



Blogs et médias, quels rapports aujourd'hui : essai de typologie

Pierre Morelli, Université Paul Verlaine – Metz
Centre de recherche sur les médiations (EA 3476)

Mots clés : *Blog, média, typologie, communication de masse, individu*

Dans les pays développés, Internet tient désormais une place centrale tant au plan de l'information, accessible en ligne et en temps réel, que de la communication. Le réseau des réseaux a transformé d'anciennes utopies en réalités sociales : promesses de la construction d'une intelligence collective teintée d'idéaux de transparence, de partage, d'ouverture et de libre circulation de l'information (Cf. Breton, 2000 et Lévy, 1997). Il a en outre installé, dans les pratiques quotidiennes, de multiples formes d'échanges synchrones ou asynchrones dont on mesure le succès au quotidien. Ces échanges vont au-delà de la communication interpersonnelle. Outre les *e-mails*, les *chats*, sur la toile, les blogs exposent et mettent en débat des informations à travers un système sophistiqué de dépôts de commentaires, de chaînage avec d'autres sites Web et d'accès et de gestion faciles.

Blogs et communication de masse

Interfaces d'exposition d'idées, lieux de mise en avant de l'image de l'auteur (Soubrié, 2006) au service d'un marketing personnel, carnets qui consignent, exposent et croisent le quotidien ou les idées et qui rendent publique l'expression des technologies du soi (Foucault, 2001), les blogs interrogent, par les préceptes qui les caractérisent et par leur succès croissants les principes même de la communication de masse. Ce sont des technologies médiatiques qui articulent des fonctions d'information (écriture de billets, archivage de l'information) et de communication (dépôts de commentaires, lien direct vers d'autres blogs [blogroll]), qui automatisent l'implémentation des contenus (syndication) et qui introduisent une réciprocité dans le sens de circulation de l'information (*push + pull*). Ce faisant, les blogs affectent de manière notable les rapports entre émission et réception. Ils participent à la transformation de forme du public. On passe d'une masse informe à un ensemble d'individus. D'une part trouve-t-on les auteurs des blogs et de l'autre les lecteurs, internautes, éventuellement *bloggeurs* eux mêmes ou « simples lecteurs » parfois amenés à engager le dialogue à force de dépôts de commentaires. Ce phénomène de « discrétisation » des masses rapproche deux entités *a priori* opposées : l'individu et la masse. La notion d'individu prend sa source à la Renaissance. Elle sera quelque peu mise en retrait lorsque l'imprimerie puis d'autres technologies médiatiques se développeront dans un souci de perfectionner et de rationaliser la chaîne de production. Il s'agissait alors d'atteindre des masses toujours plus conséquentes dans les conditions

économiques les plus acceptables. L'histoire de la presse, de la radio et de la télévision montrent combien le développement des *mass media* est tributaire des modèles de production, de l'économie des programmes et de l'organisation du média. Entre explosion de l'offre et augmentation de leur lecture les blogs bouleversent le rapport de l'individu à la masse.

Des individus et des blogs : une masse discrète qui s'affiche, des lecteurs qui écrivent

L'individu est moins à considérer dans la vision abstraite de Boudon, qui érige l'individualisme en méthode d'analyse de phénomènes sociaux, que dans une pragmatique individualiste complexe orchestrée et perfectionnée par les TIC. La naissance de la modernité occidentale au XV^e siècle et plus tard, au XIX^e celle de l'industrialisation ont donné vie à un « mouvement de sécularisation et d'individualisme » (Akoun, 1997 :11) sur lequel ont été inventés les médias actuels. S'agit-il, à travers l'émergence de médias de masses individuels (Castells, 2006) d'un perfectionnement des mécanismes médiatiques existants ou bien assistons nous à la naissance de schémas communicationnels nouveaux ? Le public des blogs prend part dans la construction de l'information. Tous les critères traditionnellement admis dans la définition des médias (vecteurs d'information de masse) sont pris en défaut. L'espace public est durablement altéré. Il est reconfiguré car le public ne fait plus masse. Ce n'est plus la figure abstraite de du récepteur idéal, l'individu construit des statistiques que l'on cible mais l'individu réel dans la singularité de ses goûts et de ses actes, donc de sa participation et/ou de sa contribution médiatique ? Les modes d'émission et de réception sont également bouleversés. Un média, nous apprend le dictionnaire de l'information et de la communication de Lamizet et Silem (1997, 360), est avant tout caractérisé par son mode d'émission, technologique par essence, et par son mode de réception qui au contraire est avant tout humain. Ici ces deux modes se superposent et sont relativisés. La technologie modifie les conditions d'exercice de la médiation entre émission et réception qui est étoffée et complexifiée (les récepteurs ciblés, sériés, regroupés). Tout récepteur devient un émetteur en puissance.

Web 2.0, territoire expérimental pour des médias en mutation

Peut-on encore aujourd'hui, à l'aune du phénomène culturel que représente l'engouement pour les connexions haut débit¹ et pour la visite et l'écriture de blogs voir dans le net principalement un « formidable système de transmission et d'accès à un nombre incalculable d'informations » (Wolton, 1999) ? Le phénomène auquel nous assistons est-il encore d'ordre

¹ En juin 2007, 30 654 000 français âgés de 11 ans et plus (58,3% de cette classe d'âge de la population) se sont connectés à internet. Plus de 23 millions, soit 94,2% des internautes qui se connectent depuis leur domicile le font via le haut débit depuis leur domicile (<http://www.mediametrie.fr>). Ces chiffres illustrent l'ampleur du phénomène médiatique en France.

médiatique ? Annoncerait-il la disparition inéluctable des formes médiatiques actuelles ? À l'ère de l'interactivité généralisée, de la convergence numérique et du développement domestique d'Internet, les médias s'interrogent. Nous sommes en présence de moyens d'expression et de communication ouverts. Les empreintes (sonores ou/ou visuelles) de l'univers et des simulacres de présence temporelle (Schaeffer, 1970 :22) sont à repenser dans le nouveau contexte de réception. Gageons que les nouveaux producteurs de contenus auront également, à travers leur inventivité et leur réactivité, quelque influence sur les mutations à venir. Les représentations qui ne manqueront pas d'être produites feront l'objet d'une diffusion dans l'espace public et d'une appropriation par des acteurs « singuliers de la sociabilité » (Lamizet, 1999 : 5). Or, la sociabilité change. La technologie moderne actualise la société des individus (Elias, 1991) en une société d'individus dominée par trois inclinaisons : l'activité², l'individualité et la mobilité³.

Le rapport à l'information connaît d'autres modifications fondamentales, issues de l'individualisation de la réception et de l'automatisation des procédures par l'informatique. À la logique de flux héritée des médias traditionnels succède une logique d'action basée sur l'initiative encadrée par le choix modulaire disponible, une offre réticulaire qui articule de manière complexe, syncrétique et parfois réciproque des contributions de plusieurs types et origines. Le destinataire prend une part active dans la sélection et l'organisation de l'information. Mieux encore, l'utilisateur est à présent en mesure d'agir directement sur elle, sous le sceau des commentaires voire de participer à la rédaction de contenus mis en ligne. L'automatisation de la récupération de contenus mis en ligne par d'autres (la syndication) n'est-elle pas, dans ces conditions une mutation du flux médiatique ? Le passage de l'analogique au numérique constitue pour les médias bien plus qu'un nième perfectionnement de l'existant et les oblige à se reconfigurer à l'aune des possibilités offertes et en fonction de l'usage dont la logique reste le fait des utilisateurs (Perriault, 1989).

Autopublication et crédibilité de l'information

Les systèmes de gestion de contenu (CMS : Content Management Systems) modifient l'économie générale de l'information et dessinent de nouvelles formes de communication numérique. La séparation auteurs et lecteurs héritée du livre et de la presse puis reprise par la radio et les télévisions est peu moins pertinente. L'information n'est plus l'apanage d'institutions et de professionnels. La parole profane se libère. Avec le Web 2.0, Internet devient, par excellence, le territoire de l'autopublication. Quiconque

² Il faut prendre en compte ici l'interactivité ainsi que la prise d'initiatives par les internautes, l'appropriation des outils de publication au service d'une autopromotion.

³ La miniaturisation des artefacts technologiques à laquelle on assiste depuis l'invention du transistor par Schockley jusqu'aux nanotechnologies crée les conditions de réalisation de la mobilité.

possède un ordinateur et une connexion Internet est, aux dires de Gillmor, potentiellement en mesure de gérer un organe de presse⁴. D'où un constat : à l'heure des technologies numériques, « les contenus rédactionnels circuleraient hors des circuits médiatiques traditionnels » (Tredan, 2007), témoignage d'appropriation du Web comme espace d'écriture qui montre que nous passons de la communication de masse à la communication des masses (De Rosnay, 2005). Outre la simplification des procédures d'écriture et de gestion éditoriale, l'édition Web tire grands profits des protocoles d'agrégation automatique de contenus qui, étoffent, à moindre effort, la masse de contenus rédactionnels en ligne et participent à l'essor du phénomène Blog. Pour Derrick de Kerkhove (2007 : VII), les blogs représentent le troisième jalon d'une série qui de Mosaic, logiciel qui ouvrit Internet à d'autres usages que l'échange de courriers à Yahoo qui introduisit de nouveaux outils de navigation retracent les grandes étapes de l'histoire du Web. Pour Rebecca Blood les blogs et le journalisme coexistent à l'ère des médias participatifs (Blood, 2003).

Individuels pour partie, les blogs s'articulent volontiers entre eux par des liens internes inscrits dans les *posts* ou les commentaires ou se recommandent, les uns les autres par affichage d'une liste de favoris (blogroll). De cette dualité individuel / collectif naît un statut inédit sur pour l'information. La facilité de son autopublication fragilise sa crédibilité. La transmission de l'information n'étant plus unilatérale, sa validation institutionnelle devient difficile voire impossible. Étonnamment, c'est un critère quantitatif qui permet d'estimer la qualité des informations mises en lignes. Opérant sur le mode intertextuel il consiste à corréliser la valeur de l'information et le nombre des liens qui y mènent. Plus un blog est cité, plus implicitement représente-t-il aux yeux des *bloggers* une référence dans son domaine. L'estimation de cette popularité se substitue à la mesure d'audience en vigueur dans les médias bien moins efficace dans l'évaluation du phénomène. Un mécanisme vertueux s'installe : plus un blog présente est cité en référence meilleure sera sa côte finale.

Cartographie du phénomène blog

Les circuits empruntés par l'information affectent les fondamentaux de la communication de masse. Pour cartographier un phénomène aussi complexe, nous mettrons en perspective des typologies proposées par des professionnels de la communication numérique, des blogs (journalistes, collaborateurs de prestataires de services) et par des chercheurs.

La classification proposée par Cyril Fievet et Émilie Turrettini (2004) juxtapose un ensemble de critères portant sur le contenu du blog (questions d'actualité, la culture générale, la culture technique,...), sur le contexte

⁴ « Thus, the read/write Web was truly a born gain. We could all write, not just read, in ways never possible. For the first time in history, at least in the developed world, anyone with a computer and Internet connexion could own a press. Just about anyone could make the news » (Gillmor, 2004 : 24).

socioprofessionnel de l'auteur ou destinataires (la politique, l'entreprise, les médias,...), sur le contexte personnel de l'auteur (témoignage de guerre, journaux intimes,...) et sur la forme sémiotique dominante (la photographie,...). Ce n'est pas une véritable typologie car aucun idéal-type n'y est véritablement identifié. Nous avons affaire à un catalogue relativement exhaustif de prime abord mais qui par une présentation linéaire de la diversité des cas peine à restituer la complexité.

La complexité est en partie réduite par Rebecca Blood (Blood, 2002 : 6-7) qui propose de changer d'échelle d'observation. Trois macro-catégories suffiraient à englober les grandes tendances : les journaux personnels (*blogs*) qui consignent les états d'âme quotidiens, les carnets de notes (*notebooks*) dont le contenu est plus conséquent, recherché et qui prennent le tour d'essais en ligne, de synthèses et enfin les filtres (*filters*), interfaces qui entretiennent avec l'information un rapport purement utilitaire (veille éditoriale, annonces événementielles,...). Cette auteure, réfute l'idée selon laquelle, les blogs ne pourraient d'emblée pas constituer une nouvelle forme de journalisme. Actant l'aptitude à organiser et mémoriser l'information, elle renvoie la question du journalisme à d'autres niveaux. Au final, il s'agirait d'identifier parmi les blogs ceux qui, par moment, feraient du journalisme. Quatre types de blogs s'imposent alors à ses yeux : les blogs tenus par des journalistes, ceux proposés par des professionnels et qui aborderaient les questions relatives au milieu professionnel, les blogs écrits par des individus témoins d'événements importants et enfin ceux qui offrent des liens directs vers des articles relatifs à l'actualité (Blood, 2003). Au lecteur de relativiser la teneur des propos publiés en fonction du type de blog publiant.

L'approche du *blogueur* italien Giorgio Nova consiste à classer les blogs selon l'activité dominante de leur auteur sur le Web. Cette démarche imaginée afin d'organiser sa *blogroll* (liste de liens exposée dans un blog) détermine trois catégories : les chasseurs (ou explorateurs, cueilleurs), les tisserands (ou cultivateurs) et les chamanes. La spécialité des chasseurs est de traquer l'information sur la toile. Experts dans l'art de dénicher l'information, ils affectent de débusquer les nouveautés de tout ordre qui sont soit reprises sous le sceau de la citation soit pointées sous formes de liens hypertextes. Ils sont réactifs et publient de manière très régulière. Leurs pratiques ont pour principal intérêt d'offrir aux internautes des parcours personnels à travers le « magma » informationnel du Web, une revue de presse en quelque sorte, un journalisme de second niveau dont les écrits ne se substituent pas à la lecture de la presse « papier » ou en ligne mais qui la placent à un autre niveau et offrent un plus à la lecture des informations. Les tisserands en revanche proposent des articles plus longs et moins fréquents. Leur préoccupation première est de formaliser du sens à partir d'informations recueillies qu'ils prennent le temps de remettre en forme, d'articuler, de confronter les points de vue exprimés sur la toile. Ils occupent une position médiane entre les chasseurs et les chamans, résolument producteurs d'information. Ces derniers ont une grande capacité

d'extrapolation et peuvent construire une trame à partir de très peu de données. Ce sont des narrateurs, des poètes du Web qui appréhendent l'écriture non comme forme d'expression mais comme objet en soi. Le Web est pour eux une formidable vitrine, un lieu d'exposition de témoignages, un lieu d'ostentation de leurs compétences poétiques. Contrairement aux chasseurs et aux tisserands, leur relation à la toile, n'est ni quantitative, ni qualitative. Leur contribution est avant tout singulière, ils représentent un groupe protéiforme.

Laurence Allard pose un regard particulier sur les Blogs qu'elle considère avant tout comme dispositif de textualisation de soi. Lieu, vecteur et cheville ouvrière du développement d'un « individualisme expressif contemporain » (Allard, 2005), les blogs sont plus qu'une mise en ligne de journaux intimes. Ils interrogent le paradigme de l'extimité et amènent à penser « une nouvelle articulation entre les espaces, les modalités et les conceptualisations mêmes du rapport de soi à soi dans l'écriture » (Ibid.). Pour individuelles qu'elles soient, les contributions s'inscrivent dans une « dynamique polyphonique » (Allard, 2006) et forment un « vaste intertexte autobiographique » (Ibid.). Nous rapprocherons volontiers cette lecture « culturelle » du phénomène Blog de la typologie de Cardon et Delauney/Teterel (2006), qui propose d'analyser les formes d'expressivité qui s'affichent à travers la distinction entre énonciation et énoncé. Cette typologie isole quatre tendances (les blogs intimistes, les blogs familiaux, les blogs communautaires et les blogs citoyens) qui balisent quatre états progressifs qui vont de l'incorporation totale de l'énoncé à l'énonciation à son détachement complet.

Dans les blogs intimistes, l'énoncé est incorporé dans l'énonciation. L'exposition de son intériorité engage l'auteur dans un processus de reconnaissance basé sur des relations interpersonnelles anonymes et d'une certaine façon contrôlées par l'énonciateur, c'est-à-dire avec une certaine distance. L'essentiel des commentaires, quand ils existent sont adressés à l'auteur. Aucun véritable dialogue ne naît entre les lecteurs qui sont plutôt rares. Le Blog devient alors un lieu discret de confession publique au sein duquel la mise en scène fictionnelle de soi est de mise.

Le second type de blog est résolument plus ouvert au dialogue avec les internautes. L'énoncé est encadré dans les activités de l'énonciateur. Il s'agit de blogs familiaux qui déroulent et décrivent à longueur de *posts*, l'environnement et/ou les activités quotidiennes de l'auteur. Au public-halo succède alors un réseau relationnel essentiellement constitué de proches. À la frontière entre les blogs familiaux et les blogs de pairs qui constituent la catégorie suivante nous introduisons les blogs d'adolescents et plus précisément les skyblogs qui tendent à étendre la notion de réseau relationnel à des inconnus susceptibles de partager les valeurs culturelles, donc en phase avec les aspirations et les attentes de l'auteur. Mobilisant les codes habituels (écriture SMS,...) les *posts* sont ponctués d'injonctions à « lâcher » des commentaires et opèrent avant tout dans une visée purement communicationnelle. Le mot d'ordre est de nouer un nombre maximum de

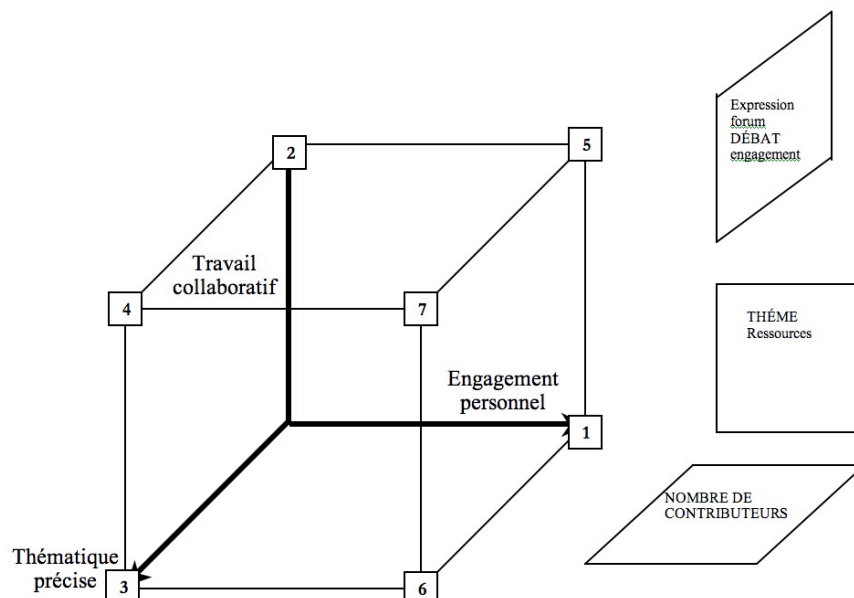
contacts, d'élargir le cercle de ses homologues. Il s'agit ici d'une proximité plutôt culturelle, fondée plus sur des bases ethniques (Massou, Morelli, 2007) que philosophiques. Outre une preuve d'existence, une affirmation de soi pris comme individu, nous avons affaire ici, à un « marketing personnel » bien particulier, soucieux de témoigner de l'appartenance à une tribu urbaine⁵ au point de mobiliser les blog (*posts* + commentaires) pour assurer et maintenir le contact avec les membres. Au final, peu importe la qualité de l'expression utilisée, l'essentiel est d'affirmer son appartenance à un groupe social. Ces blogs constituent un « laboratoire social identitaire » (Allard, 2006).

Le troisième type identifié par Cardon et Delauney/Teterel cristallise les contenus et le fond des échanges autour d'une facette des qualités de l'énonciateur. Ces blogs exposent clairement les compétences, les capacités de l'auteur, réduisant la présentation de l'identité de l'auteur à « une facette (et souvent à une seule) » (Op. cit : 48). Ces blogs construisent une identité communautaire à partir de la confrontation d'expériences, de pratiques partagées (exposition de collections particulières, mises en commun d'éléments collectés, échanges subjectifs autour de pratiques culturelles partagées,...). La collaboration établie au sein du réseau des pairs se concrétise parfois par la mise en chantier d'un site Web commun ou l'ouverture du blog à d'autres auteurs, voire la création d'un blog collaboratif au sein duquel les contributions œuvreraient de concert. Si les deux premiers types de blogs mettaient en avant un individu, les blogs de pairs préfigurent la « pluri-auctorialité ». Le quatrième et dernier type de blog voit l'énoncé être complètement détaché de la personne de l'énonciateur. Ce sont les blogs de la distanciation, de la discussion ouverte et de la critique. Privilégiant une approche citoyenne des sujets abordés, il s'interdisent par principe toute affiliation communautaire, ce qui n'empêche pas. Eu égard à la dimension critique des débats proposés, l'exposition des qualités de chaque contributeur est de mise.

En guise de conclusion : essai de typologie visuelle

Pour conclure nous tenterons une typologie visuelle. Nous construisons un cube dont les arrêtes, les points et les surfaces sont matières à interprétation. Nous concentrons la répartition sur le contexte de production de l'information. Nous nous proposons, à partir de trois grandes tendances (les axes du cube : l'engagement de l'auteur par rapport aux écrits mis en ligne, le niveau de collaboration qui préside à la construction et le suivi de blog et la spécialisation des thèmes traités) de positionner les cas de figures extrêmes qui l'appropriation des blogs par les auteurs et les lecteurs relève rarement d'un seul type.

⁵ Il s'agit ici de blogs regroupant des individus partageant une même réalité urbaine (habitants de quartiers périphériques...).



Le sommet (1) correspond à un journal très personnel et très engagé : le *blogueur* s'exprime sur tous sujets d'actualité (blog d'un journaliste « généraliste », d'un politicien). Le sommet (2) marque la co-construction d'un espace ressource généraliste, contributif, généraliste et impersonnel. Il compile un ensemble de contributions diverses selon une visée sommative. Le sommet (3) correspond à un espace ressource portant sur une thématique très précise : rien que les faits, ni commentaire ni opinion. Soit le contributeur est anonyme, soit il se contente de compiler l'information. La visée est encore sommative. Les trois sommets suivants opèrent une synthèse 2 à 2 des trois tendances précédentes. On trouve sur le sommet (4) un espace ressource thématique objectif contributif thématique et impersonnel co-construit par plusieurs auteurs. Il compile l'information autour d'un thème précis avec une visée sommative. Le sommet (5) se présente sous forme de forum citoyen d'échange d'idées sans thématiques précises. On trouve sur le sommet (6) le blog d'un consultant (expert revendiqué dans un domaine, journaliste de sport spécialisé dans une). Le sommet (7) pourrait correspondre à une démocratie participative.

Bibliographie

- Allard L., 2005, « Express yourself 2.0 ! Blogs, podcasts, fansubbing, mashups... : de quelques agrégats technoculturels à l'âge de l'expressivisme généralise », <en ligne> accessible sur <http://www.freescape.eu.org/biblio/article.php3?id_article=233>
- Allard L., 2006, « Termitières numériques ou les blogs comme technologie agrégative du soi », <en ligne> accessible sur <<http://multitudes.samizdat.net/Termitieres-numeriques-ou-les.html>>
- Blood R., 2002, *The Weblog Handbook: Practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog*, Perseus Publishing, Cambridge, MA, USA.
- Blood R., 2003, « Weblogs and Journalism in the Age of Participatory Media », <en ligne>, accessible sur

- <http://www.rebeccablood.net/essays/weblogs_journalism.html>
- Breton Philippe, 2000, *Le culte d'Internet, une menace pour le lien social*, Paris, La découverte.
- Cardon D. et Delaunay-Teterel H., « La production de soi comme technique relationnelle. Un essai de typologie des blogs par leurs publics », *Réseaux* 2006/4, n° 138, pp. 15-71.
- Castells Manuel, 2006, «Émergence des “médias de masse individuels »», in le monde diplomatique, Paris, Août 2006, [en ligne] disponible sur <http://www.monde-diplomatique.fr/2006/08/CASTELLS/13744?var_recherche=Manuel%20Castells>
- De Kerkhove, Derrick, 2007, « Préface », *Blog generation*, (Granieri Giuseppe), Editori Laterza, Roma-Bari, Italia, pp. VII-IX
- De Rosnay, J., 2005, *La révolte du proNetariat, des mass médias aux médias des masses*, Paris, Fayard
- Elias, N., 1991, *La société des individus*, Paris, Fayard.
- Fievet, C., Turrettini, É., 2004, *Blog story*. Paris, Eyrolles.
- Foucault M., « Les techniques de soi », in *Dits et écrits II, 1976-1988*, Defert D. et Ewald F. (dirs), Paris, Quarto Gallimard, pp. 1602-1632.
- Lévy Pierre, 1997, *L'intelligence collective : pour une anthropologie du cyberspace*, Paris, La Découverte.
- Nova G., 2003, « I viottoli dell'informazione », <en ligne> accessible sur <<http://falsoidillio.splinder.com/1043518643>>, mis en ligne le 25/01/2003, consulté le 26 septembre 2007
- Massou L., Morelli P., 2007, *Sites Web africains et modèles de publication en ligne*, Colloque international : Culture, communication et globalisation, Brazzaville-Kinshasa, 16 au 20 avril 2007
- Perriault Jacques, 1989, *La logique de l'usage, essai sur les machines à communiquer*, Paris, Flammarion.
- Soubrié Thierry, 2006, « Le blog : retour en force de la “fonction auteur” », <en ligne> accessible sur <http://w3.u-grenoble3.fr/lidilem/labo/file/Jocair06.pdf>, consulté le 25/09/2007
- Tredan Olivier, 2007, « Le “journalisme citoyen” en ligne : un public réifié ? », <en ligne> disponible sur <http://www.surlejournisme.com.wifi.univ-metz.fr/textes-en-partage/lectures/journalisme-citoyen/index.aspx>
- Wolton Dominique, 1999, *Internet et après ? Une théorie critique des nouveaux médias*, Champs Flammarion, Paris.