes de combat devient d'actualité. Ainsi, l'association association 1 a lancé une pétition contre une menace industrielle environnementale seulement deux jours après qu'une catastrophe majeure avait illustré la gravité de cette menace. L'association a pour cela dû travailler dur pendant ces deux jours, mais elle a ainsi pu récolter de très nombreuses signatures en un temps très court, profitant donc de l'effet d'actualité de la thématique.

Cependant, cette rapidité de mise en place a ses limites. Après un moment, l'élan en ligne s'essouffle et ne peut être poursuivi que hors ligne. En effet « l'*offline* permet de récolter des signatures, de toucher un autre public, de rencontrer les gens, d'expliquer la problématique, ce qu'on

n'a pas toujours l'occasion de faire sur le net » (association 1). Une autre association confirme : « [Les personnes en rue], on les a convaincues, et après les avoir convaincues on a obtenu leur signature. Tandis que les autres [ceux en ligne], ils étaient déjà convaincus et ils sont venus instinctivement mettre quelque chose » (association 3). Ce qui est important en rue avec une pétition, c'est donc bien le pouvoir de convaincre des indécis. Ce qui fait qu'essayer de déposer dans des lieux publics des pétitions papier à venir signer spontanément ne marche pas dans le cas d'un problème complexe.

D'autre part, le fait de mener une action en rue ou non dépend également des ressources disponibles. Par exemple, une majorité des appels à signer une pétition de l'association 2 proviennent de son réseau international. Or, l'association belge n'a matériellement pas les moyens d'engager des équipes de terrain pour chacune de ces pétitions. La plupart de ces appels sont donc uniquement relayés en ligne. Selon l'association 3, le fait de mener une campagne en rue nécessite par conséquent une très bonne estimation et planification des ressources nécessaires. L'association 1, quant à elle, lance ses opérations en ligne et dans la rue, sauf si le temps de mobilisation est trop court, comme on l'a vu avec la pétition menée à son terme en deux semaines.

En résumé, la signature d'une pétition en rue et en ligne sont complémentaires. Notamment, cela nous semble complémentaire pour atteindre les différents types de public, puisque tous les signataires ne sont pas semblables : « Puis, il y a des gens qui nous font totalement confiance, qui vont signer, puis il y a des gens qui vont d'abord s'informer, puis dire "Oui, j'adhère à ça, ou non je ne signe pas" » (association 2).

Ce dernier aspect illustre le fait que parmi les usagers de la pétition, comme le notaient Boure et Bousquet (2010), plusieurs catégories existent. On retrouve ici des utilisations opposées, entre d'une part une utilisation superficielle, avec une signature qui doit être rapide et qui ne demande pas d'information par après, et une signature plus lente, qui s'informe et qui cherche à rester informé, ou entre d'une part une signature rapide car déjà informée et d'autre part une signature plus lente parce qu'à sensibiliser. Il est donc faux de critiquer le manque généralisé d'informations de ceux qui signent, parce que les usages sont pluriels. Mais il y a là certainement un manque dans le fait qu'aucune sociologie de ces usagers n'existe (Boure et Bousquet, 2010).

Cette explication du processus de récolte de signatures permet également de confirmer en partie la critique selon laquelle internet couperait des liens avec les fonctions socialisantes de la rue (Granjon, 2001, p.103-105).

La remise de ces pétitions est loin d'être cantonnée à la sphère virtuelle, même quand la campagne n'a été menée qu'en ligne. Chez chacune des trois associations, l'organisation d'une remise officielle, avec invitation de la presse, et éventuellement l'organisation de quelque chose de plus originale, dépendait de la ou des chargés de mission qui menaient la campagne. Mais, dans la majorité des cas, cela se faisait. Il n'y a que dans un cas de l'association 2 où il n'y a pas eu de remise parce que l'important c'était plutôt les actes qui allaient être posés. De plus, cette association 2 contacte systématiquement les cibles de ses actions de masses, afin de les prévenir de la tenue de ces actions.

Cela va donc en partie contre l'assertion de Granjon (2002) selon laquelle une pétition virtuelle implique forcément une remise automatisée et virtuelle, sans lien réel qui se noue entre les meneurs de la pétition et les récepteurs (Granjon, 2002, p.25-26).

Après la question de la remise de la pétition et de la clôture de l'action, nous pouvons nous intéresser à la question du feed-back apporté à ces pétitions. Il semble meilleur sur internet que sur papier, mais il n'en demeure pas moins que de grands progrès sont encore à réaliser. Plus précisément, la situation d'origine du fait de rendre des feed-backs semble en fait bien pire que celle d'aujourd'hui. Il se trouve en effet que le seul moyen qui aurait permis auparavant de contacter les signataires d'une pétition papier aurait été d'encoder une à une chacune des signatures dans une base de données. Or, cela aurait demandé un travail d'encodage long et fastidieux, consommateur de temps comme d'argent, et pour un résultat peu gratifiant. C'était donc un travail qui n'était pas fait, bien que cela puisse alors donner l'impression aux signataires, voire au public de l'association, que dans ses combats, l'association ne poursuivait pas le travail entamé, donc « saute du coq à l'âne », comme le notait l'un des interviewés (association 1).

Aujourd'hui, ce travail peut être réalisé. Les signataires encodent en effet numériquement leurs données. Cela permet donc de pouvoir les inclure directement dans les bases de données, donc de pouvoir les contacter par après, *a contrario* des pétitions papier.

Néanmoins, des problèmes apparaissent également dans le cas des pétitions en ligne, limitant la diffusion de feed-backs. D'une part, dans le cas de pétitions internationales, différentes législations s'appliquent en ce qui concerne le traitement et l'utilisation des données personnelles et le contact des signataires, créant donc une certaine complexité dans la gestion des bases de données. D'autre part, le fait que certaines personnes signent pour aider la pétition, mais pas pour rester informé de sa suite, peut également poser un problème. En effet, il faut que les personnes donnent en plus leur accord pour que les associations puissent les contacter via l'adresse e-mail fournie lors de la signature. Or, cela implique l'ajout d'étapes supplémentaires dans le processus de signature.

Cependant, plus le processus de signature est long, moins la réactivité de la pétition est forte. Or, c'est de la réactivité que la pétition tire en partie sa force. Par conséquent, il faut trouver un subtil équilibre entre deux exigences opposées : d'une part, tenir les gens informés requiert une procédure plus complexe, d'autre part, faire signer la pétition de façon large requiert une procédure plus simple.

Une solution supplémentaire existe et permet, elle, d'avoir un feed-back ciblé. Cette solution est d'avoir une plate-forme dédiée à l'activisme en ligne sur laquelle les personnes s'inscrivent, ce qu'ont expérimenté l'association 1 et 2. Cela peut être une plate-forme générale, pour tous les types d'actions, comme dans le cas de l'association 2, mais cela peut être également une plate-forme liée à une campagne spécifique, comme pour l'association 1. Dans ce dernier cas, les personnes ne font alors pas que signer, mais participent également à des défis, des jeux, *etc.* : « Mais on essaye d'aller de plus en plus loin, en fait. On essaye de les [les personnes qui participent à l'action] garder et de les accompagner le plus loin possible, surtout quand il y a d'autres choses derrière la pétition » (association 1). La raison de ce suivi, c'est que les personnes qui participent à ce genre de plate-forme sont nettement plus attentives au suivi de la campagne. Ainsi, pour l'association 1, alors que la moyenne d'ouverture des e-mails est de 20 à 25 %, elle est de 45 à 55 % pour les participants à cette plate-forme.

Mais même dans de telles situations, cela peut rester compliqué. L'association doit en effet prendre le temps de créer un contenu spécifique pour alimenter ces feed-backs, ce qui n'est pas toujours possible. Une des plate-forme de l'association 1 était ainsi actuellement en demi-sommeil, puisque un e-mail n'était envoyé que de temps en temps.

Dans tous ces cas où un feed-back ciblé n'est pas possible, le feed-back possible se limite à donner des informations sur le suivi de la campagne par les canaux de communication habituels, comme le site web, les publications ou les newsletters. C'est donc un feed-back général, diffusé largement, à toutes les personnes qui reçoivent la newsletter, et non un feed-back pour les seuls signataires et ciblé sur le sujet précis de la pétition.

Pour continuer sur les liens existants entre les signataires et les créateurs de la pétition, nous pouvons nous demander si ces associations font appel aux commentaires dans leurs pétitions ? Il semble qu'en général ce ne soit pas le cas, aucune des trois associations n'ouvrant la pétition aux commentaires. La raison en est que d'une part : « Si on veut que les gens signent, il faut essayer de minimiser les infos, et ne pas donner un texte énorme » (association 1), d'autre part, les associations se sentent constamment ouvertes aux commentaires via leurs autres canaux de communication, comme le site ou leur page Facebook.

On peut également se demander, dans le cadre de la relation entre les signataires et la pétition, dans quelle mesure le fait de s'engager pour certaines d'entre elles, loin d'être un engagement anodin, serait au contraire un engagement fort, voire dangereux ? D'abord, les activités de ces pétitions ne sont pas réellement dangereuses, surtout en comparaison d'autres situations, comme l'activisme, au premier chef à cause du terrain d'opération et de l'identité des associations. En effet, d'une part, l'activisme en Belgique est généralement non dangereux, puisqu'il n'y a pas spécialement une surveillance policière extrême. D'autre part, par exemple, l'association 2 et l'association 3 se définissent comme des associations travaillant dans le consensus, et non dans l'opposition. Par conséquent, elles n'entameraient pas des actions qui pourraient s'opposer frontalement à leur cible. L'association 1, quant à elle, se limite aux actions qui sont légales, et n'aurait donc pas de raison d'avoir des retours de flamme particulièrement dangereux.

Néanmoins, ces pétitions pourraient tout de même représenter plus qu'un engagement anodin pour les signataires. Le réel danger d'une signature pourrait en effet résider dans le fait que « les gens ne se rendent pas compte que l'internet c'est ouvert » (association 3), et du coup révèlent une part de leur personnalité sur un milieu ouvert. La conséquence pourrait être par exemple des problèmes lors de futures candidatures pour un travail, si les positions idéologiques personnelles affichées dans le cadre du soutien à une pétition vont à l'encontre des valeurs de l'entreprise. L'association 1 protège cependant ses signataires en ne révélant pas leur identité. Les deux autres associations n'ont pas mentionné de politique spécial sur le sujet.

Suite à cette thématique de l'engagement fort autour d'une pétition, se pose la question de savoir dans quelle mesure ces pétitions en ligne sont l'occasion de tisser des liens et de construire des coalitions entre les associations ? Ce travail en coalition dépend en fait de la politique générale de l'association. Ainsi, l'association 1 mène ses campagnes plutôt de façon indépendante. Par conséquent, les coalitions qu'elle crée sont plutôt le ralliement des autres associations à sa cause que véritablement une construction d'une position commune.

A contrario, pour l'association 3, « ça dépend vraiment sur quel sujet on travail » (association 3). Précisément, ça dépend si, à leur niveau de travail, ils sont les seuls à traiter la question ou non : « Ça dépend vraiment des acteurs, de la problématique, de son niveau de décision, et aussi de la manière dont elle est portée au niveau de chacune des régions » (association 3). Mais, même dans les cas où ils sont plutôt seuls, ils essayent de former des coalitions avec de plus petites associations, des associations locales. Ainsi, certaines campagnes sont des succès par le fait même qu'une coalition s'est formée sur le problème traité. Par exemple, dans le cas d'une des campagnes

de l'association 3, parce qu'il y avait une plate-forme de plusieurs acteurs importants sur le thème de campagne, les responsables politiques concernés « ont entrepris une démarche vers nous, avant même que l'on ne soit dans la demande » (association 3).

Par ailleurs, les trois associations interrogées se connaissent en fait déjà bien les unes les autres, puisqu'elles tiennent entre elles des réunions mensuelles de concertation, voire choisissent des thèmes de campagne communs sur le long terme. L'association 2. appelle ainsi les autres associations collaboratrices « des associations soeurs ». La pétition n'apparaît donc que comme une des occasions de créer une action collective, éventuellement de travailler en coalition.

c. Quelle est l'efficacité des pétitions en ligne pour le mouvement environnemental ?

Nous avons jusqu'ici abordé la question de l'usage de la pétition. Venons en maintenant aux questions les plus délicates, touchant à son efficacité. Commençons par la question de savoir comment est évaluée la réussite de ces pétitions ?

Le premier critère utilisé est le fait d'avoir atteint les objectifs. En effet, il y a au moins quelques exemples d'actions qui ont obtenu le résultat attendu, et pour lesquelles les associations étaient donc satisfaites. Ainsi, une action, menée par deux des associations interrogées (association 1 et association 2), consistait à demander en ligne à un dirigeant d'un pays de mettre son veto à une décision défavorable à l'environnement prise par le parlement. Or, ce dirigeant a apposé un demi-veto à la décision, et les associations étaient donc à demi satisfaites.

Le nombre de signatures n'est par conséquent pas le plus important, il apparaît seulement comme un indicateur, secondaire par rapport au fait d'atteindre l'objectif qualitatif. Or, comme la caractéristique de la pétition est le fait que les associations revendiquent non pas quelque chose de large, mais un objectif précis, l'efficacité peut en être relativement bien évaluée, et donc est l'aspect réellement important. Cependant, les associations ne s'attribuent pas non plus tout le mérite de ces actions, et reconnaissent que d'autres facteurs extérieurs jouent également un rôle. La quantité de signatures représente surtout un résultat important par rapport aux pétitions similaires, les pétitions citoyennes. Ainsi, même quand un résultat important est atteint, cela représente en fait assez peu de personnes à des niveaux nationaux, parce que cela montre qu'une large majorité de la population n'a pas signé.

Remarquons que cette situation est similaire à ce qui existait avant internet, puisque l'une de ces associations (association 2) avait mené une campagne de pétition papier uniquement pour la Belgique, pour que celle-ci se joigne à un groupe de gestion d'un problème écologique. Cette signature a certes récolté un grand nombre de signatures, mais son succès a surtout résidé dans l'entrée de la Belgique au sein de ce groupe

Au-delà de cette efficacité du nombre, « ce n'est pas toujours évident de juger une pétition à son efficacité, parce qu'il y a plein d'autres facteurs qui entrent en compte » (association 1). Il semble en effet qu'un objectif important dans le cas de ces campagnes est l'information du public. Il y a, par exemple, ce cas d'une pétition de l'association 1, qui était d'une part sur un sujet compliqué, d'autre part avec une cible difficile à atteindre. La pétition n'a donc pas eu directement de résultats visibles. Par contre, la campagne était quand même un demi-succès dans la mesure où elle a permis de sensibiliser à la thématique. Au sein des autres pétitions, la volonté d'informer est toujours présente. Elle l'est d'autant plus, et l'accent est d'autant moins mis sur le nombre, que le sujet est complexe et moins émotionnel : « Une pétition, on réagit dans l'émotion. Quelque chose de très visuel, très émotionnel, va générer beaucoup plus de signatures qu'une demande plus ... » (association 3).

Comme nous voyons que l'évaluation de l'efficacité de ces pétitions en ligne est possible, on peut se demander si le résultat de ces pétitions en ligne est plutôt négatif ou positif ?

Parmi les associations consultées, pour l'association 1, « jusqu'à présent, honnêtement, oui » (association 1). Parmi les trois campagnes avec pétition qu'elle avait menées, l'une avait réussi sur le plan de la sensibilisation, deux autres avaient été à moitié un succès. L'association 2 n'avait mené qu'une seule campagne avec pétition en ligne. Son évaluation était aussi complexe que son message. Enfin, l'association 3 avait mené trois campagnes avec pétition, et l'une a été un succès du fait même que la pétition existe, une autre n'a pas fait l'objet de commentaires de la part de l'interviewé, et enfin la troisième avait été un succès du point de vue de la mobilisation, mais était une campagne politique large et donc l'évaluation en était impossible.

