Identité numérique, quelques éléments de l'intime

Blogs personnels, de l'intime vers le professionnalisme

Maylis Lopez
Directrice de mémoire : Fabienne Lancella
Université de Poitiers – UFR Information et communication
Master Web Editorial
28 juin 2012

Remerciements :

Je remercie tout d'abord ma directrice de mémoire, Fabienne Lancella, pour ses conseils avisés, sa disponibilité, son suivi et ses encouragements.

Je souhaite également remercier chaleureusement toute l'équipe pédagogique du Master Web Editorial qui m'a permis tout d'abord d'intégrer le Master et qui s'est ensuite montrée exemplaire durant ces deux années d'études.

J'adresse mes plus sincères remerciements à Yannis Delmas pour sa gentillesse, son écoute et sa disponibilité. Vous êtes bien plus, pour nous, qu'un directeur de Master.

Et un grand merci …

À tous les blogueurs qui ont accepté de me consacrer un peu de leur temps et qui m'ont offert la possibilité d'exploiter leurs expériences.

À tous mes camarades de promotion : Gabriel, Jérôme, Julie, je pense notamment à vous. Merci d'avoir permis que ces deux années soient riches tant sur le plan humain, qu'universitaire.

À ma famille, et mes amis, pour leur soutien et leurs encouragements tout au long de mes études.

À Anthony, qui a supporté mes doutes, mon manque de disponibilité, et qui m'a donné le courage et la force nécessaire de croire en moi durant ces deux dernières années d'études.

Table des matières

I. INTRODUCTION 5

II. IDENTITE ET REPRESENTATION DE SOI 11

1. IDENTITE INDIVIDUELLE 11
2. IDENTITE NUMERIQUE ET REPRESENTATION DE SOI 17
3. VERS UNE PROFESSIONNALISATION DE SON IDENTITE 22

III. CARACTERISTIQUES DES BLOGS 28

1. DEFINITION DE BLOG 29
   - *a. Un sentiment de liberté 29*
   - *b. Blog anonyme : pourquoi ? 31*
   - *c. Choix du pseudonyme et identité réelle 32*
   - *d. Lectorat et espace de discussion 34*
2. TRAJECTOIRE D'APPRENTISSAGE A TRAVERS LES BLOGS : REFLEXION SUR L'IDENTITE 36
   - *a. Réflexion sur l'identité 36*
   - *b. Typologie des blogs 38*
3. MEDIATION DE LA REPRESENTATION DE SOI VIA UNE STRUCTURE TECHNIQUE 43
4. L'APPARTENANCE A UN RESEAU : USAGE ET RITES SOCIAUX 45
   - *a. Choix de l'hébergeur et de l'aspect visuel 45*
   - *b. Réseaux sociaux 47*
   - *c. Attente du public et fréquence de publication vers une démarche de fidélisation 48*

IV. ETUDE DE CAS : LE BLOG CACHEMIREETSOIE.FR 51

1. DEMARCHE EMPIRIQUE ET METHODOLOGIQUE 52
   - *a. Une évolution ancrée sur la durée 53*
   - *b. La richesse du contenu 61*
   - *c. Un travail sur l'aspect visuel du blog 68*
2. MISE EN PLACE D'UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION 70
3. EVOLUTION ET PERSPECTIVES 75
   - *a. Avantages personnels, économiques et professionnels 75*
   - *b. Limites et risques de la tenue d'un blog 82*
4. OUVERTURE : ANALYSE EXPLORATOIRE DES USAGES DES BLOGS 84

V. PROCESSUS DE CONSTRUCTION IDENTITAIRE : VERS UNE PROFESSIONNALISATION DE SON IMAGE EN LIGNE 91

1. USAGES ET EVOLUTION 91
   - *a. Echappatoire face au quotidien 92*
   - *b. Portfolio comme outil de promotion personnelle 93*
   - *c. Blog « professionnel » 95*
2. RELATION ENTRE IDENTITE ET REPRESENTATION DE SOI EN LIGNE 98
   - *a. Effet Protée vers une construction de soi 99*
   - *b. D'une parole authentique vers une parole instrumentalisée 101*
3. IMPLICATION SUR LES RELATIONS HUMAINES : LIBERTE D'EXPRESSION ET VIE PRIVEE 104

VI. CONCLUSION 107

VII. BIBLIOGRAPHIE 109

1. IDENTITE ET REPRESENTATION DE SOI 109
2. BLOG 110
3. IDENTITE NUMERIQUE ET PROCESSUS DE CONSTRUCTION IDENTITAIRE 111

VIII. ANNEXE 113

1. EVOLUTION DE L'APPARENCE VISUELLE DU BLOG CACHEMIREETSOIE.FR 113
2. EVOLUTION DU NOMBRE D'ARTICLES ET DE COMMENTAIRES 116
3. SYNTHESE DE L'ENQUETE ADRESSEE AUX BLOGUEURS 117
   - *a. Questions sur l'auteur 117*
   - *b. Questions générales: 119*
   - *c. Blog et vie privée: 121*
   - *d. Blog et vie professionnelle 122*
   - *e. Blog et identité 123*
4. QUESTIONNAIRE A CAPUCINE PIOT 126

« La parole intime est toujours une parole poétique, un haut foyer de résistance et de création qui déjoue toutes les entreprises de violation des corps et d'instrumentalisation des consciences. »

Michaël Fœssel

I. INTRODUCTION

Tout d'abord, ce qui a motivé le sujet de ce mémoire est l'observation de la professionnalisation d'un nombre grandissant de blogs personnels. En tant que lectrice, j'ai pu suivre l'évolution de certains blogs de leurs débuts, dans l'anonymat, vers un outil de promotion personnelle. En tant que blogueuse, je suis de plus en plus confrontée aux problématiques induites par la tenue d'un blog : quelle image de moi ai-je envie de partager sur la toile ? Comment transmettre cette image et la faire évoluer ? Est-ce trahir mon lectorat, ou me trahir moi-même, que d'ouvrir mon espace d'expression aux annonceurs et aux articles sponsorisés ?
Mon mémoire portera donc sur l'identité numérique et des éléments de l'intime. A partir de ce thème, je m'interrogerai tout particulièrement sur les blogs extimes – blogs dans lesquels prédomine le « je » - et sur l'évolution de l'identité sur ce support. L'étude s'interrogera notamment sur la professionnalisation de ce type de blog.

