

RÉSUMÉ

Notre recherche, intitulée « Discours et lecture kaléidoscopique, en ligne. Construction d'une identité discursive dans le cadre du blog » porte sur les particularités du blog en tant que genre du discours appartenant à l'espace technique du réseau Internet. Nous explorons, à travers une analyse linguistique, un espace de communication apparu suite à l'invention du système numérique et grâce à la création de la Toile.

À partir de l'étude d'une trentaine de blogs-exemples, en français et en roumain, sélectionnés dans un corpus trois fois plus grand, nous illustrons certaines spécificités linguistiques et discursives du blog.

Le but de notre recherche est de sonder le blog comme genre du discours, où l'expression de l'identité est un élément très important. Nous nous sommes proposé de vérifier aussi si, avec l'apparition du réseau Internet, des pratiques discursives nouvelles s'y manifestent.

Une des hypothèses à vérifier dans notre thèse est si **l'analyse du discours peut encore être le cadre méthodologique** d'une étude linguistique axée sur des exemples extraits de la blogosphère. Notre conclusion est que la plupart des notions et concepts issus de ce champ de la linguistique, que nous avons testés, antérieurs à l'apparition du monde numérique, sont encore opérationnels dans l'étude du texte retrouvé sur les blogs, mais que l'appareil proposé ne peut pas rendre compte du caractère technique de leur support, qui arrive, en général, faire corps commun avec la textualité qui s'y crée.

Dans le premier chapitre, « Cadre théorique et méthodologique » le blog est présenté en tant que discours numérique, étant décrit dans le chapitre : « Approches linguistiques et pragmatiques des discours numériques », à travers des exemples. Une série de concepts tels : *texte, discours, formation discursive, champ discursif* et *univers discursif, cadre participatif, identité, éthos, scènes d'énonciation* etc. y sont présentés, tels qu'ils peuvent être appréhendés sur le blog, illustrés par des exemple extraits des blogs de notre corpus.

Internet et le domaine de l'informatique apportent non seulement un cadre du discours dont la matérialité est tout à fait particulière, comparée aux réalités textuelles sur papier, mais aussi des pratiques d'écriture et de lecture fortement influencées par son spécifique techno-discursif.

Ecrire en ligne suppose de composer son texte à l'aide de logiciels formatés de manière que l'internaute puisse effectuer la saisie du texte tout seul, mais seulement suite à la connaissance préalable de l'outil informatique.

Le blog comme discours médiatique est étudié dans la troisième partie du premier chapitre. On y présente le contrat de communication médiatique tel que décrit par Charaudeau et sa pertinence sur le blog.

Dans le même chapitre, le blog est abordé aussi comme textualité numérique, ainsi que comme discours modal et plurisémiotique.

Dans le deuxième chapitre le corpus et les méthodes de travail employées sont présentés. Il s'agit de l'analyse d'une trentaine de blogs en français et en roumain, dans leur contexte numérique, à partir de l'observation systématique des blogs à travers les années, puis extraction d'exemples et de nombreuses analyses opérées sur ceux-ci, avec la formulation de conclusions.

La méthode du sondage de type sociologique est employée aussi, afin d'étudier les pratiques générales en ligne et la perception que les blogueurs ont de leur activité discursive. En effet, deux sondages ont été réalisés en ligne, pendant le mois de juillet 2022 : l'un sur les pratiques générales des gens sur Internet, et un deuxième adressé à des blogueurs. Les résultats de ces sondages sont présentés dans le chapitre 2 et aussi au début du chapitre intitulé « Construction d'une identité discursive dans le cadre du blog », appartenant à la deuxième partie de la thèse.

Les pratiques déroulées en ligne, de manière générale, par les internautes, mais aussi celles que présentent les créateurs de blog, montrent un désir commun de s'adapter au contexte numérique proposé par La Toile.

237 personnes ont participé au premier sondage.

La plupart de nos répondants affirment utiliser de prédilection le réseau Internet afin de s'informer, ce qui montre l'importance de la réalité numérique en tant que vaste miroir du monde empirique et aussi la façon dont celle-ci est vue comme un média qui constitue une source fiable d'informations.