L'un des risques qui pèsent sur l'efficacité des pétitions en ligne, comme on l'a vu, est le risque de fausses signatures. Se pose alors la question de savoir dans quelle mesure les pétitions en ligne sont affectées par les fausses signatures ? Le problème est délicat, étant donné que les gestionnaires de pétitions dans les associations ne comprennent même pas quel pourrait être l'intérêt de faire une fausse signature, que cela soit en rue ou en ligne. Le problème n'est en effet pas neuf, comme l'estiment l'association 1 et 2 : « C'est la même chose en rue, les gens signent ce qu'ils veulent » (association 2). Mais en ligne, toutes les associations estimaient qu'il n'y avait pas de problème avec les fausses signatures, ou pour être plus précis, la question ne s'était pas posée, puisque le problème n'était jamais apparu. Au mieux, l'estimation donnée n'était pas inquiétante : « Moi, j'estime qu'il y a moins de 1 % de déchets » (association 1).

Certaines possibilités de contrôle existent, mais toutes les associations n'utilisent pas le même niveau de sécurité. Ainsi, l'association 1 utilise un système de confirmation de l'adresse e-mail fournie et un code contre l'inscription automatique d'adresses par des robots, l'association 3 n'utilise qu'un système de confirmation de mails, et l'association 2 n'en utilise pas.

Le problème de l'utilisation de tels mécanismes de contrôle est qu'il faut négocier la tension entre l'efficacité et la crédibilité : « Nous on essaye de mettre des freins pour limiter les doublons, mais on n'essaye pas non plus de freiner les gens pour signer en demandant une liste énorme de champs pour signer » (association 1). De plus, même avec une multitude de champs, les associations resteraient en fait démunies pour vérifier la réalité des signataires, manquant d'une part d'une source extérieure de validité, comme un registre national, et d'autre part la validation manuelle cas par cas semblant complètement infaisable.

Par ailleurs, les associations peuvent compter sur leur réputation d'association sérieuse pour mener ce genre d'actions. Les destinataires connaissent les tailles des associations et savent qu'elles sont reconnues : « Je pense que c'est simplement le fait de savoir qu'il y a des gens qui ont signé. Et puis, il y aussi la crédibilité de l'association » (association 2). De plus, une marge de manœuvre est prise par l'association 1, qui pour être sûre indiquait un nombre final de signatures inférieur au nombre total réellement obtenu.

Pour continuer sur la pertinence des signatures récoltées et clôturer les questions sur l'efficacité de la pétition, on peut s'interroger sur la pertinence de récolter des signatures internationales pour des cas nationaux. Les associations reconnaissaient l'existence de signatures étrangères dans leurs pétitions, même celles nationales. Ce que toutes reconnaissaient comme provenant de la nature d'internet : « Le problème sur l'internet, c'est qu'il n'y a pas de frontières, donc on ne peut pas limiter [...] » (association 1)

Cependant, cette internationalisation des pétitions n'est pas un problème pour les associations environnementales. D'une part, dans le cas des pétitions plus locales, les pétitions qui traitent d'un problème national et pour lesquelles c'est surtout une population nationale qui est visée, ce sont les canaux de diffusion nationaux qui sont utilisés. Par conséquent, les pétitions récoltent certes quelques signatures étrangères, mais cela reste dérisoire. Dans l'association 2 et 3, la personne ne savait pas ce qui avait été fait de ces signatures, mais cela ne posait de toute façon pas de problème vu leur faible quantité. Dans l'association 1, par contre, ils triaient les signatures à la sortie, pour ne garder que les belges.

D'autre part, dans le cas des pétitions internationales, le problème abordé est international, comme par exemple la sauvegarde de la biodiversité ou de la forêt. Dans ce cas, c'est justement le sens des responsabilités vis-à-vis de la population mondiale qui est sollicité chez les dirigeants. Le fait que les signatures soient mondiales est donc plutôt une bonne chose dans ce cas. Mais il faut aussi noter que, dans ces cas, les associations insistent également sur l'aspect international du problème, et donc cadrent le problème sous un certain angle d'approche qui leur convient.

III. Discussion

Il est nécessaire maintenant de discuter ces résultats, afin d'abord d'estimer leur pertinence, ensuite d'estimer leur limite, et enfin d'estimer quelles questions nouvelles ils ouvrent.

a. Implications

Les résultats obtenus nous semblent d'abord pertinents pour répondre à une série de sous-questions telles que nous les avons relevées dans l'état de l'art, et remises en forme dans nos questions.

Nos résultats permettent, en effet, en premier lieu de répondre à Earl (2006) sur le fait que la grande majorité des sites non généralistes n'implémentent une tactique qu'une seule fois. Trois raisons nous semblent expliquer ce fait. D'abord, il y a peu d'organisations des mouvements sociaux qui sont capables de mobiliser une masse de personnes. Ensuite, parmi ces organisations capables de le faire, plusieurs outils à la fonction similaire existent et ne sont donc pas employés au même moment. Enfin, l'usage répété d'une même tactique, particulièrement en même temps, est évité.

Nos résultats nous permettent ensuite d'apporter un matériel empirique plus riche et de confirmer certains des résultats déjà existants dans la littérature scientifique.

En premier lieu, nos résultats permettent de documenter de quelle façon internet joue le rôle de média complémentaire, mais non de remplacement, dans le cas précis de la pétition. D'une part, l'usage de pétitions en ligne permet de réagir de façon beaucoup plus rapide qu'avec une pétition papier à une situation, permet de conclure une action plus vite qu'avec une pétition papier, et enfin coûte moins cher qu'une pétition papier. Néanmoins, une pétition en ligne permet plus difficilement de *convaincre* les personnes non déjà convaincues par la cause défendue³⁹. D'autre part, l'utilisation de meilleures bases de données permet de rendre de plus en plus des feed-backs par internet spécifiquement au sujet d'une seule campagne, et non à propos de toutes les campagnes et de toutes

39 Cela ne présume cependant pas de la capacité de contacter des personnes non convaincues, car ce contact peut se faire par un média en soutien à une action de masse, comme dans le cas des vidéos virales spécifiques à une campagne, qui diffusent au-delà du cercle des convaincus. La question de la ghettoïsation de l'information et celle de l'impossibilité de convaincre de nouveaux adeptes en ligne sont donc deux questions distinctes.

les actions de l'association via les newsletters. Les participants à une campagne peuvent donc suivre jusqu'au bout le déroulement de celle-ci, sans avoir l'impression que l'association saute « du coq à l'âne ».

Nos résultats permettent également de confirmer le fait, déjà mis en avant par Contamin (2001) et Bourse et Bousquet (2010), que les usages d'une pétition sont multiples. Nous avons en effet mis en évidence les différences qu'il pouvait y avoir entre quatre catégories de signataires, d'une part ceux rapides, donc signant sur internet, par désintérêt pour les informations qu'on leur donne, et ceux lents par intérêts pour ces informations, et d'autre part ceux rapides, donc signant sur internet, car ils connaissent la thématique, et ceux plus lents car ils ne sont pas déjà sensibilisés.

De plus, nos résultats permettent de confirmer et d'enrichir le résultat de Karpf (2010) selon lequel le passage des associations aux actions de masse sur internet ne réduit pas l'efficacité du travail de ces associations. Cette confirmation, de part l'étude approfondie de l'état de l'art qui a précédé notre recherche, et qui ne se trouve chez Karpf que sous l'aspect d'une étude du problème du slacktivisme tel que formulé dans un seul article scientifique, apporte de nombreux éléments supplémentaires. Ainsi, nous apportons beaucoup plus d'éléments sur le problème du contact des initiateurs de pétitions avec les destinataires et sur le problème de la construction de coalitions d'associations lors de la création de pétitions.

Deux aspects nous semblent être réellement un ajout à la littérature scientifique déjà existante sur le sujet de l'utilisation des pétitions en ligne et de leurs critiques. Le premier est la mise en évidence de l'importance de l'échelle de référence en ce qui concerne le problème des signatures internationales. En effet, selon l'échelle considérée, le problème ne se pose pas dans les mêmes termes, contrairement à ce qu'une étude comme Petray (2011) peut laisser penser. Ainsi, à l'échelle internationale, le fait de pouvoir rassembler des signatures venant des quatre coins du monde est totalement valorisé. Mais l'échelle internationale comprend elle-même deux niveaux. L'un est celui de la gouvernance mondiale et des institutions comme les Nations-Unies, et dans ce cas l'internationalisation de l'action citoyenne fait pleinement partie du mode de pression citoyenne vers ces institutions. L'autre est celui des cas nationaux qui ont une valeur internationale. Dans ce cas, si un problème se pose, il réside plutôt dans le fait qu'il y ait potentiellement une tentative d'ingérence dans les affaires d'un pays par des pays étrangers. À l'échelle inférieure, nationale, le problème des signatures internationales n'apparaît pas, de par le fait que les canaux de diffusion utilisés empêchent *a priori* ce problème d'apparaître. Enfin, au niveau local, le problème pourrait effectivement apparaître, mais nous n'avons pas collecté de données pour confirmer ou infirmer cela.

Le second élément qui nous semble être un ajout à la littérature scientifique est la mise au jour du fait que le problème des fausses signatures ne semble pas se poser du côté des associations. En effet, même si les moyens de contrôle de ce problème sont faibles, les associations n'ont en tout cas jamais été confrontées à une remise en cause de la validité de leurs pétitions à cause de fausses signatures. De plus, contrairement à ce que suppose Bourse et Bousquet (2010), le problème des fausses signatures n'affecte probablement pas plus les pétitions en ligne que celles sur papier.

Enfin, nos résultats mettent au jour un phénomène intéressant. Nous avons en effet pu mettre en évidence la structure des sites généralistes d'hébergement de pétition en Belgique francophone. Nous avons en effet mis en évidence qu'il y avait d'abord le site « LaPetition.be », le site d'hébergement de pétitions le plus important, que ce soit pour des individus ou pour des associations, et qui semblait opérer selon un modèle entrepreneuriat social. Ensuite, il y avait le site de l'association Avaaz, site à portée internationale et utilisé par les grandes associations environnementales belges. Enfin, il y avait eu un site pour la Belgique, site plus complexe, destiné aux mouvements sociaux de tendance gauchiste, mais qui avait cessé de fonctionner.

Nous avons pu ainsi mettre au jour un phénomène nouveau, à savoir le fait que l'activité de l'activisme citoyen traditionnel soit stimulée par des entreprises. Nous avons mis en évidence que les intérêts économiques et citoyens pouvaient cohabiter sur internet, et que c'était là une caractéristique de ce média. Mais nous avons également noté que cette cohabitation était aussi une collaboration, dans la mesure où l'utilisation commerciale d'internet était d'autant plus intéressante qu'un grand nombre de personnes utilisent les services virtuels, et que, dans cette mesure, le fait d'avoir des services gratuits attirant plus de monde était une bonne chose pour les entreprises. Or, ce que l'on découvre, c'est que ces activités économiques peuvent également stimuler l'activité citoyenne classique.

Nous avons vu que van den Broek *et al.* (2012) avait déjà étudié le phénomène de l'entrepreneuriat social en ligne, et avait notamment pour ce faire établi une typologie⁴⁰. Dans quelle mesure leur étude permet-elle de contextualiser nos résultats et est-ce que ces derniers permettent d'apporter des éléments en plus à leur étude ?

Leur principal apport était qu'ils avaient pu mettre en évidence que ce qui différenciait le plus les entrepreneurs sociaux et les activistes en ligne était le fait que ces derniers conduisaient des analyses de l'opportunité politique d'agir et conduisait des actions en opposition à leur cible. Ils ont également montré que certains cas d'entrepreneurs sociaux luttent effectivement avec un problème éthique, notamment parce qu'ils collaborent avec d'autres entreprises, même s'ils sélectionnent

40 P.14.

attentivement ces entreprises. Ils ont aussi montré que tous les acteurs de l'activisme en ligne pensaient ne pas remplacer l'activisme plus poussé et être plutôt une simple introduction à des formes d'action plus complexes (van den Broek *et al.*, 2012).

Il nous semble que ce qu'apportent en plus nos résultats est le fait de montrer l'importance de l'entrepreneuriat social dans la création de certaines nouvelles formes d'activisme. Autrement dit, la valeur sociale créée par ces entreprises devient également une valeur sociale parce que politique. L'échelon international du phénomène de l'activisme de pétition en ligne est certes dominé par Avaaz, une association. Mais à une échelle nationale et locale, ce même phénomène semble dominé par ces entreprises sociales. La forme d'activisme liée aux pétitions en ligne à ce niveau semble donc avoir été créée principalement par des entreprises.

Une implication supplémentaire est donc d'ajouter une explication à l'apparition de nouvelles formes d'activisme, telles que le fait de créer des pétitions pour des causes culturelles ou de loisir comme mis au jour par Earl (2006) et Earl et Kimport (2009). Cet activisme est un activisme d'un nouveau type, qui s'apparente à la consommation d'un service internet parmi d'autres, un activisme de loisir, favorisé par une économie de l'activisme.

En résumé, ces résultats apportent un contenu empirique riche sur le thème des pétitions et contribuent donc de façon significative au travail scientifique d'explication du phénomène internet et des nouveautés qu'il génère, telles que l'utilisation de nouvelles tactiques de mobilisation. Ces résultats mettent également au jour un nouveau phénomène, l'importance de sites commerciaux dans la création de nouvelles formes d'activisme virtuel.

b. Limites

Après mis en évidence les conséquences de ces résultats, il nous est également nécessaire d'expliquer quelles en sont les limites. Une première remarque concerne la généralisation de ces résultats. Nous avons choisi de limiter nos cas d'étude au territoire de la Belgique. Il semble que ce choix soit pertinent, car il permet de cerner les pratiques du cyberactivisme à l'échelle d'une population entière, le groupe des Belges francophones. Du point de vue de la généralisation des résultats, nous pensons que les résultats concernant les usages et l'efficacité des pétitions en ligne sont susceptibles d'être généralisés à l'ensemble des pays occidentaux. La littérature sur laquelle nous nous sommes basés pour réaliser l'état de l'art semble en effet, bien que venant d'horizons diversifiés, assez en concordance avec nos propres résultats pour affirmer que les contextes doivent être similaires sur ces questions.

Les résultats concernant la structure des sites généralistes d'hébergement peuvent peut-être, mais sans certitude, être généralisés. Il semble en effet que le petit nombre de sites existant est caractéristique des sites généralistes (Earl, 2006). Le site Avaaz opère également dans d'autres pays. Mais il ne nous est pas possible de dire si les sites commerciaux sont aussi importants dans d'autres pays, et si le fait qu'une tentative associative ait existé puis ait disparu est commun à d'autres pays.

Une limite importante de notre étude est le fait que nous n'avons pas pu avoir accès à des personnes responsables des sites d'hébergement. Nous n'avons donc pas pu répondre aux questions de l'efficacité et des usages des pétitions en ligne en ce qui concerne en fait une part importante du phénomène des pétitions en ligne (Earl, 2006). Une autre méthode de collecte de données, plus adaptée à la grande quantité de cas existant, telle qu'un questionnaire aux utilisateurs de ces services, est sans doute nécessaire pour obtenir une réponse à ces questions.

De plus, si cette limite est moins importante pour Avaaz, dont le mode d'organisation a fait l'objet d'études par ailleurs, la situation est plus gênante pour les sites de « LaPetition.be » et de « petitions.agora.eu.org », dont le mode de fonctionnement en interne et surtout l'histoire restent largement inaccessibles par l'observation directe non participante. Il demeure donc une incertitude tant quant à la nature de l'activité économique du site « LaPetition.be » que par rapport à la motivation de ses gérants, tout comme il demeure des questions par rapport à l'activité de l'ASBL Alterezo, parmi lesquelles la question de savoir si le site aurait cessé de fonctionner pour des raisons de non-rentabilité économique.

Nous devons également reconnaître qu'il y a une association environnementale supplémentaire à laquelle nous aurions aimé avoir accès, Natagora, parce qu'elle gère de façon régulière des pétitions, mais dont la rencontre n'a pas été possible. Nous pensons cependant que les trois autres associations sont représentatives de l'état de la pratique pétitionnaire environnementale, puisque les témoignages des trois autres associations se recoupaient dans de larges mesures, et qu'il y avait donc peu de chances que la quatrième association apporte un contenu radicalement différent.