Le blog intime est perçu, à première vue, comme un espace de liberté, un espace numérique où l'auteur présente ses réflexions personnelles. L'identité hors ligne du blogueur se recoupe alors avec son identité en ligne. Il est possible de découvrir – souvent sous couvert d'anonymat – son moi intime. Le blogueur se crée alors, dans un premier temps, une identité numérique où le réel et le virtuel se complètent. Sur ce nouvel espace et semblant protégé de la vie réelle, le blogueur peut ainsi se dévoiler et mettre en avant sa sensibilité profonde. Le sociologue Dominique Cardon[1] parle alors de « l'être projeté » qui s'oppose au « faire réel » que l'on retrouve, par exemple, sur les réseaux sociaux professionnels. La communication intersubjective sur les blogs permettrait ainsi des relations plus profondes, libérées et affranchies des marqueurs sociaux du réel.
On s'aperçoit rapidement que la question de l'identité numérique sur les blogs est complexe et floue. En effet, le blog intime peut être, tout d'abord, utilisé de façons

[1] CARDON, Dominique. *Le design de la visibilité: un essai de typologie du web 2.0*. Paris : Laboratoire SENSE, 2008.

diverses et évoluer au fil du temps. Celui-ci peut, par exemple, aussi bien prendre l'allure d'un journal intime, comme mémoire de soi, souvent lors d'une période importante de la vie de l'auteur, de manière anonyme, ou alors devenir un portfolio soulignant la sensibilité, la créativité et les goûts propres du blogueur. Le blog permettrait de représenter son auteur sous son meilleur jour et s'éloignerait de la réalité brute. Il deviendrait ainsi un outil de promotion personnelle. Si ces deux usages peuvent sembler, à première vue, opposés, il n'est pas rare qu'un blog anonyme acquière, au fil des mois, un large lectorat lui faisant, peu à peu, perdre son anonymat et parfois également une partie de sa liberté d'expression.

La construction de l'identité numérique de blogueur se symbolise, dès le départ, par le choix d'utiliser un pseudonyme ou son identité réelle. Le choix de l'adresse du blog, qui peut être identique au pseudonyme choisi, est aussi significatif. L'auteur se représente souvent également par un avatar. C'est à partir de cette nouvelle identité numérique élémentaire que le sujet va commencer à construire la représentation qu'il désire donner de lui sur la toile.

Cette représentation se dessine également par le choix de l'hébergeur et à travers la personnalisation du thème du blog. En effet, l'aspect visuel du blog contribue à la construction de l'identité numérique. Le blogueur se construit un nouveau chez-soi en ligne qui reflète ses goûts et sa personnalité. Le choix des couleurs, de l'iconographie ou encore de la typographie n'est jamais anodin. L'hébergement du blog permet, de plus, de s'inscrire, dès le départ, dans une communauté de blogueurs. Un nouveau blogueur choisira souvent une plateforme d'hébergement de blogs comme Blogger ou Canalblog. Cette option lui permettra de créer de manière simple, gratuite et rapide, son espace personnel. Un blogueur plus confirmé optera plutôt pour une solution plus flexible, telle que Wordpress, qui lui offrira une plus grande liberté de personnalisation. Cette solution lui permettra également d'obtenir un nom de domaine et de donner un rendu plus professionnel de son blog. Après une période avec une plateforme d'hébergement, beaucoup d'individus privilégient cette solution. Certains décident de faire appel à un professionnel, afin d'obtenir un blog doté d'une apparence visuelle à leur image. La création du blog devient alors plus longue, complexe et payante.

Enfin, cette représentation de soi en ligne se prolonge souvent sur des réseaux sociaux généralistes comme Twitter, Facebook ou sur des réseaux sociaux plus spécialisés tels

qu'Hellocoton et BlogLovin. Ils permettent à l'auteur d'échanger au delà de son propre blog. Ces usages et rites sociaux font entrer l'auteur dans une communauté de blogueurs.

Le lectorat et l'espace de discussion - commentaires - font également partie intégrante des blogs. C'est aussi à travers ce nouvel espace que l'identité du blogueur va se dessiner et évoluer, espace que l'auteur ne contrôle pas entièrement. Si pour une majorité des blogs intimistes, les premiers lecteurs sont souvent des anonymes sans visage, ils ne pourront conserver ce statut longtemps. Que cela soit à partir des échanges dans l'espace de commentaires, par messages privés, ou encore lors de rencontres réelles, la relation entre l'auteur du blog et ses lecteurs évolue nécessairement de l'inconnu vers le connu. Il n'est pas non plus rare que l'entourage réel de l'auteur découvre aussi ce journal personnel en ligne. L'auteur se retrouve alors progressivement dans un espace mixte où la frontière entre l'espace numérique et le réel n'existe plus. Il ne se sent plus alors protégé par la dimension virtuelle et anonyme du blog. A ce propos, Anne-Solange Tardy[2] se confie sur son blog :

> « Je regrette chaque jour de n'avoir pas gardé l'anonymat sur Cachemire & Soie. Quand je pense à tout ce dont je pourrais parler ici librement, j'en ai le vertige. […] Cela pour expliquer que, même si la plupart du temps je m'exprime ici à la première personne, même si je parle en général d'événements qui me touchent personnellement, je fais une très grande distinction entre l'auteur de ce blog et moi-même" et elle finit par en conclure : "La seule solution qui me vienne à l'esprit aujourd'hui est de fermer le module de commentaires".

Cet acte symbolique souligne la difficulté de l'auteur d'un blog à faire la distinction entre son identité réelle et sa représentation en ligne.

A partir de ce processus de socialisation, le lectorat peut commencer à créer des tensions et une attente implicite envers l'évolution et le contenu du blog. En effet, si ce dernier est, au départ, un espace anonyme où le blogueur peut mettre en lumière son moi profond sans crainte de jugement, les lecteurs – eux aussi anonymes au départ – peuvent, peu à peu, se transformer en juges. En laissant des commentaires, ils

---

[2] TARDY, Anne-Solange. *Note de l'auteur*. 2011. Disponible à l'adresse : http://www.cachemireetsoie.fr/2011/09/14/note-de-lauteur/ (consulté le 16 juin).

encouragent ou critiquent l'auteur, que cela soit au niveau de sa vie réelle ou dans le contenu même du blog. Souvent les commentaires se placent en censeurs et protestent contre un changement de ligne éditoriale, ou encore un manque de mises à jour. La fréquence de publication est ainsi ressentie comme un critère d'implication de l'auteur. La chercheuse Fanny Georges[3] définit l'identité numérique comme la représentation de soi, telle qu'elle est perçue par d'autres participants. Selon elle, la représentation de soi, ainsi que l'identité en ligne sont, par ailleurs, « des éléments signifiants du processus identitaire ».

Il nous semble enfin important de ne pas négliger l'aspect marketing et financier des blogs. Certains blogs se transforment rapidement en niches à publicité. Sous-couvert du « je », les blogueurs deviennent de nouveaux influenceurs. Ils reçoivent des cadeaux, des produits en avant-première, sont invités à des opérations marketing, souvent en contrepartie d'un article sur leur espace personnel. La frontière entre espace privé et public se resserre. L'espace du blog se transforme : le « je » devient moins personnel et plus mercantile. L'auteur se doit alors de fidéliser son lectorat et de parfois écrire des billets sponsorisés s'il veut conserver son public et ses nouveaux avantages en même temps. Ainsi, cette bulle de liberté peut rapidement éclater et devenir un espace de contraintes. La parole authentique s'instrumentalise alors et l'identité numérique s'éloigne du réel.

A partir de cette analyse liminaire, la représentation de soi à travers un blog semble évoluer, d'une part avec l'ancienneté du blog, d'autre part, selon le lectorat. Si acquérir un lectorat représente un objectif motivant lors de l'ouverture d'un blog, celui-ci peut aussi devenir pesant et contraignant. Le public est en mesure de demander, souvent de manière implicite, des billets réguliers et la conservation d'une certaine ligne éditoriale. Ces nouvelles contraintes peuvent rapidement amener son auteur à délaisser, voire à fermer son blog ou à l'inverse, à se prendre au jeu et à se réinventer. La représentation de soi par la médiation d'un blog ne se réalise jamais de manière

[3] GEORGES, Fanny. *Identités virtuelles. Les profils des utilisateurs du web 2.0.* Paris : Questions Théoriques, 2010. 216 p. (L>P).

automatique. Tenir un journal en ligne conduit nécessairement le sujet à mener une réflexion sur la représentation qu'il souhaite donner de lui-même. Cela nous amène à nous interroger sur la relation entre l'identité des blogueurs et leur représentation en ligne: comment les blogueurs créent-ils et parviennent-ils à gérer leur propre image sur leur blog ? Comment cette représentation évolue-t-elle et quelles en sont les conséquences sur l'identité de l'auteur du blog ? Suffit-il à ce dernier de contrôler sa représentation ou doit-il créer une stratégie de communication ? Est-il possible de professionnaliser son identité tout en conservant son authenticité ?
Cette problématique nous amène à réfléchir sur la notion même d'identité, ainsi que sur l'évolution de la représentation de soi à travers les blogs. On peut supposer une certaine professionnalisation des blogs intimistes sur la durée. Celle-ci pourrait avoir plusieurs objectifs : compensation financière, avantages matériels ou encore promotion personnelle. Elle engendrerait alors une réflexion et une distanciation entre l'identité réelle de l'auteur du blog et sa représentation en ligne. Cette relation entre l'identité du blogueur et sa mise en scène sur son espace personnel fera l'objet de notre étude.

Cette analyse se limitera aux blogs intimistes tenus par des femmes entre 20 et 35 ans. Les blogs concernés seront tous rédigés à la première personne du singulier et devront avoir au moins quatre ans d'ancienneté, critère important si l'on veut s'intéresser à l'évolution des blogs sur la durée et pouvoir l'analyser. Ils devront également tous être écrits dans un français correct et comporter une fréquence de mise à jour minimale de deux billets par mois. Ces conditions permettront un corpus homogène et limité, ainsi qu'une analyse sur l'évolution de la représentation de soi et de l'identité à travers un blog.
Nous avons ainsi décidé de nous baser sur la blogosphère féminine. Cette dernière paraît plus déployée dans le domaine des blogs personnels. Elle semble aussi obtenir une meilleure audience et visibilité, et évoluer ainsi de manière plus significative. Ceci n'est pas un choix personnel, mais plutôt stratégique.

Nous analyserons, dans un premier temps, la notion d'identité et de représentation de soi. Nous réaliserons, dans un second temps, une analyse sur les caractéristiques mêmes de la tenue d'un blog. Ces bases théoriques nous permettront

une analyse empirique du blog d'Anne-Solange Tardy - http://www.cachemireetsoie.fr/ - de façon détaillée. Cette étude de cas sera éclairée par un questionnaire. Pour finir, nous nous intéresserons au processus de construction identitaire.

> « L'identité se réduit moins à la postuler ou à l'affirmer qu'à la refaire, la reconstruire, et [...] toute utilisation de la notion d'identité commence par une critique de cette notion. »
>
> Lévi-Strauss[4]

II. IDENTITE ET REPRESENTATION DE SOI

Tout d'abord, et afin de mieux comprendre l'importance et la relation entre l'identité numérique et de la représentation de soi, il est nécessaire de définir la notion même d'identité. On précisera ensuite le concept d'identité numérique et son rapport avec la représentation de soi, ceci avant d'analyser la façon dont l'identité numérique peut se professionnaliser.

1. Identité individuelle

La notion d'identité du point de vue de l'individu ou du groupe, est une notion complexe, vaste, et de ce fait, difficile à définir. Elle s'est répandue tant au niveau scientifique que dans le langage courant. Si celle-ci se retrouve partout, répondant souvent à la question « qui suis-je ? », elle semble difficile à appréhender et à définir de manière unique. Le terme demeure à la fois vague et polysémique, comme le souligne Jean-Claude Kaufmann dans la préface de *L'invention de soi – Une théorie de la liberté* :

> « Asséné d'emblée, comme s'il s'agissait d'une donnée naturelle, comme si chacun savait ce qu'est une identité. Alors que les significations du terme sont très

[4] LEVI-STRAUSS, Claude. *L'identité*. Séminaire. Paris : Grasset, 1977. 348 p.

> diverses, lorsque ce n'est pas antagonique. L'identité, est-elle une donnée stable, voire fixe, ou bien très changeante ? Est-elle définie sur une base objective ou bien résulte-t-elle de la pure subjectivité ? Est-elle principalement individuelle ou collective ? ».

Tour à tour et selon le point de vue épistémologique pris, l'identité est définie comme une présentation simple de l'individu, comme le reflet de la société dans laquelle il vit, comme un dialogue constant entre le sujet et le monde organisationnel ou encore comme une simple illusion qu'on ne saurait définir.

L'identité, du point de vue de l'individu, est un processus qui appartient tant au champ de la psychologie, de la sociologie, de la philosophie que des sciences politiques. Le vocable identité provient du latin *identitas* et découle de *idem*, le même. L'identité personnelle représente donc ce qui est similaire à un individu et ce qui permet de le définir dans une société donnée et dans un instant donné. Le concept s'illustre à la fois par : - des **éléments stables,** tels que les études réalisées, la profession, - des **éléments biographiques**, comme le nom, la ville de naissance ou encore, l'âge de la personne - et par des **éléments variables et évolutifs** tout au long de la vie, comme la personnalité, la physiologie ou encore, son appartenance à un groupe. On peut alors distinguer l'*être* avec l'état civil – les éléments biographiques - du *faire* : avec les activités, les éléments stables et variables.
Sur Internet, d'autres éléments, plus ou moins stables, viennent s'ajouter à l'identité de l'individu, comme le pseudonyme, l'avatar, l'adresse de son site web, ou encore, l'adresse électronique.

Abstraite, paradoxale et mouvante, l'identité se définit **par soi** comme une présentation de soi et **par l'autre** comme une conversation, que cela soit pour se différencier ou se conformer. Celle-ci est intimement liée à la **notion de différence**, l'individu apparaît, en opposition à l'autre, et par l'autre.
L'identité demande, de plus, une certaine unicité et stabilité. Bien qu'elle soit par essence multiple, elle puise sa force dans son besoin d'appartenance et dans sa constante adaptation liée aux circonstances externes. Le processus identitaire fait ainsi le lien entre ce qui différencie un individu des autres et ce qui le lie à la société. A ce

propos, Piotet et Sainsaulieu, dans *Méthodes pour une sociologie de l'entreprise*, distinguent deux types d'identités :

> « Par identité, il faut entendre un ensemble de représentations mentales permettant aux individus de retrouver une cohérence, une continuité entre leurs expériences présentes et celles du passé. C'est l'identité pour soi. (...) L'identité est un système de repères conduisant à la découverte que l'on est proche de certains et différent des autres. C'est l'identité pour autrui » [5]

Les sociologues établissent ainsi une distinction entre l'identité pour soi, et l'identité pour autrui. L'**identité pour soi** se construit à partir d'éléments stables – comme l'âge, le sexe, le nom - et des éléments biographiques - par exemple les études ou le travail. Par opposition à l'identité pour soi, l'**identité pour autrui** se construit à partir de sa relation à l'autre. L'individu s'identifie alors en adhérant ou non à des normes et une culture, c'est *« le résultat de transactions entre soi et les autres* ».

L'identité est un processus de construction de soi perpétuel qui est intimement **lié au temps et à l'espace** : le phénomène identitaire se construit et se transforme au fil des années et des étapes de la vie. Celle-ci n'est pas fixe et rattache le passé au futur. Elle tend à concilier la mémoire d'un soi passé, au soi que l'on voudrait devenir à l'instant présent. Ainsi, l'identité est non-figée et évolue tout au long de la vie d'un individu en relation avec l'autre : sa famille, ses amis, et plus généralement, la société. Le passage de l'identité collective à l'identité individuelle est ténu. On parle ainsi de **dynamique identitaire** où le sentiment d'identité se forge à travers le regard des autres et l'expérience sociale.

La notion d'identité se rattache au **soi**. On peut définir le soi comme la relation qu'entretient un sujet avec lui-même et qui évolue avec l'âge. En d'autres termes, le soi est la façon dont un individu se perçoit et pourrait se définir. René Lécuyer, dans *Le*

---

[5] PIOTET, François ; SAINSAULIEU, Renaud. *Méthodes pour une sociologie de l'entreprise*. Paris : Presses de Sciences Po, 1994, p. 202.

développement du concept de soi de l'enfance à la vieillesse[6]*,* distingue cinq dimensions du concept de soi dont l'importance évolue avec l'âge :

1. Le **soi matériel** qui englobe l'apparence physique, la condition physique – *soi somatique* - et de santé, ainsi que l'acquisition de biens matériels – *soi possessif*.

2. Le **soi personnel** qui correspond à l'*image de soi* avec les aspirations, les émotions, les qualités et les défauts et à *l'identité de soi,* avec les rôles, les statuts et l'idéologie d'un sujet.

3. Le **soi adaptatif** qui se définit comme la *valeur de soi,* c'est-à-dire le jugement d'un sujet sur lui-même, avec ses valeurs et ses compétences et comme *les activités du soi,* c'est-à-dire l'actualisation du soi face à la réalité.

4. Le **soi social** qui fait référence au genre et constitue le comportement du sujet en société, fait d'altruisme ou de réceptivité.

5. Le **soi non-soi** qui est la référence aux autres. C'est la façon de répondre en se référant aux autres.

A la lumière de cette définition liminaire sur l'identité, il semble essentiel de s'appuyer sur quelques chercheurs spécialistes qui ont contribué à mieux saisir le phénomène de l'identité dans sa globalité et ses paradoxes. En cela, la sélection de Nicole Giroux semble tout à fait pertinente. La chercheuse a choisi d'analyser dans *La gestion discursive des paradoxes de l'identité,* Erikson, Ricoeur et Strauss - un psychanalyste, un philosophe et un anthropologue – pour leur apport respectif à cette notion d'identité, eu égard à leur discipline.
Erikson définit l'identité comme un **équilibre** entre le sentiment subjectif de « **mêmeté »** et de **continuité**. Selon lui, l'identité est, avant tout, une configuration en

[6] L'ECUYER, René. *Le concept de soi*. Paris : Presses Universitaires de France, 1978. 422p.

évolution, « *une attitude morale et mentale*[7] » dans laquelle l'individu se reconnaît et est reconnu par les autres. En cela, il considère l'identité comme une harmonie intérieure. Selon le psychanalyste, l'identité serait en constante évolution et passerait par des étapes et configurations successives. Celle-ci devient alors le produit à la fois d'un processus de constitution de soi, ainsi que de reconnaissance des autres.
Ricoeur, lui, définit l'identité comme une identité **dynamique** qui allie l'unicité et la diversité grâce aux notions **d'identité idem** et **d'identité-ipse** :

- l'**identité-idem** est la mêmeté, c'est-à-dire la permanence dans le temps du caractère, en cela l'identité idem est ce qui représente le sujet. Cela fait partie de l'identité sociale du sujet.

- l'**identité-ispe** est l'unicité, c'est-à-dire le sentiment de n'être qu'un : « *un sujet capable de se désigner comme étant lui-même l'auteur de ses paroles et de ses actes, un sujet non substantiel et non immuable, mais responsable de son dire et de son faire*[8] *».* Il s'agit donc la représentation de soi. L'identité-ispe désigne le sujet responsable de ses actes.

La fusion de ces deux identités est nommée par le philosophe **« identité narrative »**. Celle-ci est dynamique et parvient à associer l'unicité et la diversité.
Enfin, selon Claude Lévi-Strauss, l'identité est, par essence, **un phénomène communicationnel et dynamique** : le cœur de la notion d'identité se trouve dans le langage, et, plus précisément, dans l'interaction et le partage avec l'autre. Ainsi, c'est à travers le regard porté par autrui que se fonde l'identité et que celle-ci est naturellement amenée à évoluer et à se réajuster en fonction des individus et des groupes. En cela, l'identité de l'individu se construit par étapes et évolue au fur et à mesure des événements de la vie. Elle est donc indéterminée et évolutive : « *une sorte de foyer virtuel auquel il nous est indispensable de nous référer pour expliquer un certain nombre de choses mais sans qu'il ait d'existence réelle* [9]». Toutefois, l'anthropologue précise les

---

[7] GIROUX, Nicole. *La gestion discursive des paradoxes de l'identité.* Montréal : 2001.
[8] RICOEUR, Paul*. Réflexion faite. Autobiographie intellectuelle.* Esprit, 1995, p. 76-77.
[9] LEVI-STRAUSS, Claude. *L'identité*. Séminaire. Paris : Grasset, 1977. 348 p.

limites de l'évolution identitaire. Certaines contraintes institutionnelles et sociales nécessitent une continuité de l'identité dans son évolution. Un individu ne peut pas, par exemple, changer son âge, son nom ou encore son sexe. En cela, l'identité mêle la continuité et le changement.
Avec ses trois spécialistes, on s'aperçoit de l'étendue et de la complexité de la notion. Néanmoins, tous ont souligné le caractère **fluide** et **variable** de l'identité, ainsi que l'importance du **rapport à l'autre** et du **partage** dans le processus identitaire.

A travers un blog, l'identité de l'auteur se place au centre du système. Dans un premier temps, lors de sa création, le sujet s'affranchit du regard de l'autre et des marqueurs sociaux du réel, afin d'imposer sa personnalité et son moi intime. Il propose alors sa propre représentation de soi à l'autre. C'est à partir de cette prise de parole et de cette affirmation de soi en ligne, que le bloggeur va rencontrer l'autre - son lectorat. Il va ainsi pouvoir redéfinir, à travers cette nouvelle forme d'altérité, sa propre identité, et obtenir une reconnaissance de la part de son lectorat.
Dans l'art, l'expression de l'identité de l'artiste transparait de façon quasi-similaire. En effet, à travers la création artistique ou littéraire, l'artiste exprime et valorise sa propre identité. Grâce à son travail, le créateur parvient à mettre en avant l'identité qu'il a dessinée et écarte ainsi le douloureux regard imposé par l'autre. En somme, celui-ci parvient à proposer sa propre définition de soi à l'autre et à obtenir dans le regard de l'autre une certaine reconnaissance[10]. On retrouve ainsi, lors de la création d'un blog, la même démarche.

Nous pouvons retenir que le processus identitaire se déroule généralement en deux étapes essentielles : dans un premier temps, l'individu s'affirme par la création ou la prise de parole. Il se confronte ensuite à la figure de l'altérité, afin d'obtenir une reconnaissance. Il y a ainsi une construction et une évolution de l'identité.

---

[10] TAYLOR, Charles. *Multiculturalisme, différence et démocratie*. Paris : Aubier Montaigne, 1993. 142 p.

2. Identité numérique et représentation de soi

L'identité numérique est une identité créée sur la toile par un utilisateur à partir d'un pseudonyme et souvent d'un avatar : celle-ci peut être mise en place à partir d'un réseau social, de la page personnelle d'un blog, d'un jeu en ligne ou encore d'un forum et apparaît généralement sur plusieurs supports. Elle est une adaptation visuelle et graphique réalisée par un individu de sa représentation de soi en pensée à partir du système informatique. A l'écran, le sujet se confectionne un double numérique qui le représente. A travers celui-ci, l'individu se raconte et se révèle de la façon dont il désire. Celui-ci ne met en avant et ne montre que ce qu'il veut. Il peut ainsi conserver une zone de clair obscur[11] où dans un espace qui n'est ni privé ni public l'auteur se met en scène. Fanny Georges définit ainsi l'**identité numérique** comme « *la représentation de soi telle qu'elle est perçue par d'autres participants*[12] » et la **représentation de soi** comme une composition « *des signes observables à l'écran qui manifestent l'utilisateur*[13] » c'est-à-dire la somme des signes fournis par l'utilisateur et le système. Comme pour l'identité réelle, la place de l'autre dans le processus identitaire est centrale.

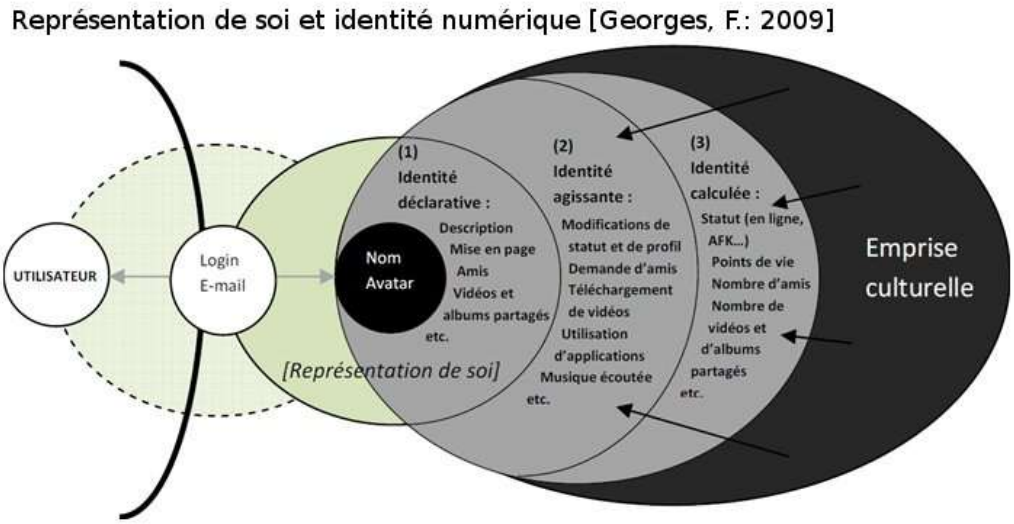
Notons que certains individus ne désirent pas apparaître sur le net. Dans ce cas-là, l'identité numérique sera absente pour le sujet et seuls des messages, mis en ligne par d'autres individus, pourront le représenter: ces messages forment « l'e-réputation ».

---

[11]CARDON, Dominique. *Le design de la visibilité: un essai de typologie du web 2.0*. Paris : Laboratoire SENSE, 2008.

[12] GEORGES, Fanny. *Identités virtuelles. Les profils des utilisateurs du web 2.0.* Paris : Questions Théoriques, 2010. 216 p. (L>P).

[13] GEORGES, Fanny. *Ibid.*



Fanny Georges distingue trois ensembles de signes qui caractérisent l'identité numérique :

- **L'identité déclarative** qui correspond aux données fournies directement par le sujet comme son sexe, son âge, ses centres d'intérêt ou encore sa localisation.
  Notons que l'individu se représente différemment à l'écran que dans le réel. À l'écran, l'individu liste, par exemple, ses centres d'intérêt, se décrit en quelques lignes ou formule ses pensées. Ces données ne sont pas formulées dans la vie réelle. De plus, certaines données, comme les centres d'intérêt, pourront être indexées et classées. Ainsi, l'individu pourra être mis en relation avec d'autres utilisateurs partageant ses goûts.

- **L'identité agissante** qui est définie par la chercheuse comme les activités de l'utilisateur affichées par le système comme le fait qu'un utilisateur ait changé son image de profil ou bien qu'il ait mis à jour son statut.

- **L'identité calculée** qui est composée de différentes quantifications générées par le système, comme le nombre d'amis ou le nombre d'articles rédigés sur un blog. Le sujet ne contrôle pas cette dimension de l'identité. Cette dernière est le reflet de son activité et de ses interactions en ligne.

Afin d'être présent en ligne, l'individu doit mettre à jour régulièrement son identité – identité déclarative. Une personne n'existe en ligne que par la création puis l'actualisation régulière de son profil, mais aussi à travers les échanges à son sujet et ses interventions – commentaires – sur d'autres sites. En cela, elle met en place une stratégie de communication afin de ne pas être oubliée. Notons que l'identité agissante et l'identité calculée ne sont pas renseignées par le sujet et se mettent à jour automatiquement. Celles-ci sont une représentation de l'identité déclarative du sujet. Dominique Cardon définit l'identité numérique comme « *une coproduction où se rencontrent les stratégies des plateformes et les tactiques des utilisateurs*.» [14] . L'**entreprise culturelle** est l'impact de l'identité numérique sur la représentation de soi en pensée du sujet. En d'autres termes, c'est l'influence de l'identité numérique sur l'identité réelle du sujet. Certains chercheurs nomment cette emprise l'**effet protée**[15] : l'image d'un individu en ligne, que celle-ci soit positive ou négative, aurait une influence sur leur rapport avec les autres.

Sur la toile, tout individu peut se créer une représentation de soi neuve et en opposition avec son identité réelle. Un homme peut très bien devenir en ligne une femme et un enfant se faire passer pour un adulte. Dans la plupart des cas, lorsque l'identité reflète la personne réelle, celle-ci est souvent idéalisée. L'individu tend à montrer les meilleurs aspects de sa personnalité et à laisser dans l'ombre certains de ses défauts. Le sujet peut aussi, s'il le souhaite et souvent protégé par l'anonymat, souligner une représentation de soi intime qu'il n'ose affirmer dans la vie réelle. Rappelons que toute identité numérique se base nécessairement sur l'identité sociale – alors que l'inverse n'est pas vrai.

---

[14] CARDON, Dominique. *Le design de la visibilité: un essai de typologie du web 2.0*. Paris : Laboratoire SENSE, 2008.

[15] YEE, Nick ; BAILENSON, Jeremy. The Proteus Effect: The Effect of Transformed Self-Representation on Behavior. *Human Communication Research*, 2007, volume 33, n°3, p. 271-290.

Il est ainsi possible de distinguer trois façons bien distinctes de se représenter en ligne :

- une identité la plus fidèle possible à l'**identité réelle** et donc associée à son identité réelle. L'identité est alors un miroir, plus ou moins déformé et embelli, de la personne réelle. On la retrouve sur les réseaux sociaux professionnels tels que Viadeo ou Linkedin.

- l'utilisation d'un **pseudonyme ou d'un surnom,** souvent dans le but de rester anonyme et ainsi pouvoir s'exprimer plus librement sans avoir peur des marqueurs sociaux du réel. Cette nouvelle identité peut, par exemple, aider l'individu à faire des choix et exprimer son moi intime. Cette identité, si elle est couverte par l'anonymat, demeure proche de son identité réelle.

- **une identité totalement différente de l'identité réelle**, avec, là aussi, l'utilisation d'un pseudonyme. L'utilisateur semble alors avoir plusieurs vies et plusieurs identités totalement différenciées. Il peut évoluer dans une réalité parallèle où il joue un rôle.
  Cet usage revêt un **aspect libératoire** : l'individu joue avec son image tout en étant protégé par la barrière d'internet. Cette pratique dévoile une dimension d'exutoire et d'expérimentation. Le sujet peut se blesser, se tester, mourir en ligne sans s'écorcher dans la vie réelle et sans que les conséquences ne soient irréversibles. Cet usage peut également permettre à l'individu de révéler sa personnalité.

Pour la première fois, grâce à l'identité numérique, l'individu s'affranchit du corps et du visage, base de l'identité, et peut ainsi se créer une identité sans implication physique. Sur Internet, le sujet communique de façon désincarnée. Le corps est, en effet, décrit par plusieurs paramètres avec lesquels il est possible de « tricher » et de se réinventer. L'avatar fait souvent figure du visage de la personne. En cela, l'utilisateur n'est plus non plus lié à la réalité, c'est lui seul qui choisit de montrer ce dont il a envie. On voit, par ailleurs, apparaître une trajectoire d'apprentissage dans la représentation de soi en ligne : l'individu peut expérimenter plusieurs façons de se mettre en scène et choisir la

plus convaincante, celle qui semble finalement le mieux le représenter en ligne. Il y a une construction de la représentation de soi évolutive. Prenons pour exemple, le blog d'Anne-Solange Tardy - cachemireetsoie.fr - et comparons sa façon de se présenter et de s'écrire lors de l'ouverture de son blog en 2006 et aujourd'hui en 2012. En 2006, l'auteur évoquait des sujets assez personnels et prosaïques ne la mettant pas forcément en valeur – régimes, problèmes de peau -. Elle jouait également avec la ponctuation, les smileys et employait un vocabulaire familier – « bouffe », « gouffre à fric ». Aujourd'hui, les textes sont beaucoup plus travaillés et la représentation de la blogueuse est policée. On remarque un changement de ton et les détails sur son intimité sont absents.

L'individu peut ainsi jouer avec son identité et modeler, avec beaucoup de détails, l'image qu'il renvoie de lui. Celui-ci peut gérer plusieurs représentations de lui en même temps, avec des finalités diverses. Le sujet peut par exemple se créer un profil sur Viadeo et Linkedin pour son réseau professionnel, s'inscrire sur Facebook pour échanger avec ses amis, ouvrir un blog de manière anonyme pour confier ses doutes et incarner un autre que soi lors d'un jeu en ligne. Les diverses représentations de soi sur la toile deviennent le miroir – souvent déformé – de l'identité réelle puisque derrière toute identité numérique se cache bien un individu avec une identité sociale. L'individu peut ainsi échanger avec plusieurs interlocuteurs de manière appropriée et montrer plusieurs facettes de lui. A l'écran, il est ainsi possible de jongler avec plusieurs représentations de soi.

Enfin, les barrières entre les diverses représentations de soi tendent à s'estomper au fil du temps. Un blog mis à jour régulièrement reste par exemple difficilement anonyme sur une durée longue. L'auteur dévoile au fil des jours des détails sur sa vie réelle. Aussi, des personnes du cercle professionnel ou amical peuvent découvrir cette représentation du sujet qui ne leur était pas destinée. De la même façon, il est souvent possible de consulter le profil professionnel d'une personne. Celui-ci est souvent en accès libre à partir d'une simple recherche sur un moteur de recherche du nom et du prénom de la personne. Ainsi, un ami peut facilement consulter la représentation professionnelle du sujet en ligne. En ligne, un flou s'opère entre les différentes représentations de soi et le public à qui ces représentations sont destinées. Antonio A. Casilli, dans *Les liaisons*

numériques[16], évoque à ce propos la représentation sociale du numérique comme *un lieu public d'expression d'exigence privée* dans le sens où il y aurait une dichotomie entre un besoin de lieu intime et la volonté d'un espace ouvert aux rencontres et à la connaissance. Cette opposition pousse alors les individus dans une situation délicate où les différentes représentations de soi se chevauchent et où la frontière entre l'espace public et le privé est de plus en plus ténue.

Pour finir, qu'un individu choisisse de se présenter de la façon la plus proche possible de son identité réelle ou, à l'inverse, d'incarner un autre, toute représentation de soi en ligne implique une « expérience de vie[17] » de la part du sujet.

3. *Vers une professionnalisation de son identité*

L'identité numérique est donc le fait de se créer une – ou plusieurs – représentation-s- de soi en ligne. Elle permet à l'individu de se projeter, de se créer un espace sur la toile qui lui ressemble et qui met en avant ses goûts personnels. Un blog mis régulièrement à jour durant des années, est la garantie de la part de son auteur d'un travail récurrent sur l'écriture. Grâce à son journal en ligne, le sujet va développer des compétences professionnelles telles que l'organisation ou la communication. Un blog peut aussi demander des compétences en photographie et en développement si l'auteur désire un espace numérique plus personnalisé et abouti qu'un simple hébergeur de blogs permet. En étant présent sur la toile, le sujet se crée lui-même une **réputation numérique** et aura moins de chance de subir une e-réputation qu'il ne contrôlerait pas. La e-réputation est tout ce qui ressort sur la vie d'un sujet sur la toile que cela soit mis en ligne par lui-même ou par un tiers. En se positionnant de manière active, l'utilisateur choisit l'image qu'il veut renvoyer de lui. La réputation en ligne se rattache aux

[16] CASILLI, Antonio. *Les liaisons numériques.* Paris : Seuil, 2010. 331 pages. (La couleur des idées).
[17] GEORGES, Fanny. *Identités virtuelles. Les profils des utilisateurs du web 2.0.* Paris : Questions Théoriques, 2010. 216 p. (L>P).

informations que le sujet publie. De plus, celle-ci peut notamment être utile dans le milieu professionnel où beaucoup de recruteurs n'hésitent pas à chercher des informations sur des employés potentiels à partir d'un moteur de recherche. L'identité numérique met en avant un « savoir être » de l'individu.

L'identité numérique peut permettre à un recruteur potentiel de saisir des informations moins stéréotypées d'un candidat que lors d'un entretien formel. Le contrôle de l'identité numérique entraine une forte **gestion de l'impression**. La gestion de l'impression est en psychologie sociale le fait de gérer l'image renvoyée aux autres. Si l'identité numérique du candidat a été construite dans ce but-là, celle-ci permettra de mettre en lumière les qualités du sujet. Elle sera, par exemple, un avantage non négligeable pour un candidat timide et qui aurait du mal à se mettre en valeur et à souligner sa personnalité lors d'un entretien. A l'inverse, un candidat qui ne fera pas attention à son image en ligne pourra être desservi lors d'une entrevue où il ne parviendra pas à justifier certains de ses propos sur la toile. On voit apparaître ici l'importance d'avoir une bonne gestion de sa communication numérique. Il est essentiel qu'un individu ait conscience des implications que des données déposées sur le net pourraient avoir de manière globale dans la mesure où il y a une permanence des informations déposées. Cette prise de conscience doit permettre à l'individu de mieux contrôler son image en ligne et de ne pas subir durant des années une représentation qu'il ne contrôlerait plus.
Toutes les informations déposées sur le net, à l'inverse de la vie réelle, sont mémorisées et restent souvent accessibles de manière durable. Il est essentiel de faire particulièrement attention aux données saisies, données qui pourraient devenir nuisibles quelques années plus tard.

D'autre part, se créer une identité numérique peut aussi permettre d'étendre son réseau professionnel, et parfois même de trouver un travail grâce à celui-ci. Il est possible de scinder l'identité professionnelle en trois axes centraux :

- le **savoir** et **savoir-faire du métier**,
- le **partage des valeurs** avec le groupe socioprofessionnel d'appartenance,
- le **savoir-être** avec la mise en place d'une culture commune.

Ces trois dimensions peuvent se retrouver sur internet. A travers un blog, l'auteur peut, par exemple, souligner naturellement son savoir, son savoir-faire, ainsi que son savoir-être au fil des billets. Une personne rédigeant régulièrement des billets sur un blog et, de plus, sans faute, lui permettra de mettre en avant sa rigueur, son autonomie et sa maîtrise du français lors d'un entretien. De plus, le blog sera souvent lu par une communauté partageant les valeurs de l'auteur. La mise en place d'un blog peut être idéale pour toute personne souhaitant affirmer et développer son identité de manière moins formelle que lors d'un simple entretien.

On note fréquemment une évolution des identités numériques en ligne, notamment à travers des blogs personnels où la représentation de l'individu devient peu à peu plus travaillée et réfléchie, et souvent plus professionnelle. Beaucoup de blogs, au départ anonymes et intimes, deviennent, au fil des mois, un espace public où l'auteur se livre moins qu'il ne se met en scène. Lors de la création d'un blog extime, l'auteur se cherche. Il joue avec son image en ligne jusqu'à parvenir à une image de soi numérique lui convenant et lui correspondant. Un processus identitaire se met alors en place où il expérimente diverses façons de se montrer et de s'écrire. La rédaction d'un blog sur la durée implique une certaine persévérance. Il n'est pas non plus rare qu'un individu qui ne se reconnaît plus dans la façon de se présenter sur un blog le ferme. Cette fermeture pourra déboucher sur l'ouverture d'un nouveau blog dans lequel il se reconnaîtra davantage.

Se créer un profil sur la toile est l'occasion pour le sujet d'entamer une réflexion sur sa propre identité et la façon de la mettre en scène : comment se décrire de la façon la plus juste possible ? De quelle façon s'y prendre pour créer un espace qui ressemble au sujet ? Cette problématique est au cœur de la réflexion du rapport entre le sujet et son identité en ligne. Ce sont ces questions qui entrainent le sujet à modifier sa représentation de soi au fil du temps et à construire une identité numérique.

L'identité en ligne, loin d'être figée, est amenée à évoluer. L'auteur acquière, au fil des mois, une certaine maturité dans l'utilisation de son blog qui le pousse nécessