

RESEARCH OUTPUTS / RÉSULTATS DE RECHERCHE

Typologie dynamique

Orban de Xivry, Anne-Claire; Matagne, Julie; Klein, Annabelle

Published in:
Objectif blogs !

Publication date:
2007

Document Version
le PDF de l'éditeur

[Link to publication](#)

Citation for pulished version (HARVARD):

Orban de Xivry, A-C, Matagne, J & Klein, A 2007, Typologie dynamique: une blogosphère de projets. dans *Objectif blogs ! : explorations dynamiques de la blogosphère*. L'Harmattan, Paris, pp. 37-68.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

TYPOLOGIE DYNAMIQUE : UNE BLOGOSPHERE DE PROJETS

Par Anne-Claire Orban de Xivry,
Julie Matagne et Annabelle Klein

Constituer une typologie est une étape indispensable pour s'émanciper du terrain de recherche. La complexité des blogs renforce davantage cette nécessité d'un cadre d'analyse général notamment parce que les caractères éclaté, mouvant et éphémère des blogs doivent pouvoir être pris en compte. De plus, en tant qu'objet social, les blogs existent à l'intérieur d'un rapport avec autrui. Toute construction typologique devra donc également tenir compte de cette dimension interactive de l'objet en construisant une structure capable de saisir cette figure de l'Autre.

Jusqu'ici, les typologies de blogs existantes ont été construites sur base de critères principalement externes au secteur de l'Internet. Elles se retrouvent donc rapidement dépassées par le dynamisme de la toile. Nous reconsidérerons leur pertinence et leurs limites de manière à pouvoir proposer par la suite un nouvel essai de typologie. Mais auparavant, il nous faut revenir sur notre objet en présentant une définition des blogs qui adoptera un point de vue socio-technique doublé d'une approche communicationnelle.

1. Définitions du blog

1.1. Le blog, un outil, des usages. Définition socio-technique

Devant la dimension multiple et éclatée de notre objet, nous avons fait le choix de soutenir une définition qui tient compte des caractéristiques techniques de l'outil blog couplées aux usages qu'elles génèrent. Les prérequis technologiques sont au nombre de quatre, et constituent le niveau de base de notre définition. En

corrélation à ces potentialités technologiques correspondent des usages de blogging, qui ont exponentiellement évolué depuis le weblog original et qui participent à la spécification du blog autant que le format. L'appropriation de l'outil par les usagers induit en effet des tendances qui sont à rapprocher ou à différencier des autres outils en ligne tels que les pages personnelles, les forums, les messageries instantanées, les wikis, etc. Dans une moindre mesure, ces usages définissent l'outil blog à un second niveau.

- **La facilité de publication** : « Les blogs font partie de la famille des *outils de gestion de contenu* parfois appelés CMS (abréviation de l'équivalent anglais *Content Management System*) »¹⁹. Le format *wysiwyg* du blog – *what you see is what you get* – induit que le système met lui-même en forme les textes, les images, la recherche dans un blog, l'archivage des entrées, l'inscription d'hyperliens, etc. Des connaissances techniques pointues de programmation ou de développement web ne sont donc pas nécessaires. Avec les blogs, publier sur Internet est devenu moins laborieux et plus accessible.

Une première conséquence du système de gestion de contenu dans l'appropriation de l'outil est l'accès simplifié à la publication en ligne. Outre son accessibilité technique, il induit également une *mise à jour fréquente du contenu*. La facilité de la rédaction en ligne dépasse l'obstacle des mises à jour fastidieuses et lourdes des sites développés sous langage informatique. Nous postulons cependant que cette opportunité technique peut rapidement se transformer en une contrainte pour le blogueur. Devant les attentes généralisées de ses lecteurs, le blogueur doit fournir un effort plus fréquent en renouvellement de contenus. Un second effet de ce système *wysiwyg* se loge dans l'appropriation personnelle de l'espace blog. Parmi les offres standards des plates-formes, le blogueur tente de *personnaliser* un maximum son espace : il arrange les

modules les uns aux autres, choisit le design, les couleurs, la typographie. A l'instar d'un lieu de vie, le propriétaire marque son territoire et y insuffle ses goûts et ses envies.

- **La publication chronologique** (ou anté-chronologique) et l'**archivage** : La page d'accueil du blog publie les entrées (billets, notes, articles, etc.) sous un ordre chronologique inversé ou non. En cela, le blog est fort proche d'un « carnet de bord » en ligne puisque les mises à jour sont publiées selon une variable temporelle. Dans cette même démarche technique, l'archivage automatique des entrées caractérise le format blog : sous un mode hebdomadaire ou mensuel, le système de gestion de contenu classe et range les billets. Cette hiérarchisation temporelle des billets va permettre une *mise en contexte* des contenus. La possibilité d'un retour aux archives fournit un cadrage historique aux propos et permet d'en retracer l'évolution. Elle facilite également une structuration et une mise en perspective de la pensée, tout en constituant un espace virtuel vital pour le blogueur : la suppression de son blog, ou la perte d'un de ses contenus peut parfois équivaloir à l'effacement d'une partie de sa vie.
- **L'hypertextualité** : Sur la page d'accueil de son blog ou à l'intérieur des notes, le blogueur lie son blog ou son contenu vers d'autres contenus en ligne (blogs, pages Internet, moteur de recherche, cartes en ligne, etc.) au moyen d'hyperliens. Trois types d'hyperliens sont récurrents dans un blog. La *blogroll* (ou blogoliste) représente la liste de blogs « voisins » (dans la thématique, les relations, les affinités, les intérêts, etc.) que le blogueur publie constituant de ce fait un réseau. Le « lien permanent » ou *permalien* (*permalink* en anglais) est l'adresse web (url) unique de la note permettant d'y accéder de façon permanente et directe, et ainsi d'y faire référence depuis une autre page Internet. Enfin, le lien

¹⁹ DESAVOYE, B. (dir.), *Les Blogs, nouveau média pour tous*, M2 Editions, Paris, 2005, p.18.

hypertexte commun renvoie un contenu vers une autre source d'information. Ces trois usages de l'hypertexte confirment ainsi l'adage du blogging : un blog se lit et se lie²⁰.

L'utilisation abondante et plurielle des hyperliens transforme l'*interconnexion* en une pratique caractéristique du blogging. Lier un blog ou un de ses contenus à une source externe en ligne facilite la mise en réseau des contenus et des personnes. Bloguer crée une sorte de maillage inter-blogs. Soulignant également cette interconnexion comme point commun partagé par de nombreux blogs, Cyril Fiévet appuie le fait qu'« un blog n'est pas grand chose lorsqu'il est lu de façon isolée, mais dans leur ensemble, les blogs constituent bel et bien un média nouveau, qui établit des sous-communautés d'individus, via les liens qui sont tissés au fil des jours ».²¹

- **L'interactivité** : Les formes de l'interactivité peuvent être multiples. Nous en décrivons trois. L'une d'entre elles doit être au minimum présente pour qu'un blog soit reconnu comme tel.

La première, la plus usuelle, est l'interaction par *commentaires* interposés. La possibilité de commenter les billets rencontre un franc succès chez les blogueurs. Selon les profils de ces derniers, cette interactivité sera plus ou moins limitée. Entre une totale liberté de réaction et la fermeture des commentaires, il existe divers degrés de modération : celle a posteriori²², celle a priori²³ et l'inscription obligatoire préalable à toute publication de commentaire. Le choix de la modération n'est pas établi définitivement : selon les événements ou les sujets, le

blogueur peut préférer un autre type d'encadrement des commentaires, jusqu'à la fermeture de ceux-ci.

La seconde forme d'interactivité est la mise à disposition d'un *point de contact* avec l'auteur (adresse e-mail, formulaire de contact, livre d'or, etc.). Fonctionnant sous un mode plus privé, ce type d'interactivité peut se montrer plus relationnel que les commentaires.

Enfin, la troisième forme d'interactivité prend naissance dans l'*interconnexion* des blogs les uns avec les autres. Les blogs s'interrogent, s'interpellent, se répondent entre eux. En appui à cette interconnexion, le système technique du rétrolien (*trackback* en anglais) permet les notifications entre sites. Les auteurs peuvent relier des billets de blogs différents et partager de cette façon un même sujet de conversation, ou se faire référence, de façon unilatérale ou mutuelle, au moyen de ce rétrolien.

L'interactivité générée par les blogs va provoquer chez les blogueurs une pratique d'*échanges* et de mises en relation croissantes. Sur son célèbre blog, Loïc le Meur affiche en baseline : « Les médias traditionnels diffusent des messages. Les blogs démarrent des conversations. »²⁴. La mise en relation des contenus et des idées provoque une série de débats et de rencontres caractérisant la forme de la blogosphère et participant à la construction de ses contenus.

L'interactivité dans sa globalité participe également à la montée en puissance d'un *internaute « en action »*. A ce sujet, Benoît Desavoye souligne que « grâce aux blogs, leurs auteurs sont devenus libres de s'exprimer en ligne. Ils sont moteurs de l'action, lancent des débats, diffusent leurs idées. [...] Cette liberté d'action permet aux internautes-blogueurs de reprendre le pouvoir tout en facilitant les possibilités de dialogues par blogs interposés ou au travers de commentaires très faciles à faire ». Il en conclut même que « si l'action est au premier plan,

²⁰ FIEVET, C., TURRETINI, E., *Blog Story*, Paris, Eyrolles, 2004.

²¹ Ibid., p.7.

²² Le commentaire est publié instantanément, sans consultation préalable du blogueur.

²³ Le commentaire n'est publié que lorsqu'il est validé par le propriétaire du blog.

²⁴ <http://www.loiclemeur.com/france>

l'interaction, utile et constructive n'est donc pas laissée de côté, bien au contraire».²⁵

En conclusion, le blog ne peut réellement être défini que dans une perspective de mise en relation entre l'offre technologique et l'appropriation de l'outil par les usagers. C'est précisément cette réciprocité qui donne sens à la spécification du blog par rapport aux autres outils en ligne, et qui rend sa définition à la fois globale et ouverte aux développements futurs de l'outil et de ses pratiques.

A partir de cette définition socio-technique minimale, l'outil blog se développe et abrite d'autres fonctionnalités tels que le fil de syndication de contenu (flux RSS, par exemple)²⁶, un moteur de recherche interne ou des catégories. Ces autres caractéristiques technologiques ne constituent cependant pas encore, selon nous, des conditions suffisantes et nécessaires à la définition du blog, bien qu'amenées à se développer davantage. Le déploiement technique de l'outil blog est d'ailleurs croissant, et s'oriente vers des pratiques de plus en plus diversifiées. Dans l'autre sens, la multiplicité des usages appelle à une offre technologique répondant à ces attentes.

1.2. Le blog, un nouveau média. Définition communicationnelle

Jusqu'ici, nous avons défini le weblog en tant que technologie, outil renvoyant à une instrumentalisation de la technique²⁷. Or, le blog se positionne plus largement comme un *média*. A ce sujet, nous rejoignons Pierre Moeglin²⁸, lorsqu'il propose de définir le média comme une conjugaison entre « une présence de contenu »

²⁵ DESAVOYE, B. (dir.), op.cit., p. 29.

²⁶ Selon Loïc Le Meur, « les « vrais » blogs dignes de ce nom ont un fil de syndication de contenu RSS ou ATOM pour que l'on puisse s'y abonner et recevoir leur contenu [...] sans faire la démarche active de visiter le site ». (Blogs pour les pros, Paris, Dunod, 2005, p.3 – 4). Cette caractéristique technique ne nous semble cependant pas être une condition sine qua non de la définition du blog, notamment parce que son usage est encore trop peu généralisé.

²⁷ MOEGLIN, P., *Outils et médias éducatifs, une approche communicationnelle*, Grenoble, PUG, 2005, p.71.

²⁸ MOEGLIN, P., Ibid.

et une « reproduction élargie ». A partir de cette définition, nous pouvons alors nous orienter vers celle de Francis Balle, spécialiste des médias, qui définit le média comme « un équipement technique permettant aux hommes de communiquer l'expression de leur pensée, quelles que soient la forme et la finalité de cette expression ²⁹ ».

A plusieurs égards, le weblog rencontre cette définition du média, en se présentant à la fois comme un support de diffusion et un moyen d'expression. Benoît Desavoie abonde également dans ce sens en rappelant que le weblog est « un média pour lequel il faut prendre en considération à la fois le ou les émetteurs, mais aussi et surtout l'importance de leur audience »³⁰.

Plus particulièrement, les weblogs sont classés dans la famille des nouveaux médias, en distinction avec les médias de masse. Cela s'explique par le fait, qu'ils sont intrinsèquement liés à l'Internet, mais aussi, parce que le blog, comme les autres nouveaux médias, pousse à repenser le schéma classique de la communication. L'interactivité et la mise en réseau générées par Internet ont pour effet que l'émetteur n'est plus unique : il se démultiplie et se construit en relation avec son (ou ses) récepteur(s). La rétroaction dans les weblogs est telle qu'il s'agit moins pour l'émetteur de diffuser un message que de le construire en interaction avec son public, au point même que les rôles de chacun peuvent s'échanger et se redéfinir constamment. A ce niveau, la dimension communicationnelle, perçue comme une « aptitude à cristalliser, concentrer, révéler et éventuellement modifier les cadres d'échanges »³¹ prend tout son sens.

2. Nécessité d'une typologie adaptée aux blogs

Outre qu'elle fait accéder un nombre croissant d'auteurs à la production de contenus en ligne, la facilité de publication dans les blogs provoque également une réappropriation des standards par ces auteurs, avec innovations et usages multiples, dont la création

²⁹ BALLE, F., *Média et société*, Paris, Montchrestien, 1995, p.50.

³⁰ DESAVOYE, B. (dir.), op.cit., p.22.

³¹ MOEGLIN, P., op.cit., p.91.

de genres hybrides ou en marge des genres établis. Il nous faut donc établir un système de description et de classement, à partir de critères jugés pertinents et qui permettent de ramener cette multiplicité à quelques types fondamentaux. Tel est l'objectif de la typologie qui va suivre.

Plusieurs modes de classement ont déjà été élaborés pour tenter de classer les blogs. Issus ou non de la blogosphère, ces modes de classification varient selon leur contexte et utilité. Néanmoins, ils restent bien souvent trop confus. Les annuaires, par exemple, composent en général avec différents modes de classification à la fois thématiques (art, actualité, web, cuisine, etc.) et techniques (vidéos, photos, radios, etc.). Cette méthode présente donc l'inconvénient qu'un même item puisse appartenir à des catégories différentes. La surinformation encombre alors le répertoire et nuit à l'efficacité de l'outil. En réalité, les annuaires de blogs ne sont pas adaptés à leurs objets. Empruntant des critères classificatoires utilisés pour des genres extérieurs à l'Internet (livres, services, etc.), les annuaires sont peu adaptés à leur objet car difficilement compatibles avec la pluralité des contenus et des approches des blogs. Au-delà des répertoires, nous avons observé trois principaux systèmes de classement de blogs reposant, respectivement, sur l'utilisation de critères techniques, socio-démographiques et thématiques.

Un des premiers réflexes de classification de la blogosphère a été de distinguer les productions selon les **techniques** utilisées. Ainsi, au vocable *blog*, se sont rattachés ceux de photoblog (pour les blogs à vocation principalement photographique), de vidéoblog (pour des blogs aux images animées), de radioblog (pour des blogs musicaux) ou encore de moblog (blogs mis à jour à partir du téléphone mobile). Des plates-formes spécifiques à la mobilisation de chacune de ces techniques ont alors été proposées aux internautes. Mais, rapidement, l'offre technique s'est développée et simplifiée, permettant à l'utilisateur d'intégrer sans distinction l'une ou l'autre technique à l'intérieur d'un même blog. Aujourd'hui, la plupart des blogs intègre simultanément ces différentes techniques que sont la vidéo, l'image et le son, rendant ainsi la distinction par la technique inappropriée.

Les **critères socio-démographiques** sont également souvent sélectionnés pour distinguer les blogs des uns des autres. L'âge, le sexe, la catégorie socioprofessionnelle des blogueurs engendrent ainsi une classification par usagers. On parle de blogs de jeunes, de journalistes, d'artistes, de femmes, de politiciens, d'adolescents, de troisième âge, d'entreprises, de professeurs, etc. Néanmoins, il faut composer avec le fait qu'il n'est pas toujours possible d'identifier l'auteur du blog. En général, la détermination du profil du blogueur dépend de ce qu'il veut bien dire ou en laisser transparaître. D'autre part, un blogueur peut également revêtir plusieurs « statuts sociaux » (artiste, enseignant et père de famille) affaiblissant de ce fait la pertinence des catégories. Par ailleurs, il est intéressant de constater que cette typologie par usagers engage les notions de légitimité et de représentations projetées par ces catégories socio-démographiques. Par exemple, un lecteur s'attend à trouver des réflexions, des expériences et des témoignages pédagogiques dans le blog d'un enseignant.

Enfin, le système classificatoire exclusivement axé sur le contenu des blogs – **les thématiques** – est certainement celui dont l'application est la plus large. Les critères thématiques renvoient donc rapidement les blogueurs vers des territoires connus, d'autant qu'ils rejoignent bien souvent les catégories présentes dans les médias traditionnels. Il est d'ailleurs courant que des blogueurs se réclament eux-mêmes d'une thématique ou d'une autre. Appliqués au domaine des blogs, les critères de contenu font apparaître deux difficultés. D'une part, la règle implicite de la mise à jour des blogs provoque une contrainte éditoriale particulièrement prégnante dans la pratique du blogging, ce qui tend à accroître la production de contenus publiés. Un blog dont la thématique était originellement précise peut quitter, au fil des publications, son projet de départ pour verser dans d'autres thématiques. D'autre part, la liberté éditoriale propre aux blogs engendre souvent un entremêlement de différents thèmes, agencés sous forme de rubriques.

Parallèlement à ces trois critères, nous ajouterons deux pratiques attachées à la blogosphère qui entrent également en jeu dans la détermination de classements. Le système de *tagging* est une

démarche personnelle du blogueur qui entreprend lui-même un classement en nommant ses billets au moyen de mots-clés, d'étiquettes.³² Cette pratique reste, toutefois, non systématique, peu accessible (difficulté d'accès aux tags de référencement) et parfois détournée (utilisation de noms de tags attirants pour accroître les liens entrant vers leurs sites). La seconde pratique réside dans les hit-parades de blogs régulièrement proposés par certains sites Internet, avec en point central de ce système, la notion d'**audience**. Basés notamment sur des systèmes de votes, ces classements évaluent la popularité et l'influence des blogs.³³ A ce sujet, il est important de ne pas confondre les concepts d'influence, d'affluence et de notoriété.³⁴ Par influence, on désigne le pouvoir qu'un blogueur dispose pour orienter les choix de son lectorat en fonction de ses propres recommandations. L'affluence correspond au trafic que le blog génère chaque mois. Autrement dit, il s'agit d'un système analytique reposant sur des données factuelles comme le nombre de visiteurs mensuels ou le nombre de pages vues. Enfin, avoir de la notoriété s'associe à un statut d'expert sur un sujet précis, qui découle de l'activité professionnelle du blogueur ou de ses passions.

Ce détour par la blogosphère renforce notre sentiment qu'il manque aujourd'hui un mode de classement qui répond aux caractéristiques intrinsèques des blogs. Selon nous, les systèmes de classement des blogs existants sont défectueux pour deux raisons principales : la confusion et la rigidité des modes de classement. D'un côté, les critères classificatoires se suffisent rarement à eux-mêmes et ne permettent pas une analyse exhaustive. Appliquée à un objet en mouvance, la typologie doit également se montrer flexible au risque de devenir très vite dépassée. En effet, une typologie ne s'annoncera réellement pertinente qu'à condition de

³² La folksonomie est un système de classification de plus en plus utilisé sur Internet. Il désigne le système collaboratif par lequel les contributeurs d'Internet (de l'anglais folk, le peuple, les gens), c'est-à-dire les internautes classifient leurs ressources. On parle également de mots-clés ou d'étiquettes.

³³ Par exemple, le site Blogomath établissait le classement des blogs les plus influents à partir du nombre de liens qui pointaient vers ces derniers <http://blogomath.sur-la-toile.com/blog>

³⁴ Distinction établie par les auteurs du réseau french 2.0 <http://www.frcnch20.fr/2006/10/12/influence-affluence-notoriete>

pouvoir rendre compte des évolutions qui traversent la blogosphère.

Nous avons le sentiment que l'inadéquation des typologies présentes sur Internet s'explique par l'utilisation de logiques de classement externes au web. Dans le paragraphe suivant, nous proposerons une typologie dynamique construite à la lumière des difficultés méthodologiques détaillées ci-dessus. L'originalité de cette typologie sera de répondre aux contraintes liées à notre objet d'étude par la prise en compte de critères essentiellement communicationnels.

3. Une typologie par projets

3.1. D'une relation de promesse au projet du blog

Le choix d'une typologie construite à partir de caractères intrinsèques au médium Internet nous invite à préférer la dimension relationnelle des blogs plutôt qu'un focus sur leurs contenus. A travers tout blog, une relation particulière se construit entre l'auteur et ses lecteurs. En effet, la position de l'auteur par rapport à son contenu d'une part, et l'interaction qu'il propose à son public, d'autre part, se distinguent d'un blogueur à l'autre. Ce sont sur ces différents modes relationnels que nous proposons de classer la blogosphère.

En développant le concept de promesse, François Jost, dans sa réflexion sur les genres télévisuels, défend l'idée que chaque programme télévisuel induit un horizon d'attentes chez le téléspectateur qui découle de la *promesse* faite par le genre. Ainsi, la promesse d'une émission en direct sera l'authenticité alors que celle d'une fiction sera la pertinence narrative.³⁵

De la même façon, chaque blog instaure une promesse caractérisée par son genre. Mais alors que la notion de promesse renvoie plutôt, dans le cadre de la typologie des genres télévisuels, à des attentes téléspectatorielles ; du côté des blogs, la promesse se construit davantage sur la relation qu'elle sous-tend. Celle-ci devient donc le critère différenciateur dans notre typologie de la

³⁵ JOST, F., « La promesse des genres », in *Réseaux*, n°81 (1997), pp. 11-31.

blogosphère. Un blog se distingue d'un autre par la relation nouée entre l'émetteur et le récepteur, son contenu et sa mise en forme ne faisant que la révéler. Contrairement aux genres télévisuels proposés par François Jost, la place du lecteur ne sera donc pas d'appartenir ou non au monde proposé par le blogueur³⁶, mais plutôt d'accepter ou non la relation tendue. Les attentes du lecteur s'expriment donc vis-à-vis de ce mode relationnel.

A la base, la promesse de François Jost est un acte unilatéral, posé par l'émetteur. Transposé dans notre typologie de la blogosphère, ce concept semble a priori rompre avec la dynamique d'échanges (l'interactivité) en jeu dans les blogs. Bien au contraire, cette conception de la communication qu'est la promesse empêche d'accorder trop d'importance au diktat de la rétroaction, notre typologie reposant sur la relation nouée avec le public, et non sur les réactions des lecteurs. Par contre, nous concevons que ces dernières peuvent influencer le type de relation instaurée dans le blog. C'est pourquoi, nous proposons que le terme de promesse devienne, dans la blogosphère, celui de *projet*. Car au contraire d'un programme télévisuel, le blog est le résultat d'une construction toujours en devenir. Les échanges via les commentaires peuvent influencer, au final, les mouvements des relations. Ainsi, alors qu'une promesse est établie une fois pour toute par la détermination d'un genre, le projet, lui, suppose une réorientation, une évaluation, une évolution en la quête de nouveaux objectifs relationnels.

Nous insistons sur l'importance de bien comprendre, qu'à travers cette typologie, nous ne prétendons pas analyser les intentions de départ du blogueur mais plutôt les traces réelles de la relation qu'il propose. Il pourrait en effet exister un écart plus ou moins grand entre ce que le blogueur souhaitait mettre en place et le blog tel qu'il a été réalisé. Ainsi, les conséquences d'un écart trop important entre le blog désiré par l'auteur et le blog perçu par le lecteur sont triples : l'arrêt du blog (ex: un blog destiné au noyau familial devient un blog lu par des milliers d'internautes), sa transformation radicale (retrait des catégories « personnelles » du blog) ou un déplacement progressif du blog. Dans la typologie

³⁶ Ibid.

présente, il n'est donc pas question de juger le succès, la réussite ou l'accomplissement d'un projet par rapport aux intentions de départ, mais simplement d'observer les traces de la relation que l'auteur entretient avec son public à travers le contenu de son blog. L'objectif étant d'observer si, au-delà des différents projets des blogueurs, nous pouvons déterminer des blogs-types en fonction du projet que ceux-ci construisent pour leurs lecteurs et pour eux-mêmes.

Le projet du blog se base, selon nous, sur une double dynamique relationnelle : l'implication de l'émetteur et l'interaction proposée au récepteur. Ces deux dimensions définissent, à l'intérieur de notre typologie, deux axes à partir desquels il est possible de classer les blogs. L'implication de l'auteur dans son contenu (axe vertical) varie selon que l'auteur du blog expose un contenu personnel (soi, sa vie, ses états d'âme, ses humeurs, ses opinions, etc.) ou extérieur à lui (sujets de société). L'axe horizontal de l'interaction concerne, quant à lui, les différentes manières par lesquelles l'auteur s'adresse à ses lecteurs à travers le contenu de son blog. Le premier axe s'intéresse donc au rapport qu'entretient l'auteur à ce qu'il écrit alors que le second décrit le rapport de l'auteur à son lecteur.

3.2. L'axe de l'implication

Notre typologie par projet nous oblige à nous pencher sur la notion d'auteur et l'implication de ce dernier dans son blog. Pour ce faire, il nous faut dans un premier temps retourner aux théories narratologiques, pour ensuite, analyser le degré d'implication de ce dernier dans son récit. Nous parlerons donc ici de l'axe de l'implication narrative.

La notion d'auteur est une notion complexe qui a été définie de multiples façons. C'est au sein des théories du récit littéraire que nous pouvons puiser les bases de ces définitions. Cependant, il est évident qu'il nous faut les adapter à notre objet d'étude. En effet, le blog est un objet fluctuant fortement interactif. La notion d'auteur ne doit donc pas s'envisager ici de manière déterminée. Au fur et à mesure que vit le blog, son récit se co-construit à

travers des interventions libres de chacun. L'auteur d'un blog sera donc plutôt son créateur, son administrateur, celui qui met en place le projet et non son producteur de contenus

A partir de là, le niveau d'implication narrative de l'auteur se définit en fonction de son positionnement par rapport à son récit. Ce positionnement n'est nullement émotionnel (passions, centres d'intérêt, avis, émotions). Il se définit selon la position interne ou externe de l'auteur dans son récit. En narratologie, on parle d'auteur intra-diégétique ou extra-diégétique.³⁷ Dans le premier cas, l'auteur s'inclut dans son récit ; dans le second cas, il reste extérieur au récit.

Dans leur typologie par « production du public des blogs », Dominique Cardon et Hélène Delaunay-Teterel décomposent également « les façons de faire écart entre le dire et le dit » pour dégager les différentes formes d'expressivité présentes dans les blogs.³⁸ Ils en dégagent quatre : l'énoncé incorporé dans l'énonciation (comme un discours d'intériorité), l'énoncé encastré dans les activités de l'énonciateur (vie et pratiques quotidiennes), l'énoncé exprimant une facette des qualités de l'énonciateur (compétences et centres d'intérêt), et enfin, l'énoncé détaché de la personne de l'énonciateur (opinion, jugement, critique dans un espace public). A partir de là, ils étudient les différentes « manières idéal-typiques de lier entre eux les blogueurs selon la nature de leurs attaches aux contenus publiés »³⁹.

De la même façon, notre analyse de l'implication narrative de l'auteur tente de circonscrire la position du blogueur dans son récit. Si l'auteur du blog est à la fois le sujet du contenu, nous parlerons d'implication confondue. Par contre, s'il y a une mise à distance du sujet du contenu par rapport à l'auteur, il s'agit d'une implication distanciée. Nous reprenons donc les quatre

³⁷ CHATEAUVERT, J., *Des mots à l'image : la voix "over" au cinéma*, Québec, Nuit blanche éditeur, Paris, Méridiens Klincksieck, 1996.

³⁸ DELAUNAY-TETEREL, H. & CARDON, D., « La production de soi comme technique relationnelle, un essai de typologie des blogs par leurs publics », in *Réseaux*, n°138 (2006), pp. 15-71.

³⁹ Ibid, p.27

décompositions de la relation énonciateur/énoncé proposées par Dominique Cardon et Hélène Delaunay-Teterel. Cependant, plutôt que de les utiliser en guise de classements et de catégories, nous les considérons comme des niveaux de notre axe de l'implication. Il nous semble en effet préférable de laisser la possibilité de mesurer une variation et une possible évolution de l'implication.

En dehors de ces rapports entre énoncé et énonciation, différents indices peuvent être dégagés pour aider à mesurer le degré d'implication de l'auteur. Tout d'abord, la présence d'informations personnelles dans les billets supposerait une implication relativement confondue du blogueur. La nomination des rubriques fonctionne également comme indicateur selon qu'elles se rapportent à des contenus égocentrés, à la vie quotidienne du blogueur, à des passions ou à des thématiques plus générales. Enfin, la représentation que l'auteur donne de lui-même renvoie à différents types d'implication : son rapport au pseudonyme, à l'anonymat ou à la mise en scène illustrée de lui-même (bd blogueur) pose la question du jeu de dévoilement de l'auteur.

Pour terminer, nous insisterons sur l'appréciation de cette implication narrative sous forme d'une gradation et non par catégories. Elle se mesure par degrés d'intensité entre le niveau « l'auteur parle de lui » et celui « l'auteur parle des autres », en passant par l'intermédiaire « l'auteur parle de lui et des autres ».

3.3. L'axe de l'interaction

Intéressons-nous à présent aux formes d'interaction comme deuxième critère classificatoire des pratiques de blogging. Plus précisément, il s'agit d'estimer le type de relation nouée par le blogueur avec son public. Dans notre définition du weblog, nous avons précisé que cette faculté d'échange avec le public, qu'est l'interactivité, est une condition sine qua non de l'existence d'un blog. Nous avons ainsi proposé que l'interaction soit effective non seulement par le biais de commentaires, mais également par les points de contact (adresse e-mail, livre d'or, formulaire de renseignement) et à travers l'interconnexion des billets, des blogs

des uns et des autres.⁴⁰ De la même manière, en plaçant les blogs sur l'axe de l'interaction, nous tenons compte de cette triple interactivité en focalisant notre attention sur le type d'adresses faites aux lecteurs. De cette façon, nous déterminons la relation nouée entre le blogueur et son public afin de distinguer différents types de blogs.

Logique de diffusion : présence du tiers

Par rapport à un média de communication interpersonnelle tel que le téléphone, le blog suit plus largement une *logique de diffusion*, en ce sens qu'il est destiné à plusieurs récepteurs. Dans cette logique, deux modes de diffusion se distinguent : les blogs dits fermés et ceux ouverts.

Les premiers sont verrouillés par un mot de passe et fonctionnent selon leurs propres logiques : identification et confiance a priori dans le récepteur (celui-ci reçoit le mot de passe), thématique (personnelle, professionnelle, fonctionnelle, etc.), et mise en réseau restreinte. De toute évidence, notre typologie ne s'appliquera pas aux blogs fermés, révélateurs d'une logique de cloisonnement technique et symbolique. Nous posons cependant l'hypothèse que la « promesse » des blogs fermés est d'autant plus grande qu'elle se joue sur une rétroaction constante. La dimension particulièrement communautaire de ces blogs fermés suppose en effet une co-construction du projet.

A l'inverse, les blogs dits ouverts rassemblent les sites en ligne pour tous et à l'accès techniquement non limité. Ils recouvrent la plupart des pratiques de blogging d'aujourd'hui et constituent l'objet de notre typologie.

La logique de diffusion entraîne une conséquence non négligeable dans les pratiques du blogging : l'omniprésence d'un *tiers*. L'adresse d'un blogueur à son public ne peut se défaire de la présence d'un autre public, tacite, toujours convoqué comme témoin. « Même lorsqu'elle paraît insoupçonnable, tacite ou « oubliée » des participants, cette présence d'un tiers lecteur doit être considérée comme une caractéristique essentielle des blogs,

⁴⁰ Voir point 1.1.

que les acteurs rendent plus ou moins présente dans leur énonciation.», confirment Dominique Cardon et Hélène Delaunay-Teterel.⁴¹

La figure de l'« *unintended reader* » imaginée par J.A. Garcia Landa et traduite par Didier Coste, par « lecteur imprévu », peut nous éclairer sur cette présence du tiers dans l'interaction mise en place par le blogueur. « Ni narrataire textuellement désigné, ni même inclus par le texte dans les catégories du public de lecteurs préférés ou de lecteurs moyens ou quelconques, le lecteur imprévu est à son tour différencié selon qu'il occupe telle ou telle position d'extériorité ». J.A Garcia propose en effet que ce lecteur imprévu soit tantôt simple « *overhearer* » (témoin involontaire) ou « *eavesdropper* » (guetteur invisible, espion qui prend note, derrière la porte ou le rideau).⁴² De la même façon, tout internaute flirte avec la figure du « lecteur imprévu » d'un blog, occasion d'autant plus exacerbée sur le web du fait des moteurs de recherche. L'internaute imprévu occupe soit une position de passage et sera uniquement identifié par les statistiques de visites, soit récidive sa présence jusqu'à se manifester par le biais de commentaires ou d'hypertextes extérieurs pointant vers le blog.

Dans le cadre de notre recherche, la typologie par projet compose avec cette figure du tiers tout en relativisant son importance, dans le sens où ce sont moins les lecteurs effectifs ou potentiels du blog que ceux à qui l'auteur s'adresse qui constituent l'objet de notre étude. La distinction narratologique entre le destinataire et l'allocutaire est éclairante.⁴³ Notre analyse de l'interaction prend en effet pour objet le destinataire, en tant que figure à qui s'adresse le récit et non l'allocutaire, le lecteur réel (ou potentiel, le tiers) de ce même récit. Ce choix d'analyse nous permet non seulement d'apprécier de façon plus pertinente la mise en relation de l'auteur avec son public mais nous évite également d'être influencé par les

⁴¹ DELAUNAY-TETEREL, H. & CARDON, D., op.cit., p.21.

⁴² GARCIA LANDA, J.A., "Overhearing Narrative", cite par COSTE, D. "Le récit comme forme-mouvement" in John Pier, *The Dynamics of Narrative Form : Studies in Anglo-American Narratology*, Berlin-New-York, « Narratologia », n°4, Walter De Gruyter, 2004.

⁴³ DUCROT, O., *Les mots du discours*, Paris, Ed. de Minuit, 1980.

données statistiques de l'interactivité (nombre et pertinence de commentaires, taux de visites, etc). D'autant que la question centrale de notre analyse de l'interaction repose principalement sur la relation que l'auteur propose à ses destinataires (comment s'adresse-t-il à eux ?).

La relation auteur/lecteur : entre conversation et publication⁴⁴

La relation entre l'auteur et le lecteur peut prendre la forme de deux modes relationnels, que nous prenons pour pôles de notre axe interactionnel.

Le premier met l'accent sur une interaction relationnelle forte : une adresse précise, voire identifiée, un ton personnalisé, des interpellations fréquentes, des marques manifestes de requêtes d'avis (dédicaces, sondages, mentions des statistiques) mais également l'insertion des réponses et des avis des lecteurs dans les billets de l'auteur. Ce dernier met donc en place une relation d'un « Je à un Tu », que nous appellerons « conversationnelle ». Ce concept de *conversation* est d'autant plus pertinent sur un schéma de mise en relation qu'il implique que le destinataire l'accepte et y réponde. Un blog en mode conversationnel a plus de chance de se voir confirmer ses intentions par la présence de commentaires, puisqu'une conversation sans réaction reste un monologue. Dans le cas contraire, il y aurait une distorsion dans le projet du blog de l'auteur qui deviendrait un cas limite, pour ne pas dire mort, de notre typologie.

En opposition à ce mode conversationnel, la relation mise en place par un blogueur peut être faible, voire nulle. Les adresses sont inexistantes, indifférenciées ou implicites. Linguistiquement, il est davantage question de délocution (ils/elles) plutôt que d'allocution (tu).⁴⁵ L'auteur de ce type de blog met davantage en avant un contenu plutôt qu'une relation. Il blogue sous un mode

⁴⁴ Ce binôme conversation/publication est inspiré des analyses de BEAU-DOUIN, V., « De la publication à la conversation. Lecture et écriture électroniques », in *Réseaux*, n°116 (2002), pp. 199-225.

⁴⁵ CARREIRA, M-H., « La désignation de l'autre en portugais européen : instabilités linguistiques et variations discursives », in *Instabilités linguistiques dans les langues romanes*, Université Paris 8 Vincennes Saint-Denis, Paris, 2002, pp. 173-184.

de *publication*, plutôt que de conversation. Le texte (au sens large) prime. Si une interactivité existe, elle réclame davantage des avis argumentés sur le contenu, des opinions plutôt que des marques phatiques de présence. Dans sa tribune d'expression et d'exposition, le blogueur s'adresse largement à tous, à quiconque veut le lire, sans personnalisation d'adresse et sans prise en compte du lecteur. Il s'agit donc d'une relation d'un *Je* à un *Tous*.

Différentes stratégies d'interaction ont lieu sur cet axe conversation/publication. Une première forme de mise en relation repose sur les *marques d'adresses*. Dans le domaine de la linguistique, Maria Helena Carreira propose de distinguer l'élocution (désignation du *je*), l'allocution (désignation du *tu*, de l'interlocution), la délocution (désignation du *il/elle*, présent ou absent), et la singularisation ou la pluralisation de l'allocutaire.⁴⁶ De la même façon, les adresses du blogueur varient d'un *Je* à un *Tu*, à un *Je* à *Tous*, en passant par un *Je* à *Vous*, point d'équilibre de notre axe typologique. Ces adresses sont fonction de la proximité de l'auteur avec son public et caractérisent le mode d'interaction.

La *tonalité* du discours procure un second cadre de l'interaction. Le ton d'un texte a pour objectif de le caractériser et de provoquer un état affectif, émotionnel, ainsi que relationnel chez le lecteur. Certains registres de discours sont donc privilégiés par rapport à d'autres selon le type d'interaction voulue. Ils se manifestent à travers le contexte, les champs lexicaux, les indices énonciatifs, les figures d'image ou le style en général. La relative proximité d'une relation variera selon que le ton se joue sur le registre du plaisant ou du sérieux.⁴⁷

La place donnée au destinataire représente un troisième indice de l'interaction mise en place. *L'attribution d'un rôle* actif au lecteur (interpellations, requêtes d'avis, sondages, projections de l'autre) suppose une interaction sur un mode conversationnel. A l'inverse, garder le lecteur dans une certaine passivité rendrait la relation peu manifeste, en tous les cas, moins explicite.

⁴⁶ Ibid.

⁴⁷ ADAM (1985), CHARLEAUDEAU (1997), MURIHULA (2002).

Enfin, les *dispositions techniques d'interactivité* (commentaires, point de contact, interconnexion des billets) fonctionnent également comme des indicateurs essentiels du type d'interaction désirée. Il nous faut cependant préciser que nos critères d'évaluation reposent sur la mise en relation de l'auteur avec son lecteur et non sur la réversibilité de cette interaction. Si le feed-back du lecteur, notamment par les commentaires, est un indice de l'accomplissement ou de la distorsion du projet d'interaction du blogueur, il ne joue cependant pas de rôle classificatoire. En d'autres termes, notre typologie n'évalue pas l'aboutissement ou non du projet. Elle se base uniquement sur son amorce.

En conclusion, ces quatre stratégies de mise en relation serviront d'indices et d'indicateurs pour caractériser l'interaction proposée par l'auteur. Elles permettront de positionner le blogueur sur l'axe de l'interaction entre les deux pôles conversation/publication, jouant de ce fait sur une relation de proximité ou distanciée.

3.4. Constitution de zones

A partir de ce système à deux axes, chaque blog est caractérisé par une coordonnée typologique particulière. Bien que l'analyse de l'interaction et de l'implication du blogueur renseigne déjà pertinemment bien sur le type de blog en présence, la typologie par projet resterait incomplète sans référence à des types plus généraux qu'une simple juxtaposition de coordonnées typologiques. C'est pourquoi la typologie connaît son aboutissement dans la constitution de quatre *zones*, formées par le croisement des deux axes (voir schéma p.60). Chaque zone correspond ainsi à un type de projet particulier. L'avantage de cette articulation est double. Tout d'abord, la formation de zones améliore la visibilité de la typologie. Par rapport à la combinaison d'axes, elle permet une meilleure représentation mentale de l'analyse. Ensuite, elle évite la rigidité d'un système classificatoire.

D'un point de vue méthodologique, nous avons décidé de nous détacher d'une méthode quantitative. La conséquence de ce choix réside dans la détermination de tendances plutôt que dans la construction de données chiffrées. Nous pensons, en effet, que

c'est moins ce type de données que le rapport et l'évolution des blogs les uns par rapport aux autres qui apporte un regard neuf à l'analyse de la blogosphère. Au final, même si la localisation précise du point de coordonnée typologique pour un même blog diffère d'un observateur à un autre, l'important est que chaque observateur placera le blog dans la même zone en fonction de la reconnaissance des mêmes dominantes. Seule l'intensité du point de coordonnée au sein d'une même zone risque donc de varier d'un observateur à un autre. Elle exprime d'ailleurs le degré d'accomplissement du projet du blog : le projet variera selon une intensité faible, modérée, forte et même, dans certains cas, prendra une position d'extrême.

Dans le premier espace, la combinaison d'une implication confondue et d'un mode de relation conversationnel aboutit à la création d'une *zone de la correspondance*. A l'instar d'un courrier postal, un blog inscrit dans cette zone est marqué par une implication plus ou moins forte de l'auteur et fait jouer une adresse d'un « Je à un Tu ». De la même façon que l'on écrit à ses copains, à sa tribu, à un lecteur ou un groupe de lecteurs particulier, cette première catégorie de blogs fonctionne avec une implication forte de l'auteur dans le contenu, et cela sur le mode de l'échange et du « être en relation avec », à l'instar du terme correspondre.

En deuxième lieu, un auteur peut impliquer dans son récit des éléments proches de son vécu tout en ne personnalisant ni son adresse à ses lecteurs, ni le ton qu'il emploie. Cette implication plus ou moins forte dans une relation à nouer avec tous provient de sa supposition que ce qu'il raconte peut intéresser tout le monde. Cette intention de diffusion rejoint alors le concept de la parole témoin, en tant que récit de soi-même exemplifié et partagé. A la croisée d'une implication forte et d'une atténuation de la relation pour une mise en avant du contenu se constitue donc la *zone du témoignage*.

La troisième zone, celle qui combine à la fois une distanciation de soi dans le contenu et la mise en place d'une relation neutre, voire faible, est qualifiée d'*informative*. Dans cette zone, les blogs

mettent une priorité sur un contenu distancié de l'auteur (objectivation du récit) et davantage soumis à un mode de publication (diffusion vers tous) plutôt que sur la construction d'une relation particulière.

Enfin, le quatrième espace formé par la croisée d'un contenu à l'énonciation différenciée mais construit sur une relation de proximité constitue la *zone de l'interpellation*. Par définition, l'interpellation ne fonctionne pas sans adresse (un *Tu*, un *Vous* plus ou moins identifié) et sous-entend même l'exigence d'une réponse explicative. Elle n'oblige cependant pas une énonciation implicative. La relation forte supposée par l'interpellation est néanmoins tempérée, d'une certaine manière, par la distanciation du récit.

Pour illustrer ces quatre zones, prenons l'exemple fictif de quatre blogs traitant d'un même thème : la maternité. Ce thème pourrait prendre la forme d'un blog d'une jeune maman expatriée, racontant l'évolution de sa maternité à sa famille, restée au pays d'origine (zone de la correspondance). Dans un autre cas, cette même jeune maman pourrait également partager sa jeune expérience de maternité « expatriée » à tout le lectorat féminin et maternel qui pourrait se sentir concerné (zone de témoignage). En troisième exemple, nous pourrions mentionner le blog de conseils et d'informations sur la maternité rédigé par une mère de quatre enfants, devenue spécialiste dans le domaine (zone de l'information). Enfin, le blog de notre jeune maman expatriée pourrait également relater à ses proches la politique familiale ou les conditions difficiles des femmes de son pays d'accueil (zone de l'interpellation). Malgré une thématique partagée, quatre approches différenciées du blogging peuvent donc être mises en exergue. Cet exemple prouve que les dimensions de l'implication et de l'interaction conditionnent le projet du blog et différencient les pratiques de blogging des unes des autres, malgré un même contenu et un même auteur (une mère, une femme).

Par ailleurs, l'articulation en axes et en zones révèle deux nouvelles situations, rarement prises en compte dans les typologies existantes : les genres frontières et les zones cimetières. La

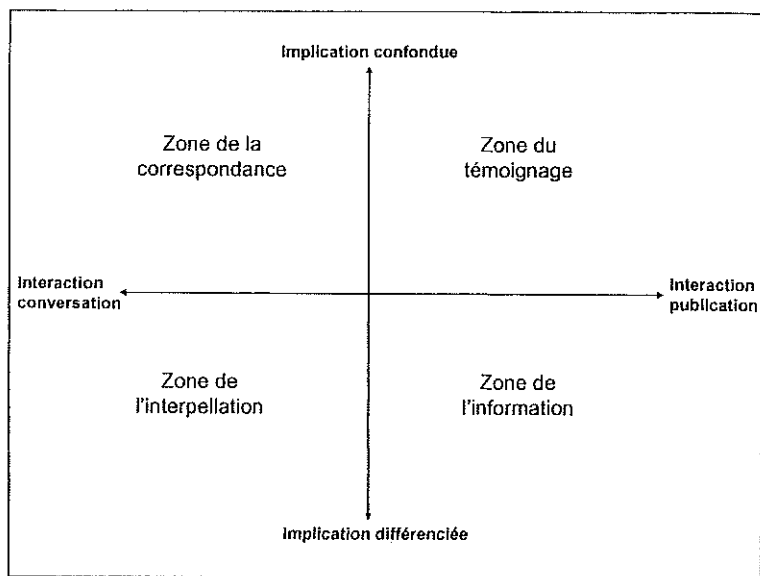
complexité du média blog, due notamment à la pluralité des usages, ne peut être entièrement résolue par une typologie, aussi dynamique et souple soit-elle. De fait, l'analyse doit pouvoir rendre compte de la présence de genres hybrides de certaines pratiques de blogging. Nous postulons que notre système typologique se montre capable de faire ressortir ces « genres frontières », entendu comme des blogs qui font jouer différents types d'implication et d'interaction ou qui appartiennent à un second degré, comme le sont la feintise, la parodie et le jeu dans l'analyse des genres télévisuels de François Jost⁴⁸. Par exemple, nous pourrions interroger le type de projet que les *fakeblogs* mettent en place. Sur quelles implication et interaction jouent ces faux-blogs dans lesquels des agences de communication, sur un mode apparent de la correspondance (ton de proximité, personnalisation des propos et des échanges, interaction soutenue, implication manifeste de l'auteur) communiquent commercialement sur les produits et services d'un tiers client ?

Enfin, l'application de la typologie dans la blogosphère pourrait révéler l'existence d'espaces vides de pratiques. Existe-t-il des blogs qui jouent sur une interaction très faible avec les lecteurs (relation quasi-nulle) tout en publiant un contenu à l'implication extrême, pour ne pas dire « intime » ? Dans la continuité de ce postulat de *zones cimetières*, nous posons l'hypothèse que ces espaces vides pourraient bien être comblés par d'autres types de pratiques en ligne tels que les wikis, les forums, les jeux en ligne, les e-mails, etc.⁴⁹

Cette dernière hypothèse invite à envisager les différentes applications et prolongations que cette typologie dynamique par « projet de blog » met en œuvre.

⁴⁸ JOST, F., *Introduction à l'analyse de la télévision*, Paris, Ellipses, collection Infocom, 1999.

⁴⁹ Il est en effet postulé que certains outils en ligne, tels que les wikis, le courrier électronique, les chats ou les forums, répondraient à certains projets (rapport de l'implication de l'auteur/interaction avec le lecteur) non investis par les pratiques de blogging. Par exemple, un contenu dont l'implication de l'auteur y est fortement différenciée, voire même objectivée, tout en étant basée sur une relation implicite de conversation, serait une tendance d'écriture collaborative davantage présente sur les wikis plutôt que sur les blogs.



3.5. Application de la typologie

Par sa flexibilité, la typologie rend possible trois mises en œuvre principales qui varient d'une vision globale vers des analyses singulières.

D'un point de vue général, d'abord, la typologie a été construite de façon à pouvoir réaliser une *photographie de la blogosphère* dans son ensemble. Tout type de blog doit pouvoir y trouver une place caractérisante, être rapporté à des pratiques signifiantes et être généralisé par une zone déterminée. Par cette photographie de la blogosphère, il devient aussi possible de découvrir des tendances et d'en suivre les évolutions au fil du temps. Même si certaines zones semblent dominantes dans les pratiques (zone de la correspondance par exemple), une veille est nécessaire afin de bien cerner le phénomène très diffus que constituent les blogs.

Une deuxième possibilité d'application de la typologie est davantage *sectorielle*. Appliquer la typologie par secteur (blogs

d'entreprises, blogs de jeunes, blogs politiques, etc.) permettrait de détailler de façon plus approfondie les logiques de fonctionnement associées à chaque champ. A nouveau, la typologie peut abandonner une logique d'analyse synchronique pour adopter une démarche diachronique d'observation des évolutions significatives au sein d'un même secteur. Beaucoup de questions pourraient être posées. Par exemple, les blogs d'entreprises sont-ils entrés dans la blogosphère sous un mode informatif avant de connaître un meilleur succès sous un mode de la correspondance ? A l'intérieur des pratiques diverses qu'ils peuvent connaître, les blogs politiques jouent-ils globalement davantage la carte de l'interpellation avant celle de l'information ?

Enfin, la mise en œuvre de cette typologie peut également prendre la forme d'une *analyse particulière par blog*. En plus de l'identification des coordonnées typologiques du blog, nous avons déjà mentionné, lorsque nous avons défini le weblog, l'importance du contexte et de la continuité dans les auto-publications⁵⁰. Une veille diachronique pourrait mettre en exergue des phénomènes cachés particuliers à certains blogs, notamment des distorsions ou des réorientations de projet. La notoriété soudaine, voire brusque, des *Skyblog stars* en serait un exemple significatif : quels sont les effets, dans un blog de copains, de l'arrivée massive et soudaine de commentaires et d'une hausse vertigineuse des statistiques, sur l'implication de l'auteur et sa relation avec le lectorat ?

Alors que l'on envisage la typologie comme un outil d'analyse pour des observateurs extérieurs, soulignons simplement que sa mise en œuvre pourrait être également intégrée dans la démarche praticienne du blogging. La réflexion du blogueur sur ses intentions dans son projet de blog peut très bien constituer une étape anticipative à la pratique, afin de mesurer la concordance entre l'outil blog et les objectifs personnels du blogueur.

La richesse des différentes applications de la typologie annonce la stabilité des critères de classification tout autant que leur souplesse et qualité d'adaptation à une évolution dans le temps. Nous posons le postulat que, malgré l'apparition de nouveaux outils,

⁵⁰ Voir point 1.1.

notre typologie par projet permettra de rendre compte des usages sur un long terme. De la même façon, nous pourrions également envisager la construction d'un système d'analyse également conçu à partir de caractéristiques communicationnelles mais destiné à d'autres outils en ligne (wikis, forums, e-mails, messageries instantanées, etc.). La combinaison de ces approches permettrait alors d'aborder les outils d'expression et de communication en ligne sous le signe de la complémentarité et non de l'exclusivité.

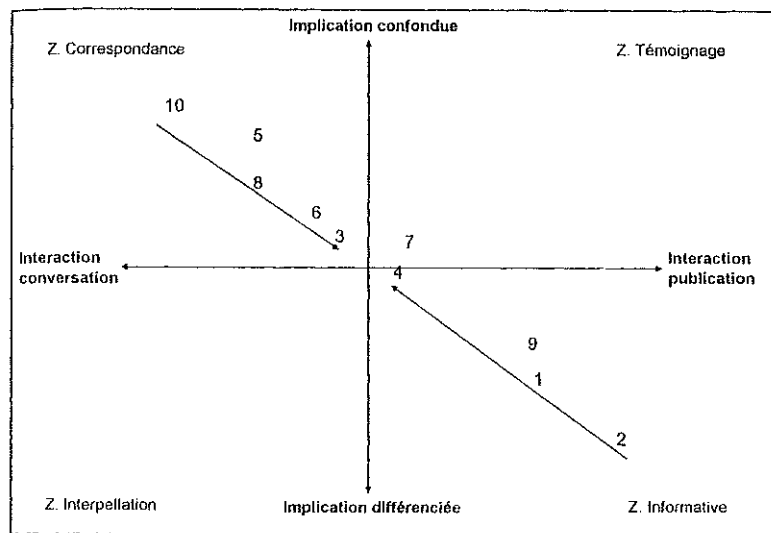
4. Conclusions

En désirant refléter la variété de la blogosphère, tout en la rationalisant, notre typologie s'est basée sur le rapport que l'auteur lie avec son public à travers son contenu. Au fur et à mesure de sa construction, ce mode de classification s'est révélé dynamique, complet, souple et évolutif. En guise de conclusion, nous voudrions illustrer son pouvoir interprétatif et explicatif par une application directe sur des corpus sectoriels de blogs.

Au-delà d'une simple photographie créée par son emplacement, chaque corpus fera apparaître des *tensions*, dynamiques significatives propres à son secteur. Dans le cadre de cet ouvrage, nous proposons de présenter six dynamiques qui résultent de nos observations de la blogosphère afin d'illustrer quelques-uns de ses mécanismes signifiants. Elles constitueront les six prochains chapitres⁵¹.

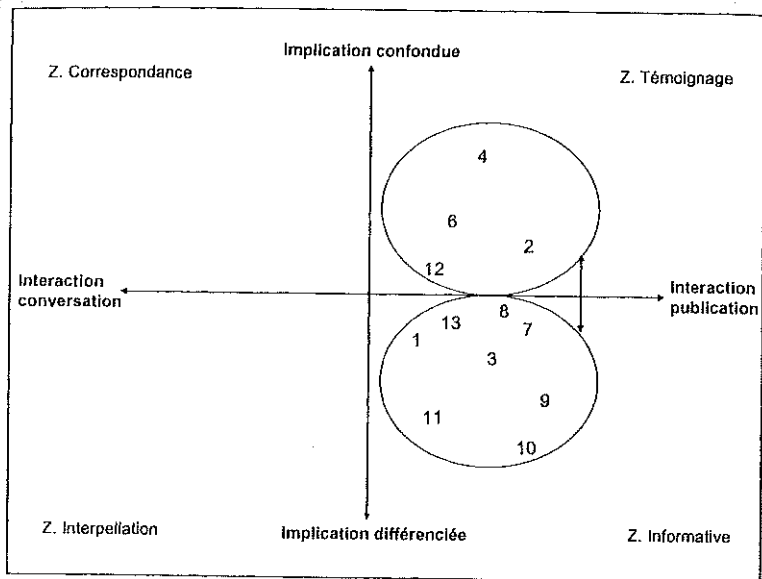
⁵¹ Les numéros inscrits dans les différents schémas renvoient aux corpus de blogs sélectionnés pour l'analyse. Voir la bibliographie en fin d'ouvrage.

En nous intéressant aux pratiques de **blogging des journalistes**, d'abord, nous constatons que les blogs observés ont tendance à se placer autour du croisement des axes, sur une diagonale traversant la zone de la correspondance et la zone de l'information. Nous faisons l'hypothèse que cette position centrée prend la forme d'une convergence vers la coordonnée (0;0) que nous interpréterons comme une dynamique de recherche d'équilibre. Suivant leurs réflexes professionnels pour les uns⁵², ou leur désir de se tourner vers une expression interactive et libre pour les autres, les journalistes semblent s'orienter vers un équilibre de ces deux pratiques (conversation/publication). Le chapitre III traitera de cette dynamique orientée vers un point d'équilibre.

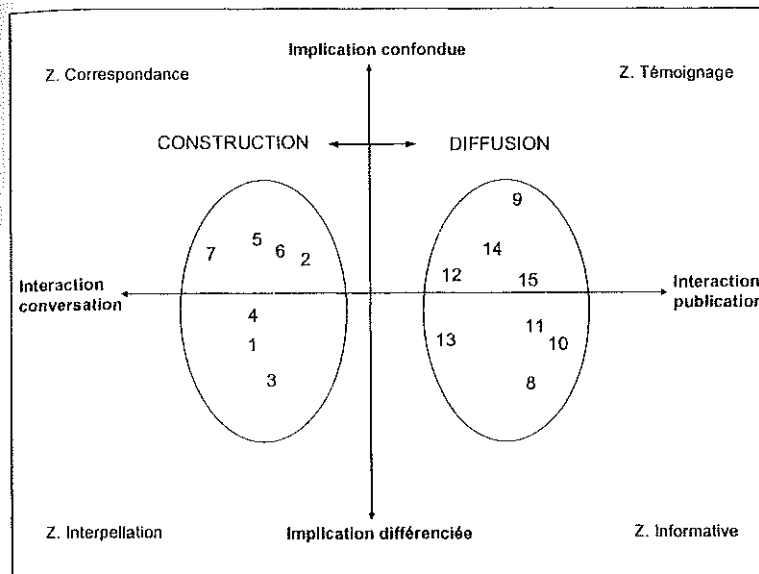


⁵² A l'instar de leur travail dans leurs organes de presse respectifs, les journalistes inscrits dans la zone de l'information mettent leurs discours à distance dans leurs blogs.

Les **hommes politiques** ont eux aussi pris leur place dans la blogosphère. Nous observons chez eux une balance entre deux démarches principales de blogging : d'une part, ils se placent comme des témoins racontant, au fil des billets, leurs actions ; d'autre part, ils jouent le rôle de porte-parole du parti en partageant les informations et les évènements d'actualité de leur groupe politique. Le chapitre IV traitera de ces questions.

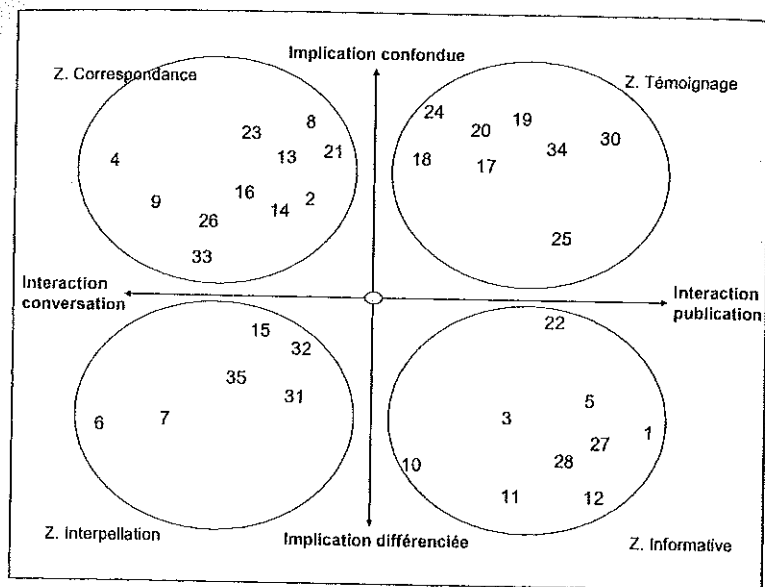


Dans le champ des **blogs scientifiques**⁵³, nous remarquons assez vite que la dynamique se joue sur l'axe de l'interaction. Deux objectifs principaux sont poursuivis par ces blogueurs scientifiques : d'une part, partager leur quotidien et leurs opinions en proposant une interaction de proximité ; et d'autre part, diffuser des résultats et des connaissances à des pairs. Ce choix entre la co-construction ou la diffusion d'un savoir expliquerait ainsi la tension qui anime la blogosphère scientifique. Celle-ci fera l'objet d'une réflexion dans le chapitre V.

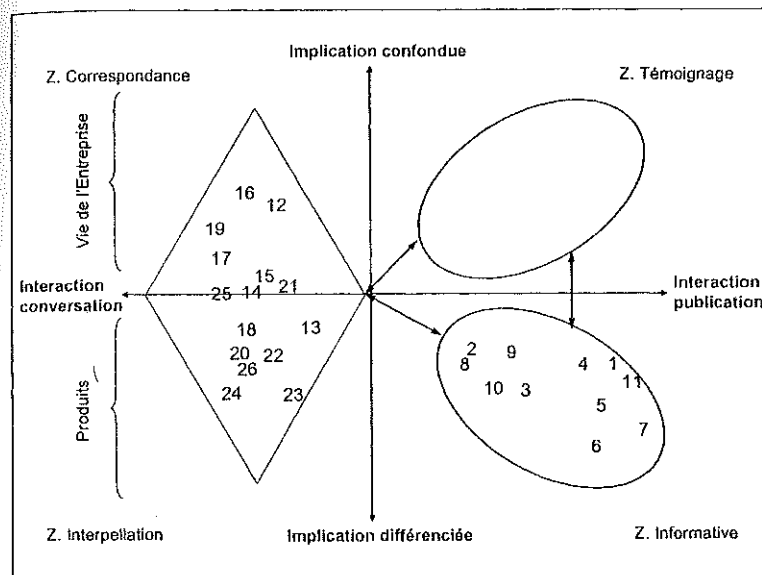


⁵³ Blogs tenus par des chercheurs scientifiques dans un cadre académique.

En s'intéressant au **blogging pédagogique**, ensuite, nous observons que les blogs des acteurs de l'enseignement – professeurs, élèves et groupes-classes – se répartissent de façon dispersée sur les quatre zones de la typologie. Suite à cette observation, il sera postulé dans le chapitre VI que la spécificité des blogs inscrits dans des scénarios pédagogiques serait de pouvoir combiner différentes démarches de blogging pédagogique, liées intrinsèquement à cette typologie.

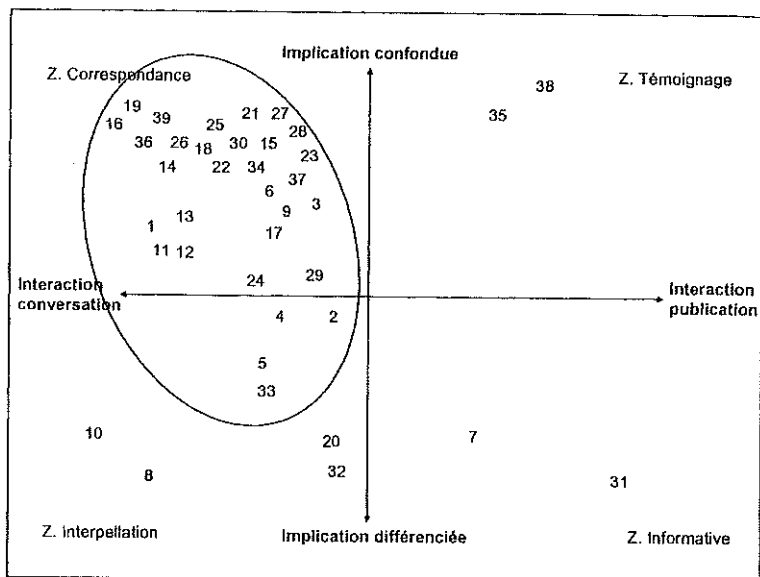


En ce qui concerne le champ **des blogs d'entreprises**, à l'instar du corpus scientifique, la dynamique d'interaction anime le secteur. D'un côté (à droite de l'axe), le blog ne fait qu'intégrer l'ensemble du dispositif communicationnel et publicitaire. De l'autre côté (à gauche de l'axe), le blog est utilisé comme principal lieu de présentation et de communication avec les clients potentiels. A statut divers se jouent ainsi des stratégies de blogging différenciées, les premiers se plaçant dans une démarche informative, les seconds dans une position mi-conversationnelle (lorsqu'ils s'expriment sur la vie de l'entreprise) mi-interpellative (lorsqu'ils traitent de leurs produits).⁵⁴ Cette opposition entre une volonté de proximité et cette absence d'interaction sera approfondie dans le chapitre VII.



⁵⁴ La zone du témoignage révélera quant à elle un type quelque peu particulier de blogs d'entreprises.

Chez les jeunes, l'exercice de la typologie montre, enfin, qu'une grande majorité des blogs se place dans la partie conversationnelle. Au manque de tension apparent, nous avons observé une dynamique à l'intérieur même de cette double zone. En effet, un jeune blogueur à tendance à s'adresser à tout jeune qui est comme lui (au « peuple jeune ») tout en gardant un ton de proximité. Cette dynamique sera abordée par une analyse de la sociabilité virtuelle du jeune, exacerbée par le phénomène de cyberstarring dans le chapitre VIII.



Les dynamiques présentées ci-dessus feront donc l'objet, dans les chapitres qui suivent, d'un questionnement orienté selon les intérêts et les observations des chercheurs. Outre ces six découvertes, un complément juridique éclairera les différents propos dans un chapitre ultérieur. Enfin, chacun aura la liberté de poursuivre, selon ses propres intérêts, ce travail de désenfouissement afin de mettre au jour de nouvelles dynamiques dans la blogosphère.