Enfin, nos résultats montrent le sens de l'efficacité des pétitions en ligne du côté de ceux qui mènent ces pétitions. Ils ne sauraient donc donner une vue objective de l'efficacité de ces actions, mais reflètent les conceptions de ceux qui utilisent ces outils. Par conséquent, ces positions surévaluent certainement l'efficacité des actions entreprises. Cependant, si ces résultats ne peuvent compter comme une preuve objective de l'efficacité de ces actions, pour peu que l'objectivité soit atteignable dans un tel domaine, ils permettent cependant de comprendre les motivations de ceux qui utilisent de tels outils, et ils permettent ainsi de comprendre pourquoi les critiques qui leur sont adressées ne semblent pas pertinentes de leur point de vue. Nos résultats ne permettent par contre

pas de vérifier si de l'autre point de vue, les hommes politiques qui reçoivent de telles pétitions partagent les craintes que les signatures soient fausses, ou bien si, au contraire, ils partagent les positions des environnementalistes selon lesquelles la pétition en ligne est un outil crédible.

c. Nouvelles questions

Enfin, nous pensons que si nos résultats ne permettent malheureusement pas de répondre à toutes nos questions, d'autre part ils permettent d'en ouvrir de nouvelles. Est-ce que la structure des sites d'hébergement de pétitions est similaire dans d'autres pays ? Nous n'avons en effet étudié cette structure que pour la Belgique, et même si nous pensons qu'elle est similaire dans d'autres pays, nous ne pouvons pas en être absolument certain. Est-ce que l'internationalisation des pétitions affecte plus l'efficacité des pétitions au niveau local ? Nous avons en effet vu qu'un même facteur n'a pas la même importance à différentes échelles. Qui sont les utilisateurs de ces plateformes ? On peut en effet se demander quelle frange de la population a trouvé via ce canal un moyen d'expression, et si ces personnes expriment par ce canal des revendications qu'elles ne savaient pas faire passer par un autre moyen auparavant. On peut aussi se demander si les utilisateurs de ces plateformes sont plutôt des novices de la mobilisation citoyenne, voire des novices de l'utilisation de pétition, ou bien si ce sont au contraire des gens bien entraînés ou qui ont l'habitude d'utiliser le canal de la pétition pour faire entendre leur voix. Quelle est la place de l'engagement citoyen « pur » dans l'émergence de nouvelles tactiques en ligne ? Il est sans doute nécessaire de commencer par enquêter sur l'histoire de sites comme « LaPetition.be » et « petitions.agora.eu.org » pour pouvoir répondre à cette question. Ensuite, il serait probable utile de quantifier le phénomène. La question se pose également de savoir si l'activité citoyenne de l'internet est plus enrichie qu'aliénée par l'apparition de sites commerciaux à vocation sociale ? Or, les études à la convergence des études sur l'activisme en ligne et sur l'entrepreneuriat social semblent à l'heure actuelle plutôt rares (van den Broek *et al.*, 2012, p.2). On peut se poser aussi la question de savoir dans quelle mesure l'apparition de formes post-industrielles d'activisme, telle que mise en évidence par Bennett (2008), n'est pas favorisée par la création d'une économie de l'activisme ? Enfin, se pose la question de savoir dans quelle mesure ce genre d'entreprise ne résout pas en pratique le dilemme de la combinaison de deux des trois exigences du développement durable, à savoir les dimensions économiques et sociales, et ne pourrait pas par la suite également intégrer la dimension environnementale.

5. Conclusion

Pour conclure, qu'avons-nous découvert lors de ce mémoire ? La première chose qu'il nous a fallu faire était de définir nos concepts et nos cadres de travail. Le concept d'internet a été défini, d'une part, par rapport à l'histoire de sa création et à la sociologie de ses utilisateurs, d'autre part, par rapport aux autres techniques d'information et de communication, et particulièrement par rapport à la télévision qui a été et qui est encore le média dominant de nos sociétés. Nous avons ainsi vu que les caractéristiques techniques de ce média, à savoir la décentralisation, la flexibilité, la rapidité, la grande échelle géographique, étaient importantes pour comprendre son influence sur la société.

Nous avons également défini le concept de mouvement environnemental. Nous avons compris qu'épistémologiquement il a été étudié à l'aide de trois concepts distincts, à savoir celui de mouvement social à proprement parler, d'association sans but lucratif et de groupe d'intérêt, mais que cela faisait sens de pouvoir rendre compte des trois dans une étude sur le mouvement environnemental, en spécifiant néanmoins dans quel cas on ne parle plus que d'une partie de ce mouvement. Nous avons également montré que de nombreuses typologies permettaient d'étudier et d'être attentif aux différences qui existaient entre les éléments de ce mouvement environnemental.

Nous avons de plus adopté la définition de la pétition telle qu'établie par Boure et Bousquet (2010) et discuter de la possibilité d'évaluer l'efficacité d'un tel outil.

Ensuite, nous avons étudié la littérature scientifique pour savoir quelle importance avait l'apparition de nouvelles tactiques pour le mouvement environnemental. Nous avons vu que l'on pouvait distinguer trois grandes catégories de conséquences de l'internet sur le mouvement environnemental. En premier lieu, nous avons expliqué comment l'attitude des environnementalistes par rapport aux techniques a évolué. En effet, ceux-ci ont adopté de façon enthousiaste, bien que non sans critiques, les nouvelles techniques électroniques, en raison principalement du contrôle tant technique que social qu'ils se sentaient capables d'exercer sur elles. Ce faisant, ils ont donc sans doute modifié l'image que le grand public avait de leur cause, à savoir en partie une lutte contre les techniques modernes.

En second lieu, il y a une nouveauté qui affecte principalement les mouvements sociaux, et particulièrement les éléments les moins formels de ceux-ci. Nous avons montré que ce phénomène était aussi apparu dans le passé pour d'autres nouvelles techniques de communication, comme la radio, mais que ce phénomène perdurait au-delà de ce qu'il avait été possible pour ces autres techniques, grâce à la flexibilité des usages de l'internet. Néanmoins, nous avons dû également

reconnaître l'origine sociale de ce phénomène de liberté de l'internet, puisque certains pays peu démocratiques ont été capables de contrôler fortement les utilisateurs, tout en utilisant malgré tout l'internet.

En troisième lieu, nous avons vu qu'internet en tant que média, avec ses défauts comme ses avantages, n'était pas adopté que par les mouvements sociaux. En effet, c'était toute la société qui était modifiée par l'usage de cette technique. Les phénomènes les plus marquants que l'on pouvait lier à cette évolution étaient certainement une contribution à la mondialisation et la rationalisation de la société, ainsi qu'à la décentralisation des organisations, et de façon plus controversée une exacerbation de l'individualisme et une fluidification des conditions d'apparition d'actions collectives. Nous avons également vu qu'un nouveau média créait de nouvelles organisations comme de nouvelles tactiques. L'un des modèles les plus importants de ces nouvelles organisations pour les groupes d'intérêt semble être l'association MoveOn, qui a inventé de nouvelles méthodes d'organisation dont beaucoup d'autres s'inspirent aujourd'hui aux USA. Quant aux tactiques, on a analysé le fait que le répertoire d'actions des mouvements sociaux avait été tant renforcé qu'étendu, bien que jusqu'à présent les anciennes tactiques demeurent la référence symbolique principale.

Enfin, suite aux questions entourant une de ces tactiques, à savoir les pétitions en ligne, nous avons mené une enquête pour connaître quelles en étaient les utilisations. Nous avons pu ainsi documenter de façon précise l'utilisation de pétitions en ligne par les groupes d'intérêt du mouvement environnemental, ainsi que la population des sites d'hébergements de ces pétitions. Ce faisant, nous avons d'abord pu confirmer et enrichir certains des résultats de la littérature. Ensuite, nous avons été capable de ré-évaluer certains des problèmes tant techniques que d'imputation d'intention généralement considérés de l'extérieur comme menaçant l'efficacité des pétitions numériques. Ainsi, l'existence de fausses signatures ne semble ni poser problème en ligne ni affecter plus les pétitions en ligne que les pétitions papier et l'internationalisation des signatures ne semble pas, du point de vue des utilisateurs de ces pétitions, être un effet gênant à une échelle internationale et nationale. Enfin, nous avons mis en évidence le phénomène nouveau, bien que discret, de l'importance de sociétés commerciales dans l'émergence de nouvelles formes d'activisme sur internet.

Nos résultats nous semblent pouvoir être généralisables à d'autres pays que la Belgique. Par contre, ils ont aussi des limites. La première tient au fait que nous n'avons pas pu obtenir un accès aux gérants des plateformes d'hébergements des pétitions, et que nos questions n'ont donc pas pu trouver de réponses pour une part importante du phénomène des pétitions en ligne. La seconde réside dans le fait que l'efficacité d'une tactique n'est pas quelque chose d'objectif, mais quelque

chose qui est négocié par les acteurs, les uns survalorisant l'efficacité, les autres la dévalorisant. Il ne saurait donc être question de clore la question de l'efficacité de l'usage de tactiques de mobilisation une fois pour toute.

Ce mémoire nous a donc appris plusieurs choses. D'abord, nous pensons avoir eu l'occasion d'aborder la grande question contemporaine de savoir ce que représente l'internet et à quel point ce média transforme nos façons d'agir. Par la clarification du cadre médiatique pré-internet et donc par l'établissement d'un point de référence précis à partir duquel une comparaison avant/après internet est possible, nous pensons avoir réalisé une clarification pertinente des phénomènes de nouveautés qui apparaissent grâce à internet. Nous avons pu également identifier les échelles de ces changements, du phénomène qui ne touche que les environnementalistes, par le fait que l'utilisation d'une technique entraîne des questions quant aux conséquences environnementales de cet usage, jusqu'aux conséquences qui touchent l'ensemble de la société, telle que la mondialisation, en passant par le phénomène qui touche en premier lieu l'action citoyenne et donc l'ensemble des mouvements sociaux.

Ensuite, nous pensons surtout avoir eu l'occasion de documenter et d'approfondir les enjeux de l'utilisation de la tactique des pétitions en ligne, en mettant au jour quel était le sens de l'usage de cet outil pour les groupes d'intérêt environnementaux. Ce faisant, nous avons contribué à relativiser les craintes selon lesquelles les associations environnementales s'engageaient dans une voie potentiellement dangereuse. Nous avons également mis au jour le phénomène curieux selon lequel une partie de l'activité citoyenne sur internet était stimulée par une activité commerciale.

Nous aimerions conclure ce mémoire en ouvrant le débat sur des perspectives plus larges. En premier lieu, comme l'a montré David Karpf (2012), la question de savoir dans quelle mesure l'apparition de nouveaux acteurs tels que MoveOn et Avaaz va changer la donne quant au fonctionnement des groupes d'intérêt est encore largement ouverte. À l'extrême, on pourrait voir un changement aussi différent que celui qui se produisit lors des années 60, lorsque des associations avec un sens plus faible de l'appartenance au groupe ont pris le dessus sur les associations avec un sens très fort d'appartenance. Néanmoins, la pression qu'exercent les nouveaux venus dans ces cas de changement générationnel est indirecte et graduelle. De plus, entre les groupes d'intérêt américains, sur lesquels se base l'étude de Karpf, et les groupes d'intérêt européens, les principes de fonctionnement économique sont différents, conduisant probablement à des évolutions différentes. Mais il ne faudrait pas non plus perdre de vue le contexte sociétal plus large qui a donné naissance à ces groupes, et qui, par exemple, explique peut-être mieux la croissance quantitative du nombre de groupes d'intérêt depuis les années 60.

De façon plus large, bien que ses évolutions ne changeront pas radicalement ses grandes caractéristiques telles que nous les avons évoquées, l'état de l'internet à l'heure actuelle est loin d'être définitif. L'utilisation de l'internet est en effet encore destinée à augmenter et à se modifier. Les évolutions les plus évidentes déjà discernables sont d'une part l'augmentation du nombre d'utilisateurs, et d'autre part une modification du rapport spatio-temporel à l'interface d'accès au réseau. Le nombre d'utilisateurs est en effet destiné à augmenter, puisque, selon les chiffres de l'agence de l'ONU pour les TICs, l'ITU, seulement 2,3 milliards de personnes sont aujourd'hui connectées à l'internet, soit en moyenne approximativement 70% des ménages dans les pays développés et seulement 20 % dans les pays en voie de développement. L'internet est donc loin d'être aussi répandu qu'il pourrait l'être. D'autre part, les services de l'internet mobile, consultable depuis un téléphone portable, sont devenus l'un des services les plus dynamiques des TICs (ITU, 2012). Or, le rapport spatio-temporel est différent entre une interface fixe et consultable de façon intermittente, comme un ordinateur de bureau, et une interface mobile et potentiellement en permanence accessible, comme l'est un téléphone portable. Par exemple, nous pensons que l'importance de plus en plus grande que prend l'internet dans le cadre d'organisations spontanées de rue est redevable de cette évolution.

Cela rend d'autant plus intéressant le point de vue psychologique sur la question de l'internet. Nous avons en effet adopté un certain point de vue, plus sociologique et politique, sur la question de l'internet et la question de la nouveauté que cette technique apporte. Mais nous pensons que dans un tel domaine, il faut pouvoir travailler dans un esprit interdisciplinaire et rester ouvert à d'autre vue, tel que l'aspect psychologique, voire philosophique, de l'internet. En effet, on se rendra peut-être de plus en plus compte de l'impact de l'internet dans les manières d'agir, et cela pourrait modifier considérablement la société. Un chercheur, Bruce Bimber, avait par exemple argumenté que la quantité supplémentaire d'informations disponibles sur internet ne conduirait pas à une augmentation de l'engagement citoyen, parce que la capacité intellectuelle humaine à accumuler et à traiter de l'information était foncièrement limitée (Garrett, 2006, p.205). Par ailleurs, certaines personnes pensent que l'immédiateté des TICs entraîne une impossibilité chez les jeunes à s'engager de façon durable. Ce qui se manifesterait par l'impossibilité de s'engager de façon sûre pour le futur, même dans le cas d'un engagement sur un court laps de temps, comme un rendez-vous pour la semaine prochaine. Ces aspects sont intéressants parce qu'ils touchent à la question philosophique fondamentale de savoir « qu'est-ce que l'homme ? ». Ils posent la question de savoir dans quelle mesure les interfaces techniques que nous utilisons ne modifient pas en profondeur et de façon durable nos manières de communiquer, d'agir et, *in fine*, de penser.

Bibliographie

- BARMAN Emily A., 2002, « Asserting Difference: The Strategic Response of Nonprofit Organizations to Competition », *Social Forces*, vol. 80 (n°4), p. 1191-1222.
- BARRY John et PROOPS John, 1999, « Seeking sustainability discourses with Q methodology », *Ecological Economics*, vol. 28, p. 337-345.
- BBC [Duncan Hewitt], 2012, « It Started With a Tweet » (en deux parties), Documentaries, Londres, BBC [British Broadcasting Corporation], 10 et 17 juillet 2012, disponible en ligne sur : <<http://www.bbc.co.uk/programmes/p00v13g5>>.
- BENNETT W. Lance, 2008, « Changing Citizenship in the Digital Age » in *Civic Life Online: Learning How Digital Media Can Engage Youth*, BENNETT W. Lance (éd.), Cambridge, The MIT Press, 2008, p. 1-24.
- BIMBER Bruce, FLANAGIN Andrew J. et STOHL Cynthia, 2005, « Reconceptualizing Collective Action in the Contemporary Media Environment », *Communication Theory*, vol. 15 (n°4), p. 365-388.
- BIMBER Bruce, STOHL Cynthia et FLANAGIN Andrew J., 2009, « Technological Chance and the Shifting Nature of Political Organization », in CHADWICK Andrew et HOWARD Philip (éds.), *Routledge Handbook of Internet Politics*, New York, Routledge, 2009, p. 72-85.
- BOURE Robert et BOUSQUET Franck, 2010, « Enjeux, Jeux et Usages d'une Pétition Politique en Ligne. "La pétition Vauzelle" », *Réseaux*, vol. 6 (n°164), p. 127-159.
- BOZONET Jean-Paul, 2004, « De-institutionalising Environmentalism, The Shift from Civil Institutions to a Fake State Institutionalisation », in OSTI Georgio et PELLIZZONI Luigi (éds.), *Local Institution Building for the Environment: Perspectives from East and West* [Actes conference sur CD-rom], Gorizia, University of Trieste, 9-10 septembre 2004, disponible sur : <<https://sites.google.com/site/bozonnet/Home/publications-recentes>>, consulté le 23 décembre 2011.
- BRANDTZÆG Petter Bae, HEIM Jan, KARAHASANOVIĆ Amela, 2011, « Understanding the new digital divide—A typology of Internet users in Europe », *International Journal of Human-Computer Studies*, vol. 69 (n°3), p. 123-138.
- BREINDL Yana, 2010, « Critique of the Democratic Potentialities of the internet : A Review of Current Theory and Practices », *TripleC*, vol. 8 (n°1), p.43-59.
- BROWN William A. et IVERSON Joel O., 2004, « Exploring Strategy and Board Structure in Nonprofit Organizations », *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, vol. 33 (n°3), p.377-400 .
- CASTELLS Manuel, 2003 [1^{re} éd. : 1997], « El reverdecimiento del yo: el movimiento ecologista », in *La era de la informacion. El poder de la identidad*, Buenos Aires, Alianza, 2003, p. 135-158, cité dans Pulgar, 2010.
- CASTELLS Manuel, 2010 [1^{re} éd. : 1996], *The Rise of the Network Society*, Malden, Blackwell Publishing.
- CHADWICK Andrew, 2006, *Internet politics : states, citizens, and new communication technologies*, New York, Oxford University Press.

- CHADWICK Andrew, 2007, « Digital Network Repertoires and Organizational Hybridity », *Political Communication*, vol. 24 (n°3), p. 283-301.
- CHADWICK Andrew et HOWARD Philip (éds.), 2009, *Routledge Handbook of Internet Politics*, New York, Routledge.
- CHILD Curtis D. et GRONBJERG Kirsten A., 2007, « Nonprofit Advocacy Organizations: Their Characteristics and Activities », *Social Science Quarterly*, vol. 88 (n°1), p. 259-281.
- CHRISTENSEN Clayton M., 1997, *The Innovator's Dilemma*, New York, Harper Business Books.
- CHU Yin-Wah et TANG James T.H., 2005, « The Internet and Civil Society: Environmental and Labour Organizations in Hong Kong », *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 29 (n°4), p.849-866.
- CNRTL [Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales], 2012, « internet » [en ligne], accessible sur : <<http://www.cnrtl.fr/definition/academie9/internet>>, consulté le 10 juillet 2012.
- CONTAMIN Jean-Gabriel, 2001, *Contribution à une sociologie des usages pluriels des formes de mobilisation : L'exemple de la pétition en France* [thèse de doctorat en Science politique], Paris, Université de Paris I.
- COURRIER INTERNATIONAL [Steve Lohr], 2012, « Vos données personnelles valent de l'or » [article de journal], Paris, Courrier International, n°1130 (du 28juin au 4 juillet 2012), p.52.
- DEMANDFORCE, 2012, « Power Users Shall Inherit the Internet: Why You Should Pay Attention to the Facebook Power User » [en ligne], accessible sur : <<http://blog.demandforce.com/wp-content/uploads/2012/05/Facebook-Power-Users2.png>>, consulté le 17 juin 2012.
- DIANI Mario, 1992, « The concept of social movement », *Sociological Review*, vol 40 (n°1), p. 1-25.
- DIANI Mario, 2000, « Social Movements Networks virtual and Real », *Information, Communication & Society*, vol. 3 (n°3), p. 386-401.
- DIANI Mario et DONATI Paolo R., 1999, « Organisational change in Western European Environmental Groups : A framework for analysis », *Environmental Politics*, vol. 8 (n°1), p. 13-34.
- DOUBLE CLIK AD PLANNER, 2011, « The 1000 most-visited sites on the web » [en ligne], accessible sur:<<http://www.google.com/adplanner/static/top1000/>>,consulté le 26 avril 2012.
- DREZNER Daniel W., 2010, « Weighing the Scales: The Internet's Effect On State-Society Relations », *The Brown Journal of World Affairs*, vol. 16 (n°2), p. 31-44.
- EARL Jennifer, 2006, « Pursuing Social Change Online : The Use of Four Protest Tactics on the internet », *Social Science Computer Review*, vol. 24 (n°3), p. 362-377.
- EARL Jennifer et KIMPORT Katrina, 2009, « Movement Societies and Digital Protest: Fan Activism and Other Nonpolitical Protest Online », *Sociological Theory*, vol. 27 (n°3), p. 220-243.
- EARL Jennifer, KIMPORT Katrina, PRIETO Greg, RUSH Carly et REYNOSO Kimberly, 2010, « Changing the World One Webpage at a Time : Conceptualizing and Explaining internet Activism », *Mobilization : An International Journal*, vol. 15 (n°4), p. 425-446.

- EDWARDS Arthur, 2004, « The Dutch women's movement online. Internet and the organizational infrastructure of a social movement », in VAN DE DONK Wim, LOADER Brian, NIXON Paul G. Et RUCHT Diter (éds.), *Cyberprotest: new media, citizens and social movements*, London, Routledge, p. 183-206.
- FERRIGNO-STACK Josephine, ROBINSON John P., KESTNBAUM Meyer, NEUSTADTL Alan et ALVAREZ Anthony, 2003, « Internet and Society : A Summary of Research Reported at Webshop 2001 », *Social Science Computer Review*, vol. 21 (n°73).
- FILLIEULE Olivier, MATHIEU Lilion et PÉCHU Cécile (éds), 2009, *Dictionnaire des mouvements sociaux*, Paris, Presses de Sciences Po.
- FLANAGIN Andrew J., STOHL Cynthia et BIMBER Bruce, 2006, « Modeling the Structure of Collective Action », *Communication Monographs*, vol. 73 (n°1), p. 29-54.
- FLICHY Patrice, 2000, « Technologies fin de siècle : l'Internet et la radio », *Réseaux*, vol. 18 (n°100), p. 249-271.
- GARRETT Kelly R., 2006, « Protest in an information society. A review of literature on social movements and new ICTs », *Information, Communication & Society*, vol. 9 (n°2), p. 202-224.
- GAGLIO Gérald , 2011, *Sociologie de l'innovation*, Paris, Presses universitaires de France [coll. Que sais-je?].
- GRATALOUP Christian, 2010 [1^{re} éd : 2007], *Géohistoire de la mondialisation. Le temps long du monde*, 2^e éd., Paris, Armand Colin [coll. Collection U.].
- GRANJON Fabien, 2001, *L'internet militant : mouvement social et usages des réseaux télématiques*, Rennes, Editions Apogée.
- HASSAN Robert, 2004, *Media, Politics and the Network Society*, Maidenhead, Open University Press.
- HENSON Llewellyn Lafayette, 1980, *Use of the Delphi Technique, University community involvement in the creation of a library building program at Florida institute of technology* [thèse de doctorat], Tallahassee, The Florida State University.
- HOAXBUSTER.COM, 2012, « Pétitions en ligne ? » [en ligne], accessible sur : <<http://www.hoaxbuster.com/forum/petitions-en-ligne#comment-4952>>, consulté le 20 juillet 2007.
- HUSTINX Lesley et LAMMERTYN Frans, 2004 « The Cultural Bases of Volunteering : Understanding and Predicting Attitudinal Differences Between Flemish Red Cross Volunteers », *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, vol. 33 (n°4), p. 548-584.
- ITU [International Telecommunication Union], 2012, « Key statistical highlights: ITU data release June 2012 », disponible sur : <http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/material/pdf/2011%20Statistical%20highlights_June_2012.pdf>, consulté le 8 août, 2012.
- JUN Jungni, 2011, « How climate change organizations utilize websites for public relations », *Public relations Review*, vol. 37 (n°3), p. 245-249.
- KANG Seok et NORTON Hanna E., 2004, « Nonprofit organizations' use of the World Wide Web: are they sufficiently fulfilling organizational goals? », *Public Relations Review*, vol. 30, p. 279-284.
- KARPF David, 2010, « Online Political Mobilization from the Advocacy Group's Perspective : Looking Beyond Klikivism », *Policy & internet*, vol.2 (n°4), p.7- 41.

- KARPF David, 2012, *The MoveOn effect. The unexpected Transformation of American Political Advocacy*, New York, Oxford University Press.
- KAVADA Anastasia, 2009, « Email Lists and the Construction of an Open and Multifaceted Identity », *Information, Communication & Society*, vol. 12 (n°6), p.817-839.
- KRIESI Hanspeter, 1996, « The organizational structure of new social movements in a political context », in MCADAM Doug, MCCARTHY John D. et ZALD Mayer N. (éds.), *Comparative Perspectives on Social Movements Political Opportunities, Mobilizing Structures, and Cultural Framings*, Cambridge, Cambridge University Press, p. 152-184.
- LALIBRE.BE, 2012, « Anonymous lance 500 noms en pâture » [en ligne], Bruxelles, La Libre Belgique, accessible sur : <<http://www.lalibre.be/actu/belgique/article/749294/anonymous-lance-500-noms-en-pature.html>>, consulté le 12 juillet 2012.
- LALIBRE.BE, 2007, « Une petite pétition se mue en grande manifestation » [en ligne], Bruxelles, La Libre Belgique, accessible sur : <<http://www.lalibre.be/actu/belgique/article/384016/une-petite-petition-se-mue-en-grande-manifestation.html>>, consulté le 7 août 2012.
- LESOIR.BE, 2007, « La pétition pour l'unité de la Belgique dope le site » [en ligne], Bruxelles, Le Soir, accessible sur : <http://archives.lesoir.be/la-petition-pour-l-8217-unite-de-la-belgique-dope-le-si_t-20070830-00CTPT.html>, consulté le 7 août 2012.
- LEWIS Lewis, 2005, « The civil society sector: A review of critical issues and research agenda for organizational communication scholars », *Management Communication Quarterly*, vol. 19 (n°2), p. 238-267.
- LINDLOF Thomas R. et TAYLOE Bryan C., 2011 [1^{re} éd. : 1995], *Qualitative Communication Research Methods*, Thousand Oaks, SAGE Publications.
- MARQUET Jacques et JANSSEN Christophe, 2012, *Lien social et internet dans l'espace privé*, Louvain-la-Neuve, Academia.
- MAYNES Mary Jo, PIERCE Jennifer L., et LASLET Barbara, 2008, *Telling Stories. The Use of Personal Narratives in the Social Sciences and History*, Ithaca, Cornell.
- MERRY Melissa K., 2011, « Interest Group Activism on the Web : The case of Environmental Organizations », *Journal of Information Technology & Politics*, vol. 8 (n°1), p. 110-128.
- MILES Raymond E. et SNOW Charles C., 1978, *Organizational strategy, structure, and process*, San Francisco, McGraw-Hill.
- OKOLI Chitu et PAWLOSKI Suzanne D., 2004, « The Delphi method as a research tool. An example design consideration and application », *Information and Management*, vol. 42, p. 15-29.
- OLLITRAULT Sylvie, 1999, « De la caméra à la pétition-web : le répertoire médiatique des écologistes », *Réseaux*, vol. 17 (n°98), p. 153-185.
- PETRAY Theresa Lynn, 2011, « Protest 2.0: online interactions and Aboriginal activists », *Media, Culture & Society*, vol. 33 (n°6), p. 923-940.
- PICKERILL Jenny, 2003, *Cyberprotest. Environmental activism online*, Manchester et New York, Manchester University Press.
- POWELL Walter W. et STEINBERG Richard, 2006 [1^{re} éd : 1987], *The Nonprofit Sector : A Research Handbook*, 2^e éd., New Haven, Yale University Press.

- PULGAR SAN MARTIN Marcela, 2010, *Le rôle des organisations de la société civile de défense de l'environnement : le cas du Chili* » [mémoire de Master en Sciences et gestion de l'environnement], Bruxelles, Université Libre de Bruxelles.
- PUTNAM, Robert D., 2000, *Bowling alone : the collapse and revival of American community*, New York, Simon & Schuster.
- QUIVY Raymond et VAN CAMPENHOUDT Luc, 2006 [1^{re} éd. : 1995], *Manuel de recherche en sciences sociales*, Paris, Dunod.
- ROOTES Christophe, 2004, « Environmental Movements » in SNOW David A., SOULE Sarah A. et KRIESI Hanspeter (éds), *The Blackwell Companion to Social Movements*, Malden, Oxford et Victoria, Blackwell Publishing, p. 608-640.
- SAEED Saqib, ROHDE Markus, WULF Volker, 2011, « Conducting ICT Research in Community Networks: Reflections from a Long Term Study of the European Social Forum », *The Journal of Community Informatics*, vol 7 (n°3), s.p.
- SALAMON Lester M., SOKOLOWSKI S. Wojciech, *et al.*, 2004 « Comparative Data Tables from *Global Civil Society: Dimensions of the Nonprofit Sector; Volume 2* », Sterling, Kumarian Press, accessible sur : <<http://ccss.jhu.edu/publications-findings?did=308>>, consulté le 8 août, 2012.
- SAXTON Gregory D. et GUO Cha, 2011, « Practices of Nonprofit Organizations Accountability Online: Understanding the Web-Based Accountability », *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, vol. 40 (n°2), p. 270-295.
- SCHERRER Isabelle, 2005, « Internet, un réseau sans frontière ? Le cas de la frontière franco-belge », *Annales de Géographie*, vol. 114 (n°645), p. 471-495.
- SNOW David A., SOULE Sarah A. et KRIESI Hanspeter (éds), 2004, *The Blackwell Companion to Social Movements*, Malden, Oxford et Victoria, Blackwell Publishing.
- STEIN Laura, 2009, « Social movement web use in theory and practice : a content analysis of U.S. Movement websites », *New Media Society*, vol. 11 (n°5), p. 749-771.
- STEIN Laura, 2011, « Environmental website production : a structuration approach », *Media, Culture and Society*, vol. 33 (n°3), p. 363-384.
- STRANGE Michael, 2011, « 'Act now and sign our joint statement!' What role do online global group petitions play in transnational movement networks? », *Media Culture Society*, vol. 33 (n°8), p. 1236-1253.
- STOLLE Dietlind et HOOGHE Marc, 2005, « Inaccurate, Exceptional, One-Sided or Irrelevant? The Debate about the Alleged Decline of Social Capital and Civic Engagement in Western Societies », *British Journal of Political Science*, vol. 35 (n°1), p. 149-167.
- SUDMAN Seymour et KALTO Graham, 1986, « New Developments in the Sampling of Special Populations », *Annual Review of Sociology*, vol. 12, p.401-429.
- TATARCHEVSKIY Tatiana, 2011, « The "popular" culture of internet activism », *New Media Society*, vol. 13 (n°2), p. 297-313.
- TAYLOR Verta et VAN DYKE Nella, 2004, « "Get Up, Stand Up" : Tactical Repertoires of Social Movements » in SNOW David A., SOULE Sarah A. et KRIESI Hanspeter (éds), *The Blackwell Companion to Social Movements*, Malden, Oxford et Victoria, Blackwell Publishing, p. 262-293.

