

REZUMAT

Teza intitulată „ Discurs și lectură caleidoscopică, online. Construirea unei identități discursive în cadrul blogului ” tratează particularitățile blogului ca gen de discurs ce aparține spațiului tehnic al rețelei Internet. Explorăm, printr-o analiză lingvistică, un spațiu de comunicare apărut în urma inventării sistemului digital și al creării Web-ului.

Pe baza studiului a aproximativ treizeci de bloguri-exemple, în limba franceză și în limba română, selectate dintr-un corpus de trei ori mai mare, ilustrăm anumite specificități lingvistice și discursive ale blogului.

Scopul cercetării noastre este de a sonda blogul ca gen de discurs, în care exprimarea identității este un element foarte important. Ne-am propus, de asemenea, să verificăm dacă, odată cu apariția Internetului, apar și noi practici discursive.

Verificăm în teza noastră dacă analiza discursului poate continua a fi utilizată drept cadru metodologic pentru un studiu lingvistic bazat pe exemple preluate din blogosferă.

Concluzia noastră este că majoritatea noțiunilor și conceptelor pe care ne bazăm, preluate din acest domeniu al lingvisticii, anterior apariției lumii digitale, sunt încă operaționale în studiul textului de pe bloguri. Aparatul conceptual propus, preluat din analiza discursului nu poate da, însă, seama, de caracterul tehnic al blogului, care face corp comun cu textualitatea creată acolo.

În primul capitol, „Cadrul teoretic și metodologic” blogul este văzut ca un discurs digital, fiind descris, prin exemple, în subcapitolul.: „Abordări lingvistice și pragmatice ale discursului digital”. Sunt prezentate concepte precum: text, discurs, formație discursivă, câmp discursiv și univers discursiv, cadru participativ, identitate, ethos, scenă a enunțării etc., așa cum pot fi ele identificate pe blog, ilustrate prin exemple.

Internetul și domeniul informaticii oferă nu doar un cadru de discurs cu o materialitate specifică, în comparație cu realitățile din lumea textului tipărit. El adăpostește și o serie de practici de scriere și citire puternic influențate de specificul său tehnodiscursiv.

A scrie online înseamnă a compune un text folosind un software formatat astfel încât internautul să poată introduce singur conținutul, dar numai după cunoașterea prealabilă a unor instrumente informatice (programul de scriere).

Blogul ca discurs mediatic este studiat în partea a treia a primului capitol. În el se prezintă contractul de comunicare media așa cum este descris de Charaudeau, precum și relevanța acestuia pentru blog.

În același capitol, blogul este abordat ca textualitate digitală, dar și ca discurs multimodal și plurisemiotic.

Al doilea capitol al tezei conține prezentarea corpusului și a metodelor de lucru utilizate în cercetare. Este vorba despre studiul a aproximativ treizeci de bloguri, în limba franceză și română, în contextul lor digital, realizat pe baza observației sistematice a acestora, de-a lungul anilor. Exemplele pe care le utilizăm în această teză au fost analizate mai apoi conform ipotezelor noastre de cercetare.

Folosim și metoda anchetei sociologice online pentru a studia practicile generale de pe Internet și percepția pe care o au bloggerii asupra activității lor discursive.

În cursul lunii iulie 2022 au fost realizate două sondaje create cu instrumentul de lucru oferit Google Forms: unul general, privind practicile publicului pe internet, iar al doilea adresat

bloggerilor. Rezultatele acestor sondaje sunt prezentate în capitolul 2 și la începutul capitolului intitulat „Construcția unei identități discursive în cadrul blogului”, aparținând celei de-a doua părți a tezei.

Practicile întâlnite online ale utilizatorilor de internet, dar și cele prezentate de creatorii de bloguri, așa cum reies ele din răspunsurile la cele două chestionare arată o dorință comună a tuturor participanților la studiul nostru, de adaptare la contextul digital oferit de Web.

La primul sondaj au participat 237 de persoane. Cei mai mulți dintre respondenții noștri spun că preferă să folosească rețeaua Internet pentru a obține informații, ceea ce arată importanța realității digitale ca o oglindă vastă a lumii empirice și, de asemenea, modul în care este văzută ca o sursă fiabilă de informații. .

Există o tendință în rândul respondenților noștri, apărută în ultimele decenii și susținută de rezultatele sondajului: cea de a căuta informații nu numai în limba maternă, ci și în engleză.