On enregistre une tendance, auprès de nos répondants, à chercher des informations non seulement dans leur langue maternelle, mais aussi en anglais. (30% des personnes interrogées affirment leur choix de l'anglais comme langue de recherche des actualités sur Internet.)

Lire des blogs est une activité déclarée par trois quarts de nos répondants, mais les pratiques de lecture qu'ils présentent en ligne montrent une polarisation entre une certaine tendance à maintenir des habitudes de lecture exercées hors ligne (37,13% des répondants affirment lire un texte sans cliquer sur les hyperliens) et l'envie d'avancer dans l'hypertexte (34,59% de nos répondants affirme suivre les liens fournis suite au click sur l'hyperlien,

mais sans revenir à l'article de départ. Seulement 10 personnes sur 237 avoue retourner seulement parfois à l'article lu au début du parcours.)

La thématique des blogs les plus consultés concerne les domaines de la nutrition et celui des voyages.

Ce sont les réseaux sociaux qui restent le moyen déclaré comme le plus fréquemment utilisé par nos répondants afin de trouver les blogs à consulter, ce qui montre l'importance des blogs connectés aux réseaux sociaux. Cela explique pourquoi la grande majorité des blogs ont dernièrement intégré dans leur structure un secteur où les sigles des réseaux sociaux apparaissent. La plupart de blogs de notre étude a une page sur la grande majorité des réseaux existants. Celui qui est choisi en premier, reste Facebook.

En ce qui concerne le questionnaire-interview adressé aux blogueurs, auquel 24 blogueurs roumains et français ont répondu (54% roumains et les autres français), les réponses illustrent la préoccupation de ceux-ci pour le fait de publier constamment du contenu de qualité, varié, et de s'adapter aux fonctionnalités techniques numériques, en évolution permanente, fournies par le blog. Le moyen le plus utilisé afin de faire connaître son blog sont les réseaux sociaux, ce qui montre l'adaptabilité des blogueurs aux tendances de la société.

Être créateur de blog signifie aussi, en général, pouvoir être reconnu dans la rue ou dans le milieu professionnel.

Le chapitre III présente le concept de *lecture kaléidoscopique*.

Suite à l'observation des centaines de billets publiés sur une trentaine de blogs, thématiquement variés, suivis pendant plus de sept ans, nous sommes à même de conclure que dans le cadre de cet outil de communication en ligne, la réception se construit de manière kaléidoscopique et polyphonique.

Il peut y avoir des lecteurs passifs (que nous appelons des « lecteurnautes ») - qui survolent le discours du blog de leur regard et suivent les chemins tracés par les hyperliens, sans inscrire leurs propres énoncés sur les pages qu'ils consultent, ou des lecteurs actifs, que nous désignons sous le nom de « scripteurs », tels ceux qui laissent des commentaires sur les blogs, à côté des « auteurs » qui publient des blogs, des films etc.

L'accès à l'espace discursif numérique et à son contenu passe obligatoirement par un geste technique, ne serait-ce que pour faire dérouler la page consultée. La réception n'est plus linéaire comme avant le net, mais kaléidoscopique, car imprévisible, guidée par les hyperliens et par la structure multimodale et fragmentée des éléments figurant sur la page offerte à la lecture.

C'est Vandendorpe (1998) qui parle de la lecture « zapping » exercée en ligne, qui est avec chaque nouveau bouton rencontré, une invitation pour le lecteur à avancer toujours plus loin. Lévy (1995) voit parmi les premiers se manifester sur Internet « un texte mobile, *kaléidoscopique*, qui présente ses facettes, tourne, se plie et se déplie à volonté devant le lecteur. » Le concept de *lecture kaléidoscopique*, que nous développons, intègre celui de texte mobile auquel font référence Lévy et celui de lecture « zapping » de Vandendorpe.