- TEWKSBURY David et RITTENBERG Jason, 2009, « Online news creation and consumption : implication for modern democracies » in CHADWICK Andrew et HOWARD Philip (éds.), 2009, *Routledge Handbook of Internet Politics*, New York, Routledge, p. 186-200.
- TILLY Charles, 1978, *From Mobilization to Revolution*, New York, Random House.
- VAN DEN BROEK Tijds A., EHRENHARD Michel L., LANGLEY David J. et GROEN Aard J., 2012, « Dotcauses for sustainability: combining activism and entrepreneurship », *Journal of Public Affairs*, vol. 12 (n°3), p. 214-223.
- VAN LAER Jeroen et VAN AELST Peter, 2010, « internet and Social Movement Action Repertoires », *Information, Communication and Society*, vol. 13 (n°8), p. 1146-1171.
- VAN LAETHEM Mathieu, 2012, *Rapport sur l'utilisation de l'Internet parmi les associations environnementales en Wallonie* [Enquête menée dans le cadre du stage du Master en Sciences et Gestion de l'environnement, Université Libre de Bruxelles], Namur, Fédération Inter-Environnement Wallonie.
- WATERS Richard D., BURNETT Emily, LAMM Anna et LUCAS Jessica, 2009, « Engaging stakeholders through social networking: How nonprofit organizations are using Facebook », *Public Relations Reviews*, vol. 35 (n°2), p. 102-106.
- WIKIPÉDIA.ORG, 2012, « Parti pirate » [en ligne], accessible sur : <http://fr.wikipedia.org/wiki/Parti_pirate>, consulté le 28 juillet 2012.
- YELYAM, 2012, « L'été : saison des fermetures mythiques et des pétitions bidons... » [en ligne], Bxl.blog, 11 juillet 2012, accessible sur : <http://www.bxlblog.be/2012/07/11/lete-saison-des-fermetures-mythiques-et-des-petitions-bidons/?utm_source=feedburner&utm_medium=feed&utm_campaign=Feed%3A+Bxlblog+%28bxlblog%29>, consulté le 15 juillet 2012.
- YOUNG Lisa et EVERITT Joanna, 2004, *Advocacy Groups*, Vancouver, University of British Columbia Press.
- ZAHRA Shaker A., GEDAJLOVIC Eric, NEUBAUM Donald O., SHULMAN Joel M., 2009, « A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges », *Journal of Business Venturing*, vol. 24 (n°5), p.519-532.
- ZORN Theodore E, FLANAGIN Andrew J. et SHOHAM Mirit Devorah, 2011, « Institutional and Noninstitutional Influences on Information and Communication Technology Adoption and Use Among Nonprofit Organizations », *Human Communication Research*, vol. 37, p. 1-33.
- 1SKY [BOEVE May, BUTLER Liz, MCKIBBEN Bill et TAYLOR Betsy], 2012, « A BIG Announcement » [en ligne], accessible sur : <<http://www.1sky.org/blog/2011/04/a-big-announcement>>, consulté le 28 juillet 2012.

Sites internet

Analysés lors de l'enquête

- ADAM, 2007, « Don't sign Avaaz.org petitions » [en ligne], Verbo.se, 14 juin 2007, accessible sur : <<http://verbo.se/dont-sign-avaazorg-petitions>>, consulté le 28 juillet 2012.
- AVAAZ, 2012 a, « Informations financières et budget d'Avaaz » [en ligne], accessible sur : <http://www.avaaz.org/fr/avaaz_expenses_and_financial_information>, consulté le 6 août 2012.
- AVAAZ, 2012 b, « Notre mouvement mondial » [en ligne], accessible sur : <<http://www.avaaz.org/fr/community.php>>, consulté le 25 juillet 2012.
- AVAAZ, 2012 c, « Temps forts/Nature et environnement » [en ligne], accessible sur : <<http://www.avaaz.org/fr/highlights--natural-world.php>>, consulté le 6 août 2012.
- LAPETITION.BE, 2007, « Pour l'Unité de la Belgique - Voor de eenheid van België », accessible sur : <<https://www.lapetition.be/static/affiche-408.pdf>>, consulté le 7 août 2012.
- PETITIONS.AGORA.EU.ORG, 2009, « À vous de jouer...Créer une pétition » [en ligne], accessible sur : <http://petitions.agora.eu.org/creer_une_petition.html>, consulté le 23 juillet 2012.
- PETITIONS.AGORA.EU.ORG, 2008, « Qui sommes-nous ? À propos de ce site » [en ligne], accessible sur : <<http://petitions.agora.eu.org/apropos.html>>, consulté le 23 juillet 2012.
- PETITIONS.AGORA.EU.ORG, 2010, « Foire aux questions » [en ligne], accessible sur : <<http://petitions.agora.eu.org/faq.html>>, consulté le 23 juillet 2012.
- PETITIONENLIGNE.FR, 2012, « Code éthique » [en ligne], accessible sur : <<http://www.petitionenligne.fr/code-ethique>>, consulté le 5 août 2012.

Simplement cités

- Ipetitions : www.ipetitions.com/
- Mesopinions.com : www.mesopinions.com
- MoveOn : www.moveon.org
- My First Company : www.myfirstcompany.com
- Pétitionduweb.com : www.petitionduweb.com
- PétitionEnligne : www.petitionenligne.fr
- PetitionOnline : « www.petitiononline.com »
- Pétition Publique : www.petitionpublique.fr
- Petitions24.net : www.petitions24.net
- Observations.be : www.observations.be
- 350.org : www.350.org
- 1Sky : www.1sky.org

Annexes

a. Capture d'écran de la page d'accueil du site internet LaPetition.be

b. Interview avec l'association 1

Date de l'entrevue : le 27 juillet 2012

Durée de l'enregistrement : 69'44"

MVL : Je suis étudiant à l'Université Libre de Bruxelles, en gestion de l'environnement. Je réalise un mémoire sur les utilisations de l'internet par les ONG. J'ai découvert lors de mes recherches que les pétitions en ligne paraissaient soit très mystérieuses, soit très suspectes. Je cherche donc des associations qui ont lancé de telles pétitions pour avoir leur témoignage. Ma première question est de savoir quel est votre rôle dans la gestion de ces pétitions ?

A.1 : Je suis dans l'association depuis 2009. Mon rôle est « online marketing », ce qui regroupe deux casquettes. D'une part, la casquette communication et optimisation de la partie mobilisation de l'association. D'autre part, l'autre casquette est la partie *fundraising*, autrement dit la partie online marketing, optimisation de « la conversion des personnes en digitale ».

Dans l'aspect mobilisation, je m'occupe de tout ce qui est mobilisation autour des pétitions. « La pétition est *un* outil de mobilisation, mais on en a plusieurs. » « La palette d'outils est assez large. » Il y a aussi le *send the letters*, il y a Facebook, Twitter, ... il y a donc « toute une palette d'outils, qu'on décide d'utiliser en fonction de la campagne, de l'objectif de la campagne, et de comment aussi on veut atteindre les objectifs [...] ». Parce que les gens ne le savent pas forcément, mais il y a du contenu derrière nos campagnes, il y a du fond, des recherches scientifiques, des preuves. On choisit donc l'outil « [...] qui correspond le mieux en termes de victoire et d'objectif à atteindre. » « En termes de mobilisation on peut aller très loin, en tout cas en digital on peut faire beaucoup de choses ».

MVL : Est-ce que cela arrive qu'une campagne ne soit pas avec une pétition ?

A.1 : Oui. Par exemple, l'une de nos campagnes, c'était un *send the letters* contre une entreprise X. Le but était de mobiliser les gens dans chaque pays vis-à-vis des dirigeants de l'entreprise. Dans une autre campagne contre une entreprise, je n'étais pas encore chez Greenpeace, mais il n'y avait pas de pétition non plus. On a utilisé une manière détournée, à savoir que c'était les fans qui demandaient à l'entreprise de réduire ses impacts environnementaux. Il n'y avait donc pas d'objectif en termes de nombre. Une autre campagne était similaire, car elle n'impliquait pas non plus de pétition. On a aussi fait des campagnes uniquement sur Facebook, où il n'y a pas forcément de pétition derrière.

Donc, le choix de l'utilisation d'une pétition ou non « [...] ça dépend des objectifs, de ce qui est le plus efficace pour atteindre les objectifs. » « Ça dépend fortement de la campagne. » Les campagnes sans pétition, ce sont des cas où la campagne n'était pas « [...] une pétition que l'on remet à une personne, ou à un gouvernement, ou à un État, ou aux Nations-Unis. »

MVL : Quels sont les critères alors ? Parce que je pensais vraiment que la campagne contre l'entreprise X était une pétition.

A.1 : Non, ce n'était pas une pétition. Les gens envoyaient une lettre, avec un modèle de base, mais modifiable à loisir. C'est ça un *send the letters*. La campagne s'est aussi passée sur Facebook, car les fans ont été interpellés la marque sur sa page. Notre association a donc « utilisé les consommateurs acteurs pour faire changer la cible. »

MVL : Quels sont alors les critères pour décider d'utiliser une pétition ou une autre tactique ?

A.1 : « Généralement, quand c'est plutôt une décision qui est faite au niveau gouvernemental, ou au niveau plus international, on va généralement avoir plus tendance à utiliser une pétition, ou un processus de décision plus lent, ou un processus de décision où on a besoin d'avoir un grand nombre. »

L'une de nos campagnes est un bon exemple. Ils essayent de récolter 1,2 millions de signatures d'habitants d'un seul pays pour pouvoir introduire une proposition de loi. En Belgique, on a utilisé un outil Facebook qui permettait de retrouver les amis de ce pays et ainsi les convaincre de signer. Ou notre campagne similaire en Europe il y a deux ans. On a fait une campagne avec une autre association internationale. La masse critique de 1 million de signatures a permis d'introduire un projet de loi au niveau européen.

MVL : Il y avait également une pétition de cette autre association internationale sur le même sujet que votre campagne pour obtenir 1,2 millions de signatures. C'était une campagne distincte de celle de votre association ?

A.1 : Oui. La nôtre était plus constructive, c'était pour introduire institutionnellement une proposition de loi. La leur, qu'on a soutenue aussi, était plutôt une mesure d'urgence pour faire pression sur le dirigeant du pays afin qu'il pose son veto à une loi, votée par le parlement mais très défavorable à l'environnement. « Il a posé son veto à *certaines* parties, donc c'était une *demi*-victoire. »

MVL : C'est intéressant de voir la différence entre une pétition ciblée dans un cadre institutionnel, et la pétition plus classique, où l'on réclame quelque chose.

A.1 : Oui, c'est ça, « ce n'est pas vraiment une pétition, c'est plutôt convaincre, essayer d'avoir une masse critique qui convainc, et qui « harcèle » [...] » avec un *send the letters*.

MVL : Ça veut dire que dans la campagne de l'autre association internationale, qui a obtenu 2 millions de signatures, il n'y avait pas spécialement besoin de récolter des signatures spécifique ?

A.1 : Attention, les 1,2 millions, ça ne pouvait être que des gens du pays. « L'autre, il n'y avait pas d'objectif spécifique. »

MVL : En fait, je pose la question car une critique récurrente est qu'une pétition récolte beaucoup de signatures internationales qui ne font pas sens pour les hommes politiques dans un pays spécifique, pour un problème spécifique.

A.1 : Justement, pour ce dirigeant, cela fait sens, parce qu'il est soucieux de l'image internationale de son pays, et sur notre thème de campagne en particulier. « C'est quand même utile d'avoir une pression internationale, même si ce n'est pas que des gens du pays concerné. » De toute façon, quand on a des cas aussi importants que celui-là, c'est une problématique internationale.

MVL : Est-ce que ces campagnes sont menées uniquement en ligne ou également en rue ?

A.1 : « Généralement en parallèle. » « Ça dépend des campagnes, ça dépend de la vitesse. » Internet permet de monter rapidement une action. Par exemple, pour l'action d'urgence contre le dirigeant, on a fait ça uniquement en ligne.

Mais dans un autre cas, on a profité de la vitesse de mise en place, mais on a dû aussi diversifier les sources de signatures en menant la campagne également *offline*. On a lancé la pétition le lendemain ou le surlendemain d'une catastrophe industrielle et environnementale majeure. On a donc travaillé tard pour être sur la balle, et on a eu un résultat à la mesure, puisqu'on a récolté 10 000 signatures en une semaine, ce qui est « énorme ». « Mais après ça va retomber. », ça dure un mois, deux mois. « L'*offline* permet de récolter des signatures, de toucher un autre public, de rencontrer les gens, d'expliquer la problématique, ce qu'on n'a pas toujours l'occasion de faire sur le net. » « Donc, je pense que c'est complémentaire. » Mais imprimer, faire récolter dans la rue, tout ça coûte cher. Donc, le choix d'utiliser une pétition en ligne ou non, « [...] ça dépend des campagnes, ça dépend si on a besoin d'atteindre un objectif critique assez rapidement. »

MVL : Est-ce que le fait de monter ces pétitions permet de créer des coalitions entre associations ?

A.1 : Oui. Dans le cas de la pétition au sujet de cette catastrophe industrielle et environnementale, on a lancé la pétition, puis on l'a proposé à d'autres associations pour en faire une plate-forme, qui est toujours active. « On a demandé l'aide des autres ONG, qui sont venues nous rejoindre. »

MVL : Et est-ce que la rédaction du contenu de la pétition s'est faite à plusieurs ou bien votre association l'a fait de façon indépendante ?

A.1 : Bien qu'on soutienne parfois d'autres pétitions, généralement, ce sont des campagnes de notre association.

MVL : Autrement dit, la façon traditionnelle de faire des campagnes pour votre association est de le faire de sa propre initiative, donc il n'y a pas vraiment de raisons que cela change avec l'internet ?

A.1 : Non, effectivement.

MVL : Pour revenir sur le problème du public, est-ce dans le cas de la catastrophe industrielle et environnementale, comme votre revendication ne concernait que la Belgique, est-ce que vous avez cherché à limiter le public qui aurait eu l'autorisation de signer ?

A.1 : « Le problème sur l'internet, c'est qu'il n'y a pas de frontière, donc on ne peut pas limiter [...] ». Donc on ne filtre pas à l'entrée, d'autant plus que la plate-forme d'hébergement des pétitions est commune aux autres branches de l'association et internationale, donc la limiter aux Belges n'aurait pas de sens.

Par contre, on filtre à la sortie, par rapport aux signatures qui sont délivrées et on ne prend que celles qui sont belges. De plus, les « mécanismes d'activation » sont différents. Par exemple, dans ce cas-là on n'a diffusé l'information que vers la population belge.

MVL : Par rapport au tri des signatures, est-ce qu'il y aurait des problèmes avec des fausses signatures, soit volontairement, soit involontairement ?

A.1 : Généralement, il y a une validation de l'e-mail, pour limiter les signatures à une par adresse e-mail. Ce que tout le monde ne fait pas, « [...] ça permet déjà d'écarter une bonne partie des doublons. ». On limite également aux personnes qui ont plus de 18 ans, donc on demande la date de naissance. On a aussi un code pour ne pas faire signer par des robots. Puis, les déduplications, ce n'est pas toujours évident en *online*, parce qu'on peut très bien avoir quelqu'un qui signe dans la rue et en ligne. Malheureusement, on ne peut pas tout contrôler. « Des doublons il y en aura toujours. » On peut aussi vérifier avec notre base de données, mais ça demande beaucoup de travail de regarder manuellement.

Le problème marketing est d'avoir un juste milieu. Il ne faut pas en demander de trop, au risque que les gens se sentent trop contrôlés. Les gens demandent pourquoi on demande la date de naissance. Une des raisons, c'est aussi ça, pour vérifier les doublons. « Nous on essaye de mettre des freins pour limiter les doublons, mais on n'essaie pas non plus de freiner les gens pour signer en demandant une liste énorme de champs pour signer. ». Quand on regarde les grands sites pour faire signer des pétitions, généralement il y a nom, prénom, e-mail et parfois même que cela.

MVL : Au final, le résultat est plutôt satisfaisant, ou bien il y a quand même beaucoup de doublons ?

A.1 : « On essaye quand même de les nettoyer, donc pour moi le résultat est satisfaisant. »

Puis les gens signent parce qu'ils sont convaincus. Je ne vois pas non plus l'intérêt de mettre n'importe quoi. « Moi j'estime qu'il y a moins de 1 % de déchets [...] », et personne n'a jamais soulevé vraiment le problème dans le département campagne.

De plus, on essaye toujours de dépasser le chiffre annoncé finalement, pour garantir que le chiffre que l'on donne est sûr. Par exemple, on a obtenu 110 000 signatures pour une pétition que l'on a annoncée comme ayant récolté 100 000 signatures.

MVL : Et après cela, comment se passe la remise ?