Citirea blogurilor este o activitate declarată de trei sferturi dintre respondenții noștri, dar practicile de lectură pe care le prezintă online arată o polarizare între o anumită tendință de menținere și în spațiul digital a obiceiurilor de lectură practicate offline (37,13% dintre respondenți spun că citesc un text fără a da clic pe hyperlink-uri) și dorința de a avansa cât mai rapid în lectura hipertextului (34,59% dintre respondenții noștri susțin că urmăresc materialele textuale accesibile în urma activării hyperlinkurilor, dar fără a reveni la articolul de început. Doar 10 persoane din 237 recunosc că revin doar uneori la articolul citit la începutul parcursului de receptare.)

Din punct de vedere tematic, cele mai consultate bloguri sunt legate de domeniile *nutriție și călătorii*.

Rețelele sociale continuă să fie mijlocul cel mai frecvent raportat de respondenții noștri pentru a găsi bloguri, ceea ce arată importanța blogurilor conectate la social-media. Așa se explică de ce marea majoritate a blogurilor au integrat recent în structura lor un sector textual în care apar siglele rețelelor sociale. Majoritatea blogurilor din studiul nostru au o pagină pe rețelele sociale existente. Prima opțiune rămâne Facebook.

În ceea ce privește chestionarul-interviu adresat bloggerilor, la care au răspuns 24 de bloggeri români și francezi (54% români și ceilalți francezi), răspunsurile ilustrează preocuparea acestora pentru faptul de a publica în mod constant conținut de calitate, variat, și de a se adapta la funcționalități tehnice digitale, în permanentă evoluție, oferite de blog. Cel mai folosit mod de a face cunoscut un blog sunt rețelele sociale, care arată adaptabilitatea bloggerilor la tendințele actuale din lumea reală.

A fi creator de blog înseamnă și, o anumită recunoaștere socială sau în mediul profesional.

Capitolul III al lucrării noastre introduce conceptul de lectură caleidoscopică.

În urma observării sutelor de postări publicate pe aproximativ treizeci de bloguri, variate tematic, urmărite de mai bine de șapte ani, putem concluziona că în cadrul acestui instrument de comunicare online, actul de receptare este construit într-un mod caleidoscopic și polifonic.

Pot exista cititori pasivi (pe care îi numim „lecteurnautes”) – care se mulțumesc să parcurgă discursul blogului și urmează căile trasate de hyperlinkuri, fără să-și înscrie propriile comentarii pe paginile pe care le consultă și fără a deveni autori de materiale publicate în mediul online. Cititorii activi sunt cei ce joacă rolul de autori în mediul digital, alături de cei care se decid să comenteze materiale textuale parcurse pe bloguri sau alte site-uri.

Accesul la spațiul discursiv digital și la conținutul acestuia implică în mod necesar un gest tehnic, fie și doar cel de a derula pagina consultată. Receptarea nu mai este liniară, ca înainte, ci caleidoscopică, pentru că imprevizibilă, ghidată de hyperlinkuri și de structura multimodală și fragmentată a elementelor care apar pe pagina oferită spre lectură.

Vandendorpe (1998) vorbește despre lectura „zapping” exercitată online, care face din fiecare buton nou întâlnit, o invitație pentru cititor de a merge mai departe. Lévy (1995) menționează (printre primii autori) noțiunea de « text mobil, caleidoscopic, care își prezintă fațetele, se întoarce, se pliază și se desfășoară după bunul plac în fața cititorului ». Conceptul de lectură caleidoscopică, pe care îl dezvoltăm, îl integrează pe cel de text mobil la care se referă Lévy, dar și pe cel de lectură „zapping” al lui Vandendorpe.

Odată cu scrierea și lectura online, asistăm la punerea în discuție a modelului funcționalist de tip „emisie-recepție”, considerat azi de către unii autori drept depășit, din punctul de vedere al comunicării (Davalon 2003: 7), dar și la aplicarea unui model bazat pe transformarea, metamorfoza (ibid.) mesajului în actul de receptare.

Mai precis, în cazul blogului, enunțatorul controlează doar parțial limitele textuale și discursive ale conținutului pus la dispoziția cititorilor săi. Forma textului introdus în spațiul discursiv al blogului va fi influențată mai întâi de arhitextul (id: 10) care a prescris cadrele digitale în care se va înscrie și apoi de multiplele lecturi caleidoscopice practicate de cititorii săi.

Odată afișate online și presărate cu semne numite „signes passeurs” (semne de trecere) (Jeanneret și Souchier) și hyperlink-uri, textele blogurilor prezintă o multitudine de căi de explorat de către lectorul, El își redirecționează atenția către alte și alte semne de trecere și hyperlinkuri găsite pe pagina parcursă, și acest lucru poate avea loc la nesfârșit, în hypertextul generos al Web-ului. Contururile materialului consumat de cititor sunt transformate odată cu fiecare lectură posibilă,

Numim lectură caleidoscopică acest tip de receptare inedit, specific mediului digital al Internetului și întâlnită pe bloguri. Ea apare odată cu prezența unor hyperlinkuri conectate la un hipertext invizibil la un prim contact al receptorului cu discursul de parcurs; hypertextul va fi descoperit în funcție de dorințele și curiozitatea cititorului. Diverse modalități de evidențiere a secvențelor de text pe pagina citită, astfel încât să fie percepute vizual înaintea altora, influențează și ele acest tip de lectură pe care îl descriem în capitolul III al tezei noastre.

Lectura caleidoscopică apare odată cu existența unui nou tip de cititor, numit adesea „consumator de conținut” în cadrele digitale create de lumea computerului și a internetului. Actul de receptare este unul discontinuu, neliniar, în care se urmăresc reperele create de hyperlinkurile din spațiul paginii afișate de computer. Este o lectură rapidă, prin care se trece de la text la hipertext și de la un modul textual la altul. Are ca scop familiarizarea cititorului cu materialul lecturat și rareori presupune o citire totală și foarte atentă a conținutului.

În mediul online se pune problema rolurilor utilizatorului de internet care acționează prin gest (gestul de a face clic) pentru a-și manifesta prezența. Pot exista cititori pasivi - care doar parcurg cu privirea discursul blogului și urmează căile trasate de hyperlink-uri, fără a-și înscrie propriile comentarii pe paginile pe care le consultă - sau cititori activi, precum cei care lasă comentarii pe bloguri, sau devin autori digitali. de exemplu.

Distingem trei roluri principale online :

- a. cititorul pasiv care „consumă” conținut de pe internet ca pe o emisiune TV. Acesta răsfoiește textele scrise de alții online și doar atât.
- b. autorul virtual este o persoană care publică pe diverse site-uri online materiale de semnificația și importanța celor care ne fac să-l considerăm un autor și în lumea reală.
- c. scriptornautul, este persoana care scrie comentarii asupra textelor publicate de autorii virtuali.

În actul lecturii caleidoscopice, internautul poate trece de la un „rol” la altul.

„Ecrilectura” (Barbosa, Paveau) ca act discursiv care îmbină scrisul cu lectura, coexistă în spațiul digital cu lectura caleidoscopică online.

Pornind de la câteva exemple, în capitolul III al textului nostru sunt prezentate și ilustrate principalele figuri ale lecturii caleidoscopice.

Există o lectură caleidoscopică desfășurată pe o singură pagină și alta, pe mai multe pagini.

Distingem trei tipuri de lectură caleidoscopică de tip ”multipages”(care are loc pe mai multe pagini)

1.lectura caleidoscopică circulară (ilustrată în Figura 1), cea care presupune părăsirea paginii de pornire pentru a descifra conținutul discursiv al unui hyperlink , urmată apoi de revenirea la pagina inițială .

Figura 1 : lectura caleidoscopică circulară

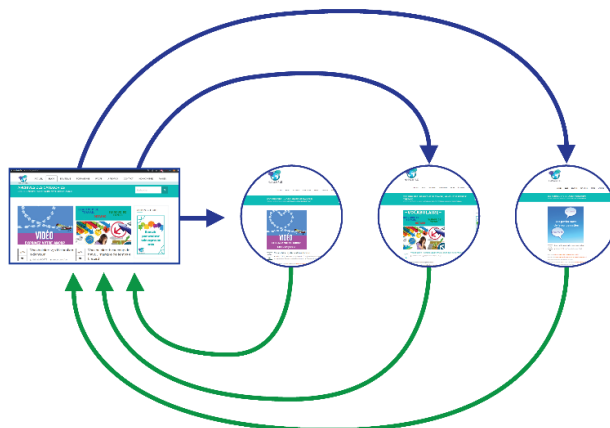


2. Lectura caleidoscopică în spirală (Figura 2)

Lectura caleidoscopică în spirală presupune urmărirea succesivă, de către cititor, a mai multor hyperlinkuri găsite pe pagina de început, Cititorul ajunge pe diferite pagini ale hipertextului, le parcurge, dar apoi revine, după fiecare lectură, la firul textual inițial, pentru a descoperi și conținutul rămas.

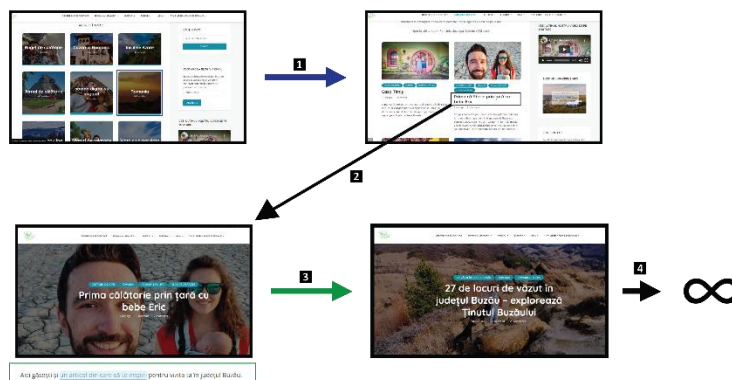
De la textul *genitor* se ajunge, astfel, pe rând, la mai multe texte *țintă* , dar receptorul nu uită să se întoarcă la pagina pe care și-a început aventura lecturii online, pentru a parcurge tot ceea ce aceasta îi propune ca text.

Figura 2. Lectura caleidoscopică în spirală



3. Lectura caleidoscopică cu parcurs deschis.

Figura 3 : Lectura caleidoscopică cu parcurs deschis



Ultima figură a lecturii caleidoscopice pe care o descriem, este cea a lecturii cu parcurs deschis, care presupune deplasarea atenției cititorului de la un hyperlink la altul, pe multiple pagini-țintă deschise în acest scop, fără a mai reveni la pagina de pornire, cea care conține primul text genitor.

Cele trei tipuri de lectură pot fi combinate în actul complex al receptării online, fiind asociate întotdeauna unuia dintre cele trei roluri ale internautului.

Cea de-a doua parte a tezei noastre (capitolele IV și V) este dedicată analizelor textuale și discursive efectuate pe bloguri, cu scopul de a depista particularitățile de construcție a identității discursive exprimate acolo și de a clasifica blogul din punctul de vedere al genului.

Putem vorbi de o anumită continuitate pe blog a unor genuri textuale existente dinainte ca web-ul să modifice universul comunicării. Întâlnim multe genuri din presa scrisă, de

exemplu, dar care sunt prelucrate și abordate tehnic conform modului de funcționare a cadrelor digitale unde apar.

Modul în care sunt aranjate elementele discursului digital al blogului este unul complex. În urma observării a sute de postări publicate pe treizeci de bloguri, variate tematic, urmărite timp de mai bine de șapte ani, putem concluziona că în cadrul acestui instrument de comunicare online, discursul este configurat, -de asemenea, printr-o receptare caleidoscopică, datorată aspectului fragmentar, multimodal și plurisemiotic al materialului parcurs .

Blogul are două instanțe enunțiative care se presupune că interacționează în actul receptării : vocea care se exprimă pe blog și instanța receptorului, cititorul-model (U.Eco), construit și postulat de discurs. Interacțiunile cu cititorii punctează și influențează intervențiile vocii principale pe blog.

Odată cu comunicarea online se naște o nouă concepție tehnodiscursivă a textualității. Principiul textului creat offline, bazat în primul rând pe coeziune și coerență, cu limite bine definite de suportul material pe care apare, se găsește modificat odată cu luarea în considerare a hipertextului, a cărui apariție are loc în urma unui proces tehnolingvistic.

Unii lingviști afirmă că cititorul fabrică hipertextul pe care îl accesează, ca un nou autor, în acest proces de selecție a modulelor textuale parcurse prin lectură.

Nu suntem de acord cu acest statut de autor aplicat cititorului de hipertext. Pentru noi, în actul receptării, este vorba doar despre activitatea unui cititor care își configurează materialul pentru a-l descifra conform dorințelor sale. Chiar dacă dimensiunea totală a textului pe care îl va activa îi este inaccesibilă la început, ea este deja prevăzută ca posibilitate materială de către un alt autor.

Am examinat, de asemenea, în această teză, statutul generic al blogului, ajungând la concluzia că acesta poate fi privit ca un macro-gen de discurs care integrează o multitudine de genuri textuale legate de discursul mediatic (printre altele: cronică, editorial, reportaj etc.). , precum și mai multe regimuri semio-mediologice: scriptural, oral, iconic, digital etc.

În circulația tipurilor textuale între lumea digitală și spațiul realității din afara acesteia, se observă existența unei dinamici de reciprocitate, deoarece – inițial – aceste genuri sunt apărute în presa scrisă, de unde migrează online pe diferite site-uri (și bloguri), urmând să se întoarcă apoi în lumea tiparului, modificate din punctul de vedere al aspectului sau formei lor.

Caracterul foarte fragmentat al paginilor de start ale site-urilor sau blogurilor (construite online, sistematic, în acest fel) este reprodus, în principal, în zilele noastre, pe prima pagină a presei scrise tipărite (Adam 2020 : 65). În 2022, prima pagină a presei tipărite este formatată din ce în ce mai des, pentru a oferi și module textuale parțiale, foarte asemănătoare cu ceea ce se vede în prezent pe ecranul calculatorului.

Blogurile din studiul nostru îndeplinesc și o serie de funcții care acționează sinergic în cadrul lor discursiv:

- a) Funcția informativă, prin care blogul transmite conținut informativ într-un mod exact, precis, cititorilor săi.
- b) Funcția terapeutică, care se manifestă atât la nivelul relației bloggerului cu scrisul său, cât și la nivelul relației cititorilor cu conținutul blogului.
- c) Funcția estetică, care arată puterea blogului de a reflecta frumusețea lumii prin articolele publicate pe acesta

d) Funcția incitativă este prezentă pe blog atunci când are loc o invitație adresată cititorului ca acesta să pună în practică experiențele-exemple relatate de locutorul de pe blog.

e) Funcția comercială este aceea prin care blogul asigură proprietarului său posibilitatea de a obține venituri din folosirea acestuia, fie din articole publicitare, fie din blog ca vitrină prezentând aptitudinile profesionale ale proprietarului lui, etc.

Corpusul de bloguri studiat în teza noastră conține exemple destul de eterogene, care au făcut posibilă conturarea unei perspective globale asupra funcționării discursive a blogului, precum și asupra modului de construire a unei identități discursive online.

Fără a pretinde a fi exhaustive, concluziile pe care le-am formulat în urma cercetărilor lingvistice efectuate, aduc ca elemente de noutate luarea în considerare din punctul de vedere al analizei lingvistice a unui corpus bilingv de 30 de bloguri (română și franceză), precum și dezvoltarea a conceptului de lectură caleidoscopică online.

Cuvinte-cheie : blog, discurs, lectură, identitate discursivă, macro-gen, Internet, media, digital, caleidoscopic

CUPRINS

INTRODUCERE 5

PRIMA PARTE

CAPITOLUL I

Cadrul teoretic și metodologic 11

1. Internet și scriitura digitală..... 13

1.1 Definiție 13

1.2. World Wide Web..... 13

1.3 « Blogul », definiție și structură generală 14

2. Abordări lingvistice și pragmatice ale discursului digital

2.1. Frază, enunț, text, discurs 15

2.2. Raporturi între text și discurs 17

2.3. Conceptul de discurs 20

2.4. Formația discursivă 24

2.5 Câmpul discursiv și universul discursiv 25

2.6. Cadrul participativ..... 26

2.7. L'identitatea discursivă 27

2.8. Ethos și imagine a sinelui 30

2.9. Scenă generică, de enunțare și scenografie 33

| | |
|--|----|
| 3. Blogul ca discurs mediatic | 36 |
| 3.1. Contractul de comunicare mediatică..... | 37 |
| 3.2. Hyperstructura și multitextul..... | 43 |
| 3.4. Genuri jurnalistice ce se regăsesc în formatul blogurilor | 47 |
| 4. De la textul scriptural la textualitatea digitală. Concepte metodologice..... | 50 |
| 4.1. De la documentul digital de tip « numérisé/numérique/ numérique » la analiza discursului digital..... | 50 |
| 4.2. Analiza discursului digital, definită de M.A.Paveau..... | 52 |
| 4.3. Noțiunile de « arhitext » și de « textiel »..... | 53 |
| 4.4. Spațiul de expunere discursivă..... | 55 |
| 4.5. Hyperlink și hypertext..... | 55 |
| 4.6. Augmentare enunțiativă..... | 57 |
| 5. Blogul, discours multimodal și plurisemiotic | 59 |
| 5.1. Discursul multimodal..... | 59 |
| 5.2. Tipologii propuse pentru blog | 62 |
| 5.3. Elemente de structurare a blogurilor | 65 |
| 5.4. Trei dimensiuni în structurarea blogurilor : iconotextuală, arhitecturală și procedurală..... | 66 |

CAPITOLUL II: ASPECTE LEGATE DE CORPUS ȘI DE METODĂ

| | |
|---|----|
| I. Aspecte legate de corpus..... | 67 |
| 1. Probleme întâlnite la tratarea datelor virtuale | 67 |
| 1.1. Numărul imens al enunțurilor publicate online | 67 |
| 1.2. Tipul de lectură favorizat de cadrele digitale | 68 |
| 1.3. Polimorfismul discursului digital | 68 |
| 1.4. Caracterul reticulair al discursului blogurilor | 68 |
| 1.5. Caracterul multimodal al discursului digital..... | 69 |
| 2. Tipuri de blog selectate în cadrul corpusului nostru, criteriul tematic..... | 70 |
| a. Bloguri de călătorie | 70 |
| b. Bloguri de parenting..... | 71 |
| c. Bloguri de avocat | 71 |
| d. Bloguri de literare | 71 |
| e. Bloguri foto | 71 |
| f. Bloguri de învățare a limbii franceze ca limbă străină | 71 |
| II. Aspecte legate de metodele utilizate | 80 |
| Metode de lucru : | 80 |
| 1. Observarea sistematică a blogurilor și analiză | 80 |
| 2. Sondajul online..... | 81 |

| | |
|--|------------|
| CAPITOLUL III. Specificul actului de receptareonline . Écrilectură și lectură caleidoscopică..... | 96 |
| 1. Practici de lectură de-a lungul timpului..... | 96 |
| 2. Textul caleidoscopic..... | 97 |
| 3. Hypertext și hyperlink..... | 103 |
| 4. « Écrilectură » online..... | 105 |
| 5. Tempul de lectură online..... | 105 |
| 6. Lectura caleidoscopică..... | 106 |
| 7. Rolurile internautului în <i>lectura caleidoscopică</i> | 107 |
| 8. Tipuri de lectură caleidoscopică..... | 109 |
| 8.1. Lectură caleidoscopică mono-pagină..... | 109 |
| 8.2. Lectură caleidoscopică multi-pagini..... | 113 |
| PARTEA A DOUA: ANALIZE DE BLOG | |
| CAPITOLUL IV. Blogul, un macro-gen de discurs virtual înrudit cu media..... | 117 |
| 1. Conceptele de gen, blogosferă și blogroll..... | 117 |
| 2. Blogul, un « macrogen » de discurs ?..... | 121 |
| 3. Împărtășirea experienței și relația cu cititorii..... | 144 |
| CAPITOLUL V : Construcția unei identități discursive pe blog..... | 150 |
| 1. Cine se exprimă pe blog și cu ce efecte?..... | 150 |
| 1.2. O analiză comparativă: Percepția bloggerilor asupra identității discursive..... | 159 |
| 2. Identitate discursivă construită online : locutorul prezintă fațete ale identității, în mod selectiv..... | 163 |
| 2.1 Exemplul1..... | 164 |
| 2.2 Exemplul 2..... | 168 |
| 2.3. Exemplul 3..... | 170 |
| 3. Identitate-« oglindă », construită prin povestire..... | 173 |
| 3.1 Exemplul blogului « mamadematei.ro »..... | 174 |
| 3.2 Exemplul blogului de Mirela Retegan..... | 176 |
| 4. Identitate ascunsă..... | 185 |
| 5. Identitate și funcții ale blogurilor..... | 193 |
| 5.1 Funcția informativă..... | 196 |
| 5.2 Funcția terapeutică..... | 197 |
| 5.3 Foncția estetică..... | 199 |
| 5.4. Funcția injonctivă..... | 200 |
| 5.5. Funcția comercială..... | 207 |
| 5.6. « Prințesa urbană», exemplu de blog cu mai multe funcții..... | 210 |
| CONCLUZII..... | 214 |
| BIBLIOGRAFIE :..... | 220 |