Avec l'écriture et la lecture en ligne nous assistons à la remise *en cause du modèle fonctionnaliste* « *émission-réception* » accusé aujourd'hui comme dépassé d'un point de vue communicationnel (Davalon 2003 : 7) et à la mise en pratique d'un modèle de la communication basé sur la *transformation*, la *métamorphose* (ibid.) du message dans l'acte de la réception.

Plus précisément, dans le cas du blog, l'énonciateur maîtrise seulement de manière partielle les limites textuelles et discursives du contenu mis à la disposition de ses lecteurs. La forme du texte inséré dans l'espace discursif du blog sera influencée d'abord par l'*architexte* (id : 10) ayant prescrit les cadres numériques dans lesquels il va s'inscrire et puis par les multiples lectures kaléidoscopiques pratiquées par ses lecteurs.

Une fois affichés en ligne et parsemés de *signes passeurs* (Jeanneret et Souchier) et d'*hyperliens*, les textes des blogs représentent autant de chemins à explorer par le *lecteur-naute*, capable aussi de rediriger son attention vers d'autres signes passeurs et hyperliens retrouvés sur la page lue, et ceci à l'infini, dans l'hypertexte généreux de la Toile. Les contours du matériel consommé par le lecteur sont métamorphosés dans toutes les lectures possibles.

Nous appelons **lecture kaléidoscopique** ce type de réception inouïe, favorisée sur le réseau Internet et rencontrée sur les blogs.

Elle tient compte de la présence des hyperliens connectés à un hypertexte invisible au premier contact du récepteur avec le discours que l'hypertexte prolonge, qui va se faire découvrir selon les envies et la curiosité du lecteur. Diverses modalités de mise en relief des séquences de texte, afin que celles-ci soient perçues par l'œil avant d'autres, influencent elles-aussi ce type de lecture que nous décrivons dans le chapitre III de cette thèse.

La lecture kaléidoscopique apparaît avec l'existence d'un nouveau lecteur, appelé souvent « consommateur de contenu » dans les cadres numériques créés par le monde de l'informatique et d'Internet.

Le lecteur réalise un parcours de réception discontinue, non linéaire, dans lequel il suit les jalons créés par les liens hypertextes présents dans l'espace de la page affichée par

l'ordinateur. C'est une lecture rapide, passant du texte à l'hypertexte et d'un module textuel à l'autre. Il vise à familiariser le lecteur avec le matériel parcouru et occasionne rarement une lecture totale et très attentive du contenu.

Dans l'environnement en ligne, se pose le problème des rôles de l'internaute qui agit par geste (le geste du clic) pour y manifester sa présence. Il peut y avoir des lecteurs passifs - qui survolent le discours du blog de leur regard et suivent les chemins tracés par les hyperliens, sans inscrire leurs propres énoncés sur les pages qu'ils consultent - ou des lecteurs actifs, tels ceux qui laissent des commentaires sur les blogs, à côté des voix qui publient des blogs, des films etc.

Nous distinguons, ainsi, trois rôles principaux, en ligne :

a. le *lecteurnaute*, c'est-à-dire le lecteur passif qui « consomme » le contenu Internet comme un spectacle. Il parcourt simplement les textes écrits par d'autres en ligne, s'informe de ce qu'il lit.

b. L'*auteur virtuel* est une personne qui publie elle-même sur divers sites en ligne des matériaux de l'importance de ceux qui nous font le considérer un auteur dans le monde réel.

c. Le *scripteurnaute*, c'est -à-dire la personne qui écrit des commentaires sur les textes publiés par les auteurs virtuels.

Dans l'acte de lecture kaléidoscopique, l'internaute peut passer d'un "rôle" à un autre.

L'écriture (Barbosa, Paveau) en tant qu'acte discursif, qui combine l'écriture avec la lecture, **coexiste avec la lecture kaléidoscopique** en ligne.

A partir de quelques exemples, dans le chapitre III, les principales figures de la lecture kaléidoscopique sont présentées et illustrées par des infographies. Il y a une lecture kaléidoscopique *monopage*, et une autre, *multipages*.

Trois figures existent dans la *lecture multipages*:

1. *lecture kaléidoscopique circulaire*

2. *lecture kaléidoscopique en spirale*

3. *lecture kaléidoscopique à parcours ouvert* vers l'intertexte du net.

1. *La lecture circulaire*

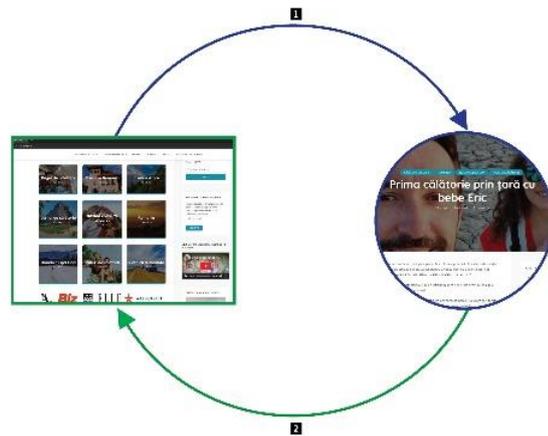
Elle suppose de quitter la page d'origine afin de lire le contenu d'un hyperlien et ensuite retourner sur la page de départ. (Voir la Figure 1 ci-dessous.)

Les mouvements suivants y sont impliqués :

a. La lecture du texte « géniteur » inscrit sur la page d'un site Internet, muni d'un hyperlien.

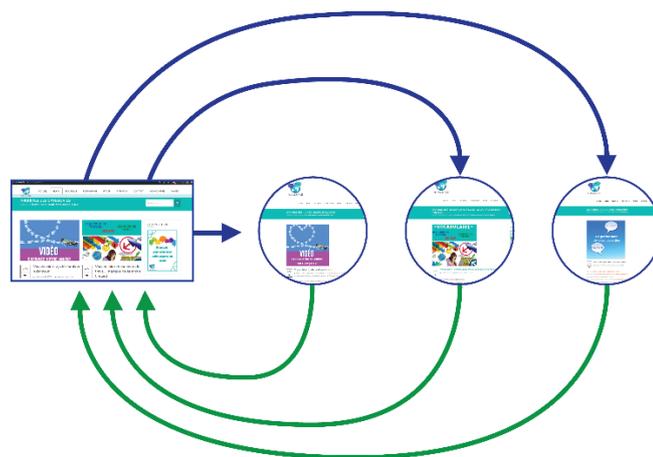
- b. Le clic sur l'hyperlien du « texte géniteur » qui rendra visible un autre texte (« le texte cible »), destiné à la lecture.
- c. La lecture du texte cible et retour à la page de départ afin de continuer la lecture du texte géniteur.

Figure 1 : Lecture circulaire



- 2. La lecture *en spirale*, qui suppose de suivre plusieurs hyperliens se trouvant sur la page de départ, afin d'arriver sur différentes pages de l'hypertexte, retournant pourtant, après chaque lecture, au fil textuel de départ, afin de découvrir le contenu restant à parcourir.

Figure 2 : Lecture en spirale

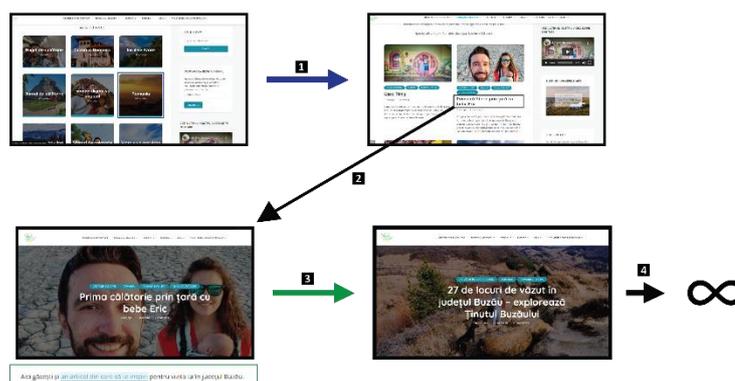


La troisième figure de lecture que nous identifions est la lecture à parcours ouvert.

3. La lecture à parcours ouvert

La dernière figure est celle de la *lecture à parcours ouvert*, qui signifie aller d'hyperlien en hyperlien sans retourner sur la page de départ, qui se retrouve ainsi abandonnée. (Voir la Figure 3)

Figure3 : Lecture à parcours ouvert



La deuxième partie de notre thèse (les chapitres IV et V) est consacrée aux analyses textuelles et discursives sur les blogs, réalisées afin de détecter des particularités de construction de l'identité discursive et de catégoriser le blog du point de vue générique.

En ce qui concerne **la continuité des genres textuels** existants avant que la Toile modifie tout l'univers de la communication, elle existe encore, bel et bien, sur les blogs, car on y rencontre aussi des genres de la presse écrite, par exemple, mais qui sont traités et abordés techniquement selon le fonctionnement des cadres numériques où ils sont insérés.

C'est **la façon dont les éléments du discours numérique du blog sont agencés qui est particulière**. Suite à l'observation des centaines de billets publiés sur une trentaine de blogs, thématiquement variés, suivis pendant plus de sept ans, nous sommes à même de conclure que dans le cadre de cet outil de communication en ligne, le discours se configure, lui-aussi, dans la réception, de manière kaléidoscopique, car composé de fragments multimodaux et pluri-sémiotiques. Le blog comporte deux instances énonciatives qui sont censées interagir dans l'acte de la réception : celle de la voix du blog, et l'instance du récepteur, le lecteur-modèle construit et postulé par le discours.

Les interactions avec les lecteurs rythment et influencent les interventions de la voix principale sur le blog.

En ligne, prend naissance **une nouvelle conception, techno-discursive sur la textualité**. Le principe du texte créé hors ligne, basé d'abord et surtout sur la cohésion et la cohérence se retrouve modifié lors de la prise en compte de l'hypertexte, élaboré à partir d'un processus techno-linguistique.

Certains auteurs affirment de manière tranchante que le lecteur fabrique tout seul l'hypertexte qu'il lit, pendant ce processus de sélection des modules textuels à parcourir dans la lecture.

Nous ne sommes pas d'accord avec ce statut d'auteur, appliqué au lecteur de l'hypertexte. Pour nous, dans l'acte de réception, il s'agit simplement de la présence d'un *lecteurnaute* qui parcourt son matériel à lire en fonction de ses envies. Même si la textualité qu'il va activer, suite au geste du clic, est invisible au départ, celle-ci est déjà prévue comme potentialité, et comme matérialité, par un autre auteur.

Nous avons aussi examiné dans cette thèse **le statut** générique **du blog**, en arrivant à la conclusion que celui-ci peut être vu comme **un macro-genre de discours** qui intègre une multitude de genres textuels apparentés aux discours des médias (entre autres : chronique, éditorial, reportage, brève etc.), ainsi que plusieurs régimes sémio-médiologiques : scriptural, oral, iconique, numérique, etc.

Il y a une dynamique dans le mouvement de circulation des types de textualités entre le monde numérique et l'espace de la réalité extérieure à celui-ci, car - dans un premier temps- ces genres, initialement parus dans la presse écrite, ont migré en ligne sur les différents sites (sur les blogs aussi) pour revenir souvent dans le monde de l'imprimé, modifiés du point de vue de leur apparence ou de leur forme.

L'aspect très fragmenté des pages d'accueil de sites ou de blogs (construits en ligne systématiquement de cette manière) est reproduit, majoritairement, de nos jours, sur la Une de la presse écrite imprimée (Adam 2020 :65). En 2022 la première page de la presse imprimée est formatée de plus en plus souvent, afin d'offrir elle-aussi des modules textuels fragmentés, très ressemblants à ce qui peut être vu actuellement sur la page-écran.

Il y a bien une instance énonciatrice, très importante, qui se construit sur les blogs, ayant comme objectif de partager avec ses lecteurs des savoirs, des savoir-faire, savoir-dire ou savoir-être, etc. La construction de celle-ci a lieu toujours **DANS** le discours et **PAR** le discours.