A.1 : Cela dépend du chargé de campagne. Pour la catastrophe industrielle et environnementale, on a fait une conférence de presse, avec une remise assez originale, mais on n'a pas remis matériellement les 100 000 signatures.

« En fait, je n'ai pas fait tellement de pétitions, et en fait on n'utilise pas tellement les pétitions. Enfin, on les utilise, mais on essaye de ne pas trop abuser de l'outil pétition. »

Moi je ne suis pas un grand fan des sites internationaux où on peut signer des pétitions à répétition, parce que toujours utiliser le même outil ça finit par tuer l'outil. Mais ça, c'est mon opinion personnelle, ce n'est pas celle de mon association. « Toujours utiliser le même outil, je pense que ça affaiblit au final une pétition. »

MVL : Trouvez-vous que c'est plutôt une bonne chose que votre association fasse des partenariats avec ce genre de sites internationaux ?

A.1 : Ça dépend. Sur le cas cité plus haut de pression sur la dirigeante et d'introduction d'une proposition de loi, on l'a fait en parallèle. Sur un autre cas, depuis hier, un de ces sites s'est proposé de nous aider. Ils le font de manière différente. Ils le font juste aux États-Unis, en ciblant une personne là-bas. « Ils ne font pas tout à fait la même chose que nous, mais ils nous aident quand même. »

MVL : C'est eux qui sont venus vers vous, ou l'inverse ?

A.1 : Je ne sais pas. Je pense que notre association a été les contactés aussi, mais ils y ont aussi un intérêt.

MVL : C'est intéressant que vous en parliez, parce que sinon je serais peut-être passé à côté de cette action, puisqu'elle ne concerne que les USA.

A.1 : Oui, je pense qu'il ne cible que les États-Unis, parce que c'est pour un responsable américain. « Ce qui n'est pas le même objectif que nous. Nous, on essaye de récolter une grosse masse de gens pour les amener aux Nations-Unis [...] » et que ceux-ci règlent le problème à l'échelle internationale.

MVL : Autrement dit, cela tourne autour des mêmes thèmes, mais avec des objectifs différents.

A.1 : Oui. Plus précisément, ce sont les mêmes causes, mais pas les mêmes objectifs.

MVL : Pour les pétitions que vous avez vu passer dans votre association, pensez-vous que l'outil a été efficace ?

A.1 : « Jusqu'à présent, honnêtement, oui. Pourquoi ? Parce qu'on n'en abuse pas, je pense, qu'on réfléchit avant de faire une pétition. Enfin non, pas toutes, mais bon, la grosse majorité oui. » Par exemple, pour la catastrophe industrielle et environnementale, c'est rare d'avoir une pétition qui récolte 100 000 signatures en Belgique. Je pense qu'en six semaines on avait atteint 50 000 personnes. « Le résultat est là à moitié [...]. Mais je pense que là, elle a été efficace. »

« Ce n'est pas toujours évident de juger une pétition à son efficacité, parce qu'il y a plein d'autres facteurs qui entrent en compte. » La pétition européenne à 1 million de signatures, elle, est en cours au Parlement européen. Mais je ne sais pas exactement quel est son statut d'avancement. Dans un premier temps, elle a peut-être été rejetée, à cause d'une erreur de procédure au niveau européen. Ils l'ont introduit peut-être trop tôt. « Mais l'objectif était atteint, c'était ça qui était positif. » Une autre pétition qui a un peu moins bien marché, c'est une pétition en ligne et *offline* il y a deux ans sur un problème environnemental dans un pays étranger. Elle avait été lancée en Belgique par un événement avec des personnalités de ce pays. La conscientisation, elle, a marché, mais le résultat n'était pas là. C'est parce qu'en fait il est très difficile de faire bouger les gouvernements dans ce pays, et que la problématique était peu connue et compliquée. Mais nous le savions d'avance. De plus, « Le problème des récoltes de signatures en papier, c'est qu'il faut toujours mettre beaucoup de moyens en personnel, donc ce n'est pas toujours évident. »

MVL : Quel a été le rythme d'utilisation des pétitions durant ces dernières années ?

A.1 : Durant ces trois dernières années, il y a eu une pétition par an. Les autres campagnes ont été menées par d'autres moyens, plus traditionnels. Sur les campagnes que l'on portait en Belgique, cela fait donc un ratio d'approximativement 1 sur 4, car il y a eu plus ou moins quatre grosses campagnes par an. Par exemple, l'année passée, je ne suis pas sûr, mais je pense qu'en plus de ce que nous avons relayé de l'internationale, nous avons eu trois campagnes belgo-belges, dont une avec une pétition.

Je tenais aussi à faire remarquer qu'il y a en fait peu d'associations qui ont la force de pouvoir mobiliser, avec des pétitions ou des *send the letters*. « On m'a encore fait la remarque il y a quelques semaines, que l'on avait la « chance » de pouvoir utiliser cet outil, et d'avoir la force de pouvoir récolter et mobiliser quand même pas mal de personnes. » Une autre association environnementale le fait, mais c'est rare. « Médecins sans frontières » aussi, c'est rare. UNICEF en fait une pour l'instant, mais c'est rare aussi. Parmi les autres ONG, il y a « Avaaz ». Aux États-Unis, il y a « care2.com », qui est une plate-forme, une communauté, qui tourne autour de l'environnement, qui permet de rassembler plusieurs organisations et rassemble entre autres leurs pétitions. Une autre association environnementale en fait aussi, une fois par an. [Je cite une autre association] Je ne connaissais pas. Au niveau international... Puis le site « pétition.be », mais ce n'est pas une ONG.

Puis, à nouveau, il faut rappeler la place de la pétition au sein des autres tactiques de mobilisation, à savoir « un outil parmi d'autres ». « À mon avis, chez les gens, que l'on fasse un *send the letters* ou une pétition, c'est la même chose, on demande aux gens de se mobiliser, donc peut-être que d'un point de vue externe, grand public, ils ne font pas la différence entre une pétition classique et un *send the letters*. » Pour le grand public, c'est toujours la même chose, même sur Facebook. Il y a peu d'ONG qui ont cette force de mobilisation.

MVL : Oui, particulièrement à l'international.

A.1 : Oui, « parce que [notre association] est construite comme ça. » Comme la campagne contre l'entreprise X déjà cité plus haut, qui a été menée sans du tout recourir au papier ou à l'*offline*, « avec une belle victoire à la clé. » Ça montre bien que notre association se réinvente et essaye de rester à la pointe. « C'est toujours les mêmes objectifs, mais sous des formes différentes, sous des formats différents. »

MVL : Et internet fait partie des nouveaux outils pour mobiliser ?

A.1 : C'est certain.

MVL : Est-ce que vous comptez changer quelque chose dans cette utilisation, ou bien vous avez trouvé une forme assez efficace ?

A.1 : « Pour l'instant, c'est un très bon outil, pour plein de choses, surtout qu'il y a les réseaux sociaux ». Cependant, « À l'avenir, il faudra trouver d'autres outils ou les améliorer. » pour toucher un maximum de gens, les faire changer.

MVL : Est-ce qu'il y a des feed-backs aux signataires ?

A.1 : « Oui, c'est la moindre des choses, [...] et même bien avant que la pétition soit remise parce qu'on essaye de mobiliser les gens [...] », pour mobiliser et pour remercier. « Et on essaye d'améliorer encore plus le processus derrière ».

MVL : Et ça peut aller jusqu'à combien de temps après la remise de la pétition ?

A.1 : Les signataires ont la possibilité de s'inscrire aux newsletters. Les nouvelles sont donc transmises avec les newsletters, de façon générale. « Mais on essaye d'aller de plus en plus loin, en fait. On essaye de les garder et de les accompagner le plus loin possible, surtout quand il y a d'autres choses derrière la pétition. » Cette autre chose, c'est notamment une plate-forme de mobilisation, dans le cas d'une de nos campagnes. C'est aussi un outil super important. Cette plate-forme permet de s'engager, avec des points, des défis, etc. Les personnes de cette communauté ouvrent à 45-55 % leur mail, contre en moyenne 20-25 % par ailleurs. Ce sont des gens super motivés, et le but est de les garder motivés. « Le problème est que ça prend beaucoup de temps. » Ça prend du travail d'écrire, de réfléchir aux mécanismes de mobilisation, etc. Ça prolonge donc la durée de vie de la pétition, mais c'est un nouveau mécanisme à mettre en place, parce que c'est seulement la deuxième campagne pour laquelle on utilise cela.

MVL : Avec une communication dédiée alors ?

A.1 : Oui, car liée à la campagne.

MVL : Quand a commencé cette campagne ?

A.1 : Depuis un an, depuis 2011, mais en Belgique ce n'est plus vraiment actif, car on n'a plus vraiment le temps de s'en occuper. Le dernier e-mail a été envoyé début juin, afin que les personnes interpellent la commissaire européenne sur le sujet de la campagne. « C'est un super outil pour les chargés de campagne. » Les gens voient qu'on n'abandonne pas la campagne, et c'est super important. « Parce que la critique que l'on a parfois beaucoup [à propos de notre association], c'est que l'on saute du coq à l'âne. »

MVL : Apporter ces feedbacks-là, ça c'est permis par internet ?

A.1 : Oui, car faire ça en *offline*, ça demande d'encoder toutes les données, ce qui est très peu efficace en termes d'argent et de temps. On ne le fait donc pas, « C'est malheureux, c'est dommage, nous-mêmes on trouve ça dommage parce que c'est un potentiel de personnes que l'on pourrait informer, que l'on pourrait garder chez nous, qui serait intéressées de recevoir des infos. »

MVL : Est-ce que vous ouvrez les pétitions aux commentaires, et si que faites-vous de ces commentaires ?

A.1 : Nous ne permettons pas les commentaires sur la pétition elle-même. « Si on veut que les gens signent, il faut essayer de minimiser les infos, et ne pas donner un texte énorme. » Néanmoins, il n'est pas évident d'expliquer les thématiques en trois lignes.

Mais il y a aussi une seconde page, avec de l'information et des commentaires. Les gens peuvent également poster leurs commentaires via d'autres canaux, comme Facebook, et l'association y répond. Ces réponses sont importantes pour que les gens se sentent concernés, et le succès d'une page Facebook en découle. Ce n'est cependant pas toujours évident, le fait de devoir continuellement se justifier.

MVL : On dit que la pétition est un mode d'engagement facile [lui-même donne le terme exact : du slacktivisme], mais d'autre part est-ce que certaines pétitions pourraient mettre en danger les signataires ?

A.1 : « En Belgique, je ne pense pas, [...] parce qu'en Belgique ce n'est pas un pays où les gens ont peur d'exprimer leur opinion. », les gens ne sont pas menacés. Puis notre association ne demande pas d'agir dans des actes de rébellion, ou contre des cibles qui pourraient se retourner contre les signataires. Nous, c'est contre des pays démocratiques ou des dirigeants d'entreprise.

Puis, les noms des signataires ne s'affichent pas publiquement, donc on ne met pas en danger les signataires. D'un autre côté, « On a eu la remarque, il n'y a pas longtemps, de personnes qui voulaient avoir accès à la liste entière des signataires. » Des gens qui pensaient que des entreprises, opposées à une entreprise que l'on ciblait par une pétition, auraient demandé à leurs employés de participer à notre campagne. Nous n'avons pas encore posé la question à nos avocats, mais je pense que la vie privée nous défend de leur donner ces informations.

Un autre exemple, il paraît qu'un groupe de hackers aurait volé des données des employés d'une entreprise que l'on ciblait et aurait ainsi injecté leur signature dans la pétition contre cette entreprise. La position officielle de notre association est claire, nous n'avons rien à voir avec ça. De plus, le fait qu'ils l'aient réellement fait est encore à vérifier.

MVL : Avant internet, on n'aurait pas pu réaliser une telle chose ?

A.1 : « C'est toujours possible. Des bidouilleurs, il y en a toujours eu. »

Nous on est prudent par rapport à ces hackers, parce que tout ce que l'on fait, c'est toujours légal.

MVL : Vous pensez que la critique du slacktivisme touche juste ?

A.1 : Il y avait une émission de télévision « Intermédia », de 2011 peut-être, sur les pétitions et le slacktivisme. J'avais été interrogé, mais je ne me souviens pas de ma position.

« Le slacktivisme, je suis mitigé. Je pense que c'est quand même un acte de signer une pétition. » L'activisme en ligne comme nous le pratiquons n'est pas du slacktivisme, parce que signer une pétition, c'est quand même un acte, c'est quand même s'engager par un acte démocratique, qui dans un État totalitaire ne pourrait pas avoir lieu. « Même si ça n'a pas d'influence, ou si les politiques ne l'écoutent pas, c'est quand même des voix de citoyens qui s'opposent à quelque chose ou veulent faire entendre leur voix, donc pour moi ce n'est pas du slacktivisme. » Pour moi, le slacktivisme, c'est les sites d'hébergement de pétition, parce que l'utilisation de la pétition est multipliée à outrance.

MVL : Est-ce que vous voulez rajouter quelque chose ?

A.1 : Non, « je pense qu'on a bien fait le tour ».

c. Interview avec l'association 2

Date de l'entrevue : le 2 août 2012

Durée de l'enregistrement : 45'46"

MVL : Je réalise donc une recherche sur les nouveautés de l'internet pour les associations environnementales. Précisément, ma question est de savoir quelle est la pertinence des pétitions en ligne. Ma première question concerne ce que vous aviez dit précédemment au téléphone. Votre association ne ferait en fait pas forcément souvent de pétition ?

A.2 : « Pas [notre association en] Belgique. » Afin d'avoir un impact plus important, notre association en Belgique relaye les pétitions des branches de l'association dans d'autres pays. La dernière en date, c'était une pétition avec une association internationale pour la loi environnementale d'un pays étranger.

La dernière pétition belge, quant à elle, était il y a deux pour une réunion internationale importante. L'avant-dernière était pour l'entrée de la Belgique dans un groupe de gestion d'un problème environnemental.

On peut également se rallier à une plate-forme, avec des « organisations sœurs », comme on l'a fait il n'y a pas longtemps.

MVL : Il y en a donc que vous avez géré plus spécialement ?

A.2 : Oui, celle pour la réunion internationale importante. « C'était un avion virtuel, dans lequel les gens pouvaient monter, virtuellement. Le message était destiné à la ministre, pour demander qu'elle tienne une position forte lors de la [réunion]. » Ils ont fait tout le côté pratique (gestion de la base de données, etc.).

MVL : Et cette pétition était seulement menée en ligne ?

A.2 : Pour celle sur l'entrée de la Belgique dans le groupe de gestion du problème environnemental, elle n'était menée que sur papier. Pour celle il y a deux ans, elle n'était menée qu'en ligne. « On n'a jamais fait *nous* de pétition mix, donc en ligne et papier. »

MVL : Y a-t-il une raison à cela ?

A.2 : Comme je vous l'ai dit, nous on en fait très peu. C'est beaucoup plus simple en ligne dans le cas des relais.

MVL : Pour celle il y a deux ans, étiez-vous seul à la mener ?

A.2 : Oui. Elle avait été initiée suite à la demande de notre cellule lobby.

MVL : Et dans le cas des pétitions que vous relayez ?

A.2 : Dans le cas des pétitions venant des organisations sœurs, ce n'est vraiment que du simple relais. Pour les pétitions qui viennent de notre association internationale, c'est de la traduction. Par exemple, une pétition initiée par le bureau européen auprès des institutions européennes, on l'a traduit en français, puis c'est le bureau central qui l'implémente, et enfin nous nous occupons de la diffuser en Belgique.

MVL : Une diffusion que vous effectuez par quels canaux ?

A.2 : Par les e-mails, le site internet, les réseaux sociaux, la newsletter, ... bref, les canaux classiques *online*.

MVL : Est-ce que cela arrive que vous ne cibliez qu'un public particulier, comme seulement les habitants d'un seul pays ?

A.2 : « À partir du moment où on est sur le net, on ne peut pas faire autrement, on ne peut pas empêcher ça. » Puis ce n'est pas très important, si cela ne reste qu'une minorité parmi une majorité de Belges. Mais je ne sais pas si au moment où ils ont sorti la liste pour la pétition il y a deux ans, ils ont fait le tri et enlevé les signatures non belges, car je n'étais pas là.

MVL : Pour la remise de la pétition, est-ce qu'il y a quelque chose un événement spécial qui est organisé ?

A.2 : Pour celle il y a deux ans, oui. Il y avait à l'aéroport une remise en mains propres à la ministre, avec en toile de fond une banderole sur laquelle étaient collées les photos des signataires. Le but était d'avoir quelque chose d'imagé pour les médias. Pour celle déjà citée avec l'association internationale, il n'y a pas eu de remise officielle, « pas que je sache en tout cas » car « Nous on voulait les actes. On voulait savoir si [le dirigeant du pays] allait mettre son veto ou pas. [Le dirigeant] a mis un veto partiel, donc on était *partiellement* content. » Le délai pour poser un veto était très court, seulement deux semaines. Mais nous savions que le parlement allait voter dans ce sens, donc cela avait été préparé. Cette pétition-là a été menée en collaboration avec deux autres associations internationales.

MVL : Est-ce que l'une de ces organisations a initié la démarche ?

A.2 : Je n'ai pas les détails. Nous n'avons fait que relayer. Ils ont peut-être choisi que ce soit hébergé par l'une de ces associations, comme chez eux les pétitions sont très importantes. « L'important c'est que ça se fasse. »

MVL : Vous avez vu l'efficacité de la pétition ?

A.2 : « Oui, on a vu directement l'efficacité. Oui, bien sûr, avec les réactions. » Puis, à partir du moment où nous avons diffusé la pétition, nous avons vu l'effet sur le compteur de signatures de chez l'association qui l'hébergeait, et ça fait plaisir.

MVL : Est-ce que vous avez une idée de si c'était le public classique de votre association ?

A.2 : Non, aucune idée. Il n'y a en fait moyen de savoir ça que si on a une connaissance personnelle des gens et qu'on les voit défiler dans le compteur, ce qui est extrêmement compliqué.

MVL : Est-ce qu'il y a un problème avec les fausses signatures ?

A.2 : « Comment on peut le savoir ? » « C'est la même chose en rue, les gens signent ce qu'ils veulent. » Si on introduit un *opt-in*, on déforce le côté réactif de la pétition. L'*opt-in*, c'est la case à cocher pour donner l'autorisation à utiliser ses données. L'*opt-out*, c'est quand c'est déjà coché et qu'il faut décocher. Le renvoi par e-mail, c'est le double *opt-in*. S'ils veulent ré-utiliser les adresses, par exemple pour une newsletter, ils doivent l'indiquer clairement par un tel *opt-in*.

MVL : Est-ce que vous renvoyez des réactions ? Des feed-backs ?

A.2 : « Aux signataires, non. On a tenu au courant de l'évolution [...] mais on n'a pas réécrit aux signataires, parce que là on a besoin de l'*opt-in*. Et quand c'est gérer au niveau l'international, c'est beaucoup plus compliqué, parce les lois d'un pays ne sont pas les mêmes. » Mais on diffuse des feed-backs par nos nouvelles, comme nos newsletters par exemple.

MVL : C'est compliqué de mettre au point un mécanisme de feed-backs ?

A.2 : C'est très important les feed-backs, mais « Ça dépend quel outil on utilise. ». Avant, notre association avait un outil, une plate-forme d'« activisme *online* », multilangue. Là on pouvait donner un feed-back, parce que les gens s'inscrivaient à la plate-forme. Aujourd'hui, nous n'avons plus d'outil comme cela, mais une nouvelle plate-forme est en développement.

MVL : Sur cette plate-forme, les personnes étaient en quelque sorte membres en ligne de votre association ?

A.2 : « Non, c'était vraiment devenir activiste, mais en ligne. » La base de données était assez puissante pour que l'on puisse donner des informations ciblées.

MVL : Pourquoi a-t-elle disparu ?

A.2 : Elle était peut-être un peu obsolète. Puis notre association à son niveau international a changé d'autres choses dans la gestion de son site, donc « une chose entraînant une autre ». Mais ils développent un nouvel outil, qui sera finalisé pour la fin de l'année.

MVL : Dans le cas des pétitions que vous avez relayées, est-ce qu'il y avait des cas où le fait de signer aurait pu être dangereux ?

A.2 : « Nous on n'est pas une organisation noir/blanc, donc on n'a jamais des positions en disant ça c'est bien, ça c'est mal, on va toujours chercher le dialogue. » « C'est lié à notre mission, à qui on est. » « On cherche toujours le dialogue. » Comme dans le cas de la pétition pour que la Belgique entre dans le groupe de gestion d'un problème environnementale.

MVL : Quel était le message de cette dernière pétition ?

A.2 : C'était en 2004. Le message de cette pétition était simple, et on a récolté, peut-être, 40 000 signatures papier en quelques semaines. Finalement, la pétition a marché, puisque la Belgique est devenue membre de ce groupe. Dans le cas de la réunion internationale, « Le message était *très* compliqué. » « Pour [la pétition pour la dirigeante], c'était simple : veto. »

MVL : Est-ce que cela vous arrive de soutenir des pétitions manifestes ?

A.2 : Non, parce que dans ce cas ce n'est plus une pétition. « Il faut vraiment qu'il y ait derrière quelque chose qui change. »

MVL : Est-ce que vous permettez les commentaires avec vos pétitions ?

A.2 : On pourrait. On n'est pas contre, mais on ne fait en fait que relayer. Puis, tout le site est ouvert à la critique, pour les gens qui ne sont pas pour.

MVL : Mais vous n'ouvrez pas une case commentaire avec les autres champs à compléter ?

A.2 : Non.

MVL : Est-ce que vous clôturez les pétitions ?

A.2 : « Oui, il y a toujours une date de fin. » Après, la pétition ne sert plus à rien, puisque l'action sur laquelle on tente d'influer est passée. De toute façon, on ne mobilise pas pendant des mois et des mois.

MVL : Quelle est l'évolution temporelle des signatures ?

A.2 : Sur les pétitions que l'on ne fait que relayer, je ne sais pas, mais sur les nôtres on voit le trafic de transit, et voit les pics d'affluence dès qu'on sort une newsletter, qui est notre moyen principal de contact.

MVL : Combien de temps dure une pétition ?

A.2 : « Ça peut aller de 15 jours à 6 mois, dépendant du sujet, si c'est un sujet plus de fond. » Quelque chose de plus émotionnel génère plus de signatures. « Une pétition, on réagit dans l'émotion. Quelque chose de très visuel, très émotionnel, va générer beaucoup plus de signatures qu'une demande plus... ».

MVL : Est-ce qu'il y a moyen de sensibiliser à un problème en demandant de signer ?

A.2 : Oui ça marche, une pétition peut combiner les deux fonctions, et d'ailleurs « Chez nous, systématiquement. » Par exemple, pour la pétition sur la réunion internationale, la thématique était compliquée et nous y avons sensibilisé les gens. C'est en fait très important que les gens aient compris les problématiques. « Puis, il y a des gens qui nous font totalement confiance, qui vont signer, puis il y a des gens qui vont d'abord s'informer, puis dire « oui, j'adhère à ça, ou non je ne signe pas. » » « Pour nous, en tout cas, en tant qu'association, c'est très important que les gens aient compris la problématique. »

MVL : Comment renouvez-vous les sujets de pétition ?

A.2 : En fonction de l'actualité. « On ne fait pas des pétitions pour faire des pétitions, donc c'est vraiment en fonction de l'actualité. »

MVL : Est-ce qu'il y aurait plus de fausses signatures en ligne que sur papier ?

A.2 : « Comment est-ce qu'on peut l'évaluer ? [...] On ne sait pas évaluer les fausses signatures. »

MVL : Sur papier également ?

A.2 : « Ça n'a pas vraiment d'intérêt non plus. Si on adhère à une cause, et qu'on dit « oui, je vais soutenir », pourquoi irais-je mettre une fausse signature ? Si je n'ai pas envie, je ne le fais pas. « Ça peut être aussi simple que ça. Encore plus en ligne que quand on a quelqu'un devant vous. »

MVL : Mais il se pourrait simplement que les gens encodent mal ?

A.2 : De nouveau, il n'y a pas moyen de le savoir, si on ne les recontacte pas personnellement.

MVL : Et quel est le format de sortie des pétitions ?

A.2 : Un tableau excel, avec tous les champs que l'on a demandé de compléter.

MVL : Est-ce que vous pensez que quelqu'un regarde ces tableaux ? À la sortie chez vous et à la réception chez les destinataires ?

A.2 : « Je pense que c'est simplement le fait de savoir qu'il y a des gens qui ont signé. Et puis, il y aussi la crédibilité de l'association. » Une petite association avec beaucoup de signatures paraîtra peu crédible. « *Online*, à la limite plus que les pétitions papier, c'est le buzz qui se fait autour, c'est de savoir qu'il y a quelque chose qui se passe autour. » L'équipe du dirigeant que l'on ciblait ne pouvait pas ne pas être au courant de la pétition qui tournait à son propos.

Ainsi, dans le cas d'une action vers des hommes politiques, nous prévenons systématiquement les cabinets des personnes ciblées, ne fût-ce que pour avoir une adresse où envoyer les cartes ou les e-mails quand c'est ce moyen que nous utilisons. « En général, ils jouent le jeu, parce que ce n'est pas leur intérêt que l'on dise après « ils n'ont pas voulu ».

MVL : Et c'est pour quel genre d'action ?

A.2 : Toutes nos actions ne sont pas non plus des actions de contestation. Parfois, on envoie également des cartes virtuelles pour remercier des gens qui font de bonnes choses. Il y a quelques années, on a des remerciés des hommes politiques comme cela. Pour l'instant, on le fait aussi pour des hommes qui s'engagent sur le terrain dans des conditions difficiles.

MVL : Utilisez-vous plus des cartes ou des pétitions ?

A.2 : Nous on ne choisit pas.

MVL : Il y a d'autres systèmes que celui de la pétition ou de l'envoi de cartes dans les systèmes de mobilisation de masse ?

A.2 : Oui. Par exemple, on utilise maintenant un système de défi. « C'est un moyen un peu sympa » de mobiliser, et c'est une nouvelle façon de mobiliser par internet, comme avec les médias sociaux. Par exemple, la diffusion de la pétition pour le dirigeant fut très rapide par Twitter.

MVL : Deux millions de signatures, c'est bien ça ?

A.2 : Je ne sais pas.

MVL : Est-ce que votre association faisait des manifestations avant internet ?

A.2 : Non, « On n'est pas comme [d'autres associations], on a moins ce côté participation. » Nous nous travaillons dans le consensus, nous discutons. On l'a cependant fait une fois, dans le cadre des manifestations pour le climat organisées par la Coalition climat autour de Copenhague, en 2009, comme on faisait partie de cette plate-forme.

MVL : Est-ce que vous négociez les positions défendues par cette Coalition climat ?

A.2 : Oui, notre équipe lobby fait partie de cela. Ils travaillent avec les autres associations.

MVL : Du coup, quand il y a une position commune, il n'y a aucun mal à l'assumer.

A.2 : Effectivement.

MVL : Pour vous, ce serait quoi la pétition idéale en ligne ?

A.2 : L'idéal serait pas de pétition du tout, car une pétition part toujours de problème.

d. Interview avec l'association 3

Date de l'entrevue : le 7 août 2012

Durée : 101'29"

MVL : Mon projet prend place dans le cadre d'une réflexion sur les nouveautés qu'a créées l'internet pour les associations. J'aimerais également faire une partie plus précise sur les usages de la pétition en ligne, etc. C'est pourquoi j'interroge des associations. J'aurais également aimé rencontrer des personnes qui gèrent des plates-formes d'hébergement de pétition, mais cela ne semble pas possible.

A.3 : Non, effectivement, le site « LaPetition.be », je pense que c'est un site exclusivement commercial, donc ils ne font le suivi que pour avoir des annonceurs. Ce n'est pas nous qui avons développé le site pour notre dernière campagne sur la mobilité, c'est un des groupes qui travaillait avec nous. On l'a découvert par après qu'ils avaient utilisé l'outil pétition.be. « Et c'est vrai que c'était assez surréaliste parfois quand tu voyais ce que tu avais au-dessus comme publicité. Parce que tu étais quand même pour [des moyens de transport plus vert] et moi je me suis retrouvé [...] une fois avec la publicité pour les voyages pour Ryannair, une autre fois pour les voitures machin. »

MVL : Combien de pétitions avez-vous menées ces dernières années ?

A.3 : Une sur la mobilité, une autre pour une meilleure réglementation de normes environnementales, et une troisième, mais « c'était à la marge de la pétition ». Il n'y avait pas qu'une demande, il y avait un cahier de revendications derrière, et on l'avait transformé en pétition. La demande de la pétition, c'était « Je demande aux politiques de mettre l'environnement au centre de leur processus de décision. » « C'est les trois principales, pendant que j'étais ici. »

MVL : Et une autre sur un problème industriel et environnemental ?

A.3 : Oui, mais elle a été initiée par une autre association environnementale, puis portée par l'ensemble des associations environnementales. Elle ne nous est donc pas spécifique.

Il y en avait une autre, mais on était aussi en soutien, et qui avait peut-être été lancé par encore une autre association environnementale. « Donc, une petite demi-douzaine, pas plus. » Dont trois pour lesquelles nous étions vraiment les initiateurs. Même si on a pu être un des moteurs pour d'autres, comme celle contre le problème industriel et environnemental.

MVL : Et la troisième, avec le cahier de revendications, vous la définiriez plutôt comme une pétition ou plutôt comme un manifeste ?

A.3 : « C'est une bonne question. J'essaye de revoir comment on avait formulé les choses. *In fine*, c'était quand même plutôt une pétition. Parce que, effectivement, le fait que les gens souscrivent à une revendication, comme on avait tourné les choses, fait que cela devenait une sorte de pétition. Puisque « je demande que... » » Mais c'était quelque chose de plus global. Parce qu'habitude, une pétition, il n'y a qu'une demande. « Ici il y avait tout un processus, et c'était *un* des éléments de l'action. Elle ne s'autosuffisait pas. »

MVL : Le modèle opposé, c'était la pétition sur la mobilité ?

A.3 : « La pétition était au centre effectivement. » Puis on a été déposé le résultat au ministre.

MVL : Et pour la pétition au sujet des normes environnementales ?

A.3 : « Là, c'était aussi la même démarche, de dire il y a x milliers de personnes qui demandent cela. Et nous, on les soutient aussi, pour telle et telle raison aussi. »

MVL : Est-ce ces pétitions sont l'occasion de créer des coalitions ?

A.3 : « Ça dépend vraiment sur quel sujet on travaille. » Il y a des sujets sur lesquels l'association travaille seule, parce qu'elle est la seule association à s'occuper de ces sujets au niveau régional, à part des cas locaux. Pour une question de légitimité, on essaye de rendre politiquement audibles ces discours, par des études et par le choix des termes. Le problème industriel et environnemental, c'était un enjeu fédéral, donc c'était logique de s'assembler. « D'autant plus, on

était vraiment dans une vision identique. Il n'y a pas de visions différentes entre le Nord et le Sud. » Alors que sur d'autres sujets il y a des différences, parce que la gestion flamande est différente de celle wallonne, et les revendications bruxelloises sont encore différentes. « Ça dépend vraiment des acteurs, de la problématique, de son niveau de décision, et aussi de la manière dont elle est portée au niveau de chacune des régions. »

MVL : Est-ce que dans ces collaborations, il y a une association qui prend le leadership ?

A.3 : Il y a toujours quelqu'un qui coordonne. Pour la pétition sur la mobilité, c'était nous, alors que sur le problème industriel et environnemental c'était l'association qui avait lancé l'action. « Il y a toujours un coordinateur identifié comme tel. » pour l'opérationnel. « Quand c'est important, d'accord on se consulte. »

MVL : Est-ce que vous travaillez souvent avec les associations avec lesquelles vous montez ces plates-formes ?

A.3 : « On a des concertations, de toute façon, mensuelles [avec nos homologues] ». Ce sont des réunions politiques. Puis il y a des réunions plus ponctuelles, pour la communication et la mobilisation. Récemment, depuis 2 ans, on a essayé d'avoir un axe d'action commun sur deux ans. Le dernier, c'était le problème industriel et environnemental. Le prochain, je ne sais pas, et on n'en a pas encore discuté. C'est nécessaire, même si on n'a pas forcément autant de fois plus de moyens qu'il n'y a d'associations, et puis chacun met ce qu'il peut et ce qu'il veut, aussi en fonction de ses priorités. Ainsi, on a mis plus de moyens dans la plate-forme pour la mobilité, notamment parce qu'une partie de nos collaborateurs sont des volontaires. Le résultat de cette plate-forme fut que, de la part des hommes politiques : « Il y a eu vraiment une volonté de leur part. La démarche est même venue d'eux, avant même qu'on ne les sollicite, puisque nous on voulait solliciter un rendez-vous. Eux-mêmes ont entrepris une démarche vers nous, avant même que l'on ne soit dans la demande. » « Simplement le fait que [la campagne entreprise] soit médiatisée, et qu'elle existe simplement. Je pense que c'est une première qu'on puisse mettre tous ces acteurs-là autour de revendications communes, et le fait qu'il y ait cette réalité-là donnait une légitimité à ce que l'on portait. »

MVL : Et la collaboration se poursuit ?

A.3 : Oui, « La plate-forme n'était pas uniquement destinée à obtenir un rendez-vous. » Mais parfois, il y a des désaccords. Sur des projets plus ponctuels, on a des désaccords. Par exemple, sur l'une de nos communications, l'un des groupes qui travaillaient avec nous s'est retiré.

MVL : Est-ce ce genre de coalitions sont intéressantes ?

A.3 : « C'est difficile, parce que l'enjeu environnemental n'est pas encore un enjeu qui est mis sur un pied d'égalité avec l'enjeu social et l'enjeu économique. » Ce n'est pas le cas pour la plate-forme sur la mobilité. Par contre, pour la Coalition climat, c'est le cas, on a des grandes règles générales, mais rien de concret, car on ne trouve rien de commun avec certains des autres groupes. Or, la plate-forme a une position officielle, « ça nécessite de minorer les discours pour réussir à arriver à un consensus. » Donc, on est dans le dilemme entre dire un minimum en commun, ou défendre le maximum mais chacun de son côté.

Sur le problème industriel et environnemental, par exemple, ça été difficile de sortir une position commune, et on a du mal à s'y retrouver. « On était nous plus en retrait dans l'analyse négative que les autres ne l'étaient. » On voulait pointer les côtés positifs. Or, les autres pointaient seulement le côté négatif. Mais sortir chacun de son côté, ça aurait prêté le flanc à la critique, montré notre désunion, et montré que l'on était « déconnectés de toute réalité. » « Je trouve que c'était l'occasion de montrer que l'on sait aussi *parfois* être pragmatique, pas parfois toujours. » « Vers l'extérieur, quand tu as travaillé ensemble pendant deux ans ensemble, c'est difficile de sortir avec des analyses du résultat divergentes. » « Le danger était de donner l'image d'un mouvement environnemental qui est en désaccord, qui se fractionne, etc., etc. » C'est le problème de la bouteille à moitié vide ou à moitié pleine.

MVL : Ce jugement-là est-il le jugement de l'efficacité de la campagne ?

A.3 : Oui, en quelque sorte « Pour ce qui est de l'efficacité des campagnes, c'est vraiment au coup par coup. » Un autre exemple, ce n'était pas une campagne, c'était un travail de sensibilisation, il y a 5 ou 6 ans, avec des associations de terrain, pour montrer l'insuffisance de la législation. On allait sur le terrain pour recenser les problèmes. « On essaye toujours de ne pas être les seuls porteurs de ce que l'on demande. Pour nous, il est important que quand même le public concerné sache pourquoi on défend ça. » « Et, là, on a eu une efficacité totale, puisque la loi a été revue. Et là, en plus, on avait vraiment deux lobbys qui s'opposaient. » Parce que nous étions contre les pratiquants de certaines pratiques dans certains milieux, avec une association hyper active qui avait lancé, elle, une pétition. « On a obtenu l'interdiction totale de [ces pratiques dans certains milieux]. »

MVL : Est-ce que vous menez beaucoup de campagnes avec une mobilisation de masse, et parmi celles-là, en menez-vous beaucoup avec une pétition ?

A.3 : On travaille peu avec les pétitions, parce qu'on essaye de travailler avec les gens et de détricoter les phénomènes NIMBY. « Le travail, c'est vraiment un travail d'éducation, et de construction commune de positions communes, et puis on va porter ça plus vers le politique

ensemble. » On bénéficie de notre expertise auprès du niveau politique régional. Au niveau communal, les hommes politiques sont plus sensibles au phénomène nimbyste, parce qu'ils sont plus immergés dedans. Puis, nous on ne s'occupe pas de ces problèmes communaux très locaux. On essaye simplement que les associations aillent vers le politique avec des positions non simplement nymbistes.

MVL : Et ce travail de sensibilisation, vous arrivez également à l'avoir avec des campagnes plus larges, comme celle sur la mobilité ?

A.3 : « On a essayé en tout cas de faire en sorte que les gens sachent pourquoi ils signent. » « Ce qui fait qu'aussi, c'est clair, on a des signataires peut-être plus concernés, plus sensibles à ce qu'ils signent, mais on en a parfois moins. » C'est le dilemme, entre la « revendication slogan » et la sensibilisation

MBL : Et vous, vous faites assez peu appel à la mobilisation d'humeur ?

A.3 : De toute façon, ce sont des enjeux complexes. On demande par exemple plus de taxes, et expliquer pourquoi est complexe, et on aura difficilement des signataires pour ça. « Les gens sont de toute façon plutôt contre quelque chose que pour. » Les pétitions, sur 6 ans que je suis ici, on n'en a fait que trois. « Ce n'est pas l'outil prédominant pour nous, clairement pas. C'est vraiment un truc en soutien. Ce n'est jamais l'outil numéro un. » Dans d'autres problématiques, on attend que ce soit oui ou non, donc on peut l'utiliser plus facilement. Eux n'ont pas ce genre de position tranchée. Donc ils font un travail de sensibilisation, avec d'autres acteurs. Par exemple, pour les agrocarburants. Pour certains problèmes, ça peut être plus simple, parce que vis-à-vis de ces problèmes pour certains il y a une forme instinctive de résistance. Mais ça reste aussi une thématique complexe.

MVL : Les trois pétitions que vous avez portées, vous les avez menées en ligne ou dans la rue ?

A.3 : La pétition politique, à 90 % en ligne et à 10% en papier. Mais il y aussi plusieurs journaux qui l'ont relayée, et donc le papier a finalement compté pour un peu plus que 10 %. Peut-être 20 %.

En ce qui concerne le problème industriel et environnemental, il y a eu beaucoup de signatures papier. « La première vague a été vraiment une vague sur internet. Je dirais 1/3, 2/3 ». Les premiers 35/40 000 c'est par internet, et le reste par papier.

MVL : Pourquoi ?

A.3 : « Je pense que ceux que tu as eus dans un premier temps, c'est ceux qui étaient vraiment sensibilisés à la question, qui étaient à l'écoute de ce qui se passait, de ce qu'on mettait en place, suite, notamment, parce que c'est dans la suite d'[une catastrophe dans ce domaine]. » Spontanément ils sont venus. Après, ça été un travail de sensibilisation. « On les a convaincus, et après les avoir convaincus on a obtenu leur signature. Tandis que les autres, ils étaient déjà convaincus et ils sont venus instinctivement mettre quelque chose. »

Pour la pétition sur la mobilité, ça a été la même chose. La thématique était complexe, donc on a eu besoin de pouvoir en discuter. Significativement, certains ont essayé de déposer des exemplaires de la pétition dans des magasins, mais ça n'a pas marché, contrairement à des pétitions plus locales, parce que la thématique n'est pas évidente et qu'il faut pouvoir persuader les gens. Alors qu'*a priori*, la thématique semblerait pouvoir convaincre tout le monde. La même chose a eu lieu avec la pétition sur le problème industriel et environnemental

MVL : Et il y a moyen d'avoir ce rapport de conviction avec les gens dans la rue ?

A.3 : « Mais ça demande énormément de temps. » C'est quelque chose que l'on devrait planifier plus en détail. Même nos membres, il faut qu'on les sensibilise, et ce n'est pas toujours évident.

MVL : Une question que j'avais par rapport à cette différence entre la pétition en rue et la pétition en ligne, c'est est-ce qu'il y a un problème avec les fausses signatures et, s'il y en a un, est-ce qu'il est plus important que dans la rue ?

A.3 : « Je t'avoue que l'on ne s'est jamais interrogés par rapport à ça. » On utilise le système de validation d'adresse e-mail. « On n'a jamais été plus loin dans l'analyse des choses. Je ne suis pas convaincu que grand nombre le fasse d'ailleurs. Ce qui est un peu gênant, je suis bien d'accord. » Dans notre cas, bien qu'on puisse multiplier les champs, on n'a jamais les moyens de vérifier la validité des données fournies.

MVL : Et ça c'est pareil dans la rue ou sur internet ?

A.3 : « À la rigueur, je ne vois pas trop l'intérêt pour quelqu'un dans la rue de signer avec une fausse signature. Parce qu'il suffit de dire non. Et sur internet non plus. » Ce qui peut arriver, c'est que quelqu'un inscrive la signature de quelqu'un d'autre contre son gré, pour la farce par exemple. Mais faire ça en ligne est relativement compliqué, puisqu'il faut créer une fausse adresse e-mail avec laquelle on va faire signer l'autre. On a eu aussi un cas où l'autre, peut-être moins de 10 pour la pétition politique, de signatures de quelqu'un par quelqu'un d'autre dans la même famille. Dans ce cas, sur la demande de la personne qui n'a pas été consultée, on enlève la signature, mais on dit aussi de qui vient la signature indésirable, pour notre crédibilité.

MVL : Mais il n'y a jamais eu quelqu'un qui vous disait que votre pétition poserait problème à cause des signatures ?

A.3 : Non. Par contre, on a des cas de personnes qui veulent retirer leur signature quelques années après avoir signé, surtout si la pétition reste en ligne quelques années.

« C'est tout le problème de l'internet. » On peut trouver toute l'activité de quelqu'un en ligne, même bien des années plus tard. Pareillement pour Facebook. « Les gens ne se rendent pas compte que l'internet c'est ouvert. »

MVL : Sur ce sujet, je me demandais dans quelle mesure signer une pétition pourrait être dangereux ?

A.3 : Les pétitions extrémistes, les gens sont eux-mêmes extrémistes, donc, dans ce cas-là, la question ne se pose pas. « Je pense que si tu signes, c'est que fondamentalement tu adhères et tu ne réfléchis pas à ce moment-là. » Tu as un exemple d'une pétition qui serait dangereuse ?

MVL : Oui. Dans le domaine de l'activisme en général, on connaît le cas d'activistes syriens qui bloguaient depuis la France, mais dont les familles ont eu de problèmes en Syrie par après à cause de cette activité.

A.3 : « On revient sur tout ce qu'est l'internet. Le fait que c'est complètement ouvert, etc. » Prenons le cas de la pétition pour défendre les « 4 du secours rouge », quatre présumés terroristes, dont les droits étaient quelque peu malmenés. Si quelqu'un signe une telle pétition, cela a des conséquences, parce que d'une part la Sûreté de l'État l'aura peut-être archivé, et il aura une image d'extrême gauche, donc pour se faire engager chez Coca-Cola, ce sera plus compliqué. « Mais effectivement, les gens ne se rendent peut-être pas compte, et ça n'a peut-être pas d'impact. » Par exemple, pour trouver un emploi, cela peut être important. Est-ce que, en tant qu'employeur, tout le monde est capable de faire la différence entre les compétences professionnelles et les prises de position personnelles ? Dans le cas des Syriens, les enjeux sont assez différents. Je pense qu'ils sont de toute façon sous la veille des services français, et ils doivent le savoir.

MVL : Est-ce que dans certains cas vous avez eu beaucoup de signatures non belges, et est-ce que cela a posé un problème ?

A.3 : Pour la pétition sur la mobilité, on n'a pas dû en avoir de non belges. Pour la pétition politique, je pense qu'on les a gardées. Pour la pétition sur le problème industriel et environnemental, comme la majorité des signatures ont été récoltées sur papier, la majorité des signataires devaient au moins être physiquement en Belgique. Mais je ne sais plus trop.

Cela contraste avec les sites d'hébergement de pétitions en masse, « J'ai l'impression qu'il y a cette espèce de jeu qui s'est mis en place. » Peut-être que les gens qui utilisent de tels sites ne se préoccupent pas que ce soit belge ou non. Il y a une newsletter avec les dernières pétitions. Mais après un certain temps, si on n'y va pas, on ne la reçoit plus.

MVL : Peut-être que le fait qu'il y ait beaucoup de petites pétition sur ces sites est dû au fait que les gens postent leur pétition sur plusieurs sites d'hébergement ?

A.3 : Oui, mais alors il y a le problème des recouvrements. En effet, peut-être que quelqu'un a signé plusieurs fois la même pétition sur plusieurs plates-formes. « Mais je ne sais pas du tout comment on regarde après les résultats que tu apportes. » Nous on s'est déjà posé la question de savoir comment croiser les signatures récoltées via plusieurs plates-formes, et donc on n'a pas multiplié les lieux de pétition. En plus, il y a peut-être des pétitions pour lesquelles il n'y a pas moyen d'externaliser la liste finale.

MVL : Est-ce que vous arrivez à apporter un feed-back sur la suite de la campagne à vos signataires ?

A.3 : Pour celle sur la mobilité, je n'ai pas suivi cela en détail. « On demande en général est-ce que vous souhaitez ou pas être informé du suivi de cette action ? » On tient au courant du suivi : elle est clôturée, quel est le résultat final, et qu'est-ce qu'on en a fait. On ne va pas trop loin, parce que si on le fait des mois ou des années après la clôture de la pétition, certaines personnes se sentent suivies.

MVL : Vous rendez ce feed-back par e-mail ?

A.3 : Oui, avec les destinataires cachés. Mais la réaction directe des hommes politiques, c'est souvent « oui, on en prend bonne note ». « Même avec 100 000, je ne pense pas que c'est ça qui peut influencer. Les enjeux sont trop importants. » D'ailleurs, si une petite minorité de citoyens s'exprime, c'est que d'un autre côté une grosse majorité se tait.

MVL : Vous comparez le résultat de vos pétitions à d'autres pétitions ? Et à quel genre d'autres pétitions ?

A.3 : « On ne compare pas pour comparer. » comme « la pétition n'est jamais un outil seul » Le quantitatif « n'est jamais la première ligne de notre communication. » « Parce que, d'une part, c'est complètement aléatoire, deux [...] ce n'est pas de la signature instinctive et par réflexe. » Par contre, « on s'amuse » à comparer à d'autres pétitions non politiques.

« Il y a le quantitatif et le qualitatif. Et je pense que, malheureusement, le problème il est toujours que tu as beaucoup plus facile à avoir du quantitatif avec un qualitatif relativement faible. » Nous, « On n'est jamais avec un message sommaire ». « Je pense que les vrais mouvements de masse, tu les as quand c'est effectivement dans l'émotion, et sur un laps de temps très très court. » Dans le cas de la défense de l'unité de la Belgique, par exemple, ça a marché une fois, il y a eu une grosse mobilisation, mais pas deux. « Donc, le quantitatif, on ne le regarde pas trop. » Nous, on travaille le qualitatif, l'éducation, comme dans le cas des mobilisations nymbistes. « Le travail que l'on fait, ce n'est pas sur base de ce soutien populaire. » La mobilisation, « C'est vraiment en annexe, et à la marge de ce que l'on fait. Alors que pour d'autres [...], ça peut être tout à fait dans leur première ligne dans le niveau de l'action. »

La conclusion, sur l'efficacité, c'est qu'il faut voir quel niveau de pouvoir est concerné. Une pétition locale a un sens différent d'une pétition régionale, nationale ou internationale.