L'identité élaborée en ligne et qui va être exprimée sur le blog **de manière discursive**, peut-être :

- a. construite à partir de **facettes** attentivement sélectionnées par le locuteur en tant qu'*être du monde*, préoccupé à composer une entité discursive cohérente dans les intentions exprimées à la rubrique « à propos » où on découvre le discours du *locuteur en tant que tel*. (Ducrot)
- b. construite tel **un miroir discursif** censé capter la plupart des attributs que l'être du monde, émetteur du discours identitaire, montre posséder : ses façons d'être, de vivre, de penser et d'agir, une famille, des relations avec celles-ci, des actions, des moments de réel vécus, etc.
- c. **voulue comme invisible**, mais souvent trahie (de manière partielle) par les propriétés du discours posté dans le cadre du blog où elle se manifeste.

Nous identifions chez les locuteurs se mettant en scène sur le blog, une intention discursive commune, qui illustre un désir de partage (en général partage du bonheur ou d'expériences intenses et enrichissantes, vécues dans la réalité extérieure à Internet). Ce désir de partage est mis en pratique à travers d'articles-billets publiés dans l'espace social numérique que constitue le blog.

Les blogs de notre étude remplissent aussi quelques **fonctions** qui se retrouvent seules ou combinées - à différentes concentrations - dans leur cadre discursif :

- a) La fonction **informative**, à travers laquelle le blog transmet du contenu informatif d'une manière exacte, précise, à ses lecteurs.
- b) La fonction **thérapeutique**, qui se manifeste tant au niveau de la relation du blogueur avec son écriture qu'au niveau de la relation des lecteurs avec le contenu du blog.
- c) La fonction **esthétique**, qui montre le pouvoir du blog de refléter la beauté du monde à travers les articles qui y sont publiés
- d) La fonction **exhortative** est présente sur les blogs lorsque ceux-ci invitent les lecteurs à suivre les expériences-exemple racontées par la voix du blog.
- e) La fonction **commerciale** est celle à travers laquelle le blog assure à son propriétaire la possibilité d'obtenir des revenus à l'aide du blog, soit à partir d'articles publicitaires, soit du blog en tant que vitrine présentant des compétences professionnelles du possesseur du blog, etc.

Le corpus des blogs étudiés dans notre thèse contient des exemples assez hétérogènes, qui ont permis d'esquisser une perspective globale sur le fonctionnement discursif du blog, ainsi que sur la façon d'y construire une identité discursive.

Sans prétendre à l'exhaustivité, les conclusions que nous avons pu tirer à travers la recherche linguistique effectuée, apportent comme nouveautés la prise en compte discursive

d'un corpus bilingue de 30 blogs (en roumain et en français) comme objet d'étude, ainsi que le développement du concept de lecture kaléidoscopique en ligne.

Mots-clés : blog, discours, lecture, identité discursive, macro-genre, Internet, média, numérique, kaléidoscopique

SOMMAIRE

INTRODUCTION	5
PREMIÈRE PARTIE	
PREMIER CHAPITRE	
Cadre théorique et méthodologique	11
1. Internet et l'écriture numérique	12
1.2. Le World Wide Web.....	13
1.3 Le « blog », définition et structure générale	14
2. Approches linguistiques et pragmatiques des discours numériques	15
2.1. Phrase, énoncé, texte, discours	15
2.2. Les rapports entre le texte et le discours	17
2.3. Le concept de discours	20
2.4. La formation discursive	24
2.5 Le champ discursif et l'univers discursif	25
2.6. Le cadre participatif.....	27
2.7. L'identité discursive	27
2.8. Ethos et image de soi.....	30
2.9. Scène d'énonciation et scénographie	33
3. Le blog comme discours et comme discours médiatique.....	36
3.1. Le « contrat de communication » médiatique	37
3.2. L'hyperstructure et le multitexte.....	43
3.4. Genres journalistiques que l'on retrouve dans le format des blogs	48
4. Du texte scriptural aux textualités numériques. Concepts méthodologiques .	50
4.1. Du document numérisé/numérique/ numérisé / (Paveau) à l'analyse du discours numérique.....	50
4.2. L'analyse du discours numérique, telle que définie par Paveau	52
4.3. Les notions d'« architexte » et de « textiel ».....	53
4.4. L'espace d'exposition discursive	55
4.5. Hyperlien et hypertexte	55
4.6. Augmentation énonciative	58
5. Le blog, discours multimodal et plurisémiotique.....	59
5.1. Le discours multimodal	59
5.2. Typologies proposées pour le blog	62
5.3. Éléments de structuration des blogs :	65
5.4. Trois dimensions dans la structuration des blogs : iconotextuelle, architecturale et procédurale.....	66
DEUXIÈME CHAPITRE : Questions de corpus et de méthode.....	67
I. Questions de corpus	67

1. Problèmes rencontrés lors du traitement des données virtuelles	67
1.1. Le nombre infini des énoncés publiés en ligne	67
1.2. Le type de lecture favorisée par les cadres numériques	68
1.3. Le polymorphisme du discours numérique	68
1.4. Le caractère réticulaire du discours des blogs	68
1.5. Le caractère multimodal du discours numérique	69
2. Types de blogs sélectionnés dans notre corpus, en fonction du critère thématique	70
a. Des blogs de voyage	70
b. Des blogs de parents	71
c. Des blogs d'avocat	71
d. Des blogs littéraires	71
e. Des blogs photo	71
f. Des blogs d'apprentissage du français	71
II. Questions de méthode	80
Méthodes de travail :	80
1. Observation systématique des blogs et analyse	80
2. Le sondage en ligne	81
TROISIÈME CHAPITRE. Specificité de l'acte de réception en ligne. Écriteure et lecture kaléidoscopique	96
1. Pratiques de lecture à travers le temps	96
2. Le texte kaléidoscopique	97
3. L'hypertexte et l'hyperlien	103
4. « Écriteure » en ligne	104
5. Le temps de lecture en ligne	105
6. La lecture kaléidoscopique	105
7. Les rôles de l'internaute dans la <i>lecture kaléidoscopique</i>	106
8. Types de lecture kaléidoscopique	109
8.1. Lecture kaléidoscopique mono-page	109
8.2. Lecture kaléidoscopique multi-pages	112
DEUXIÈME PARTIE: ANALYSES DE BLOGS	
QUATRIÈME CHAPITRE. Le blog, un macro-genre de discours apparenté aux médias, fonctionnant dans l'espace virtuel	117
1. Le concept de genre, la blogosphère et la blogroll	117
2. Le blog, un « macrogenre » de discours ?	121
3. Le partage de l'expérience et la relation avec les lecteurs	144
CINQUIÈME CHAPITRE : Construction d'une identité discursive à travers le blog	150
1. Qui « parle » sur le blog et à quels effets ?	150
1.2. Une analyse comparative : La perception des blogueurs ayant participé à notre étude sur la question de l'identité qu'ils construisent sur leur blog	159

2. Identités discursives construites, en ligne : le locuteur présente, sélectivement, des facettes de son identité	163
2.1 Exemple 1	164
2.2 Exemple 2	168
2.3. Exemple 3	170
3. Des identités « miroirs », construites à travers le récit sur le blog et sur les réseaux sociaux	173
3.1 Exemple du blog « mamadematei.ro »	175
3.2. L'exemple du blog de Mirela Retegan	176
4. Identités cachées	185
5. Identités et fonctions des blogs	193
5.1 La fonction informative :	196
5.2 La fonction thérapeutique du blog	197
5.3 La fonction esthétique du blog	199
5.4. La fonction exhortative du blog	200
5.5. La fonction commerciale	207
5.6. « La princesse urbaine », exemple de blog à plusieurs fonctions	211
CONCLUSIONS.....	214
BIBLIOGRAPHIE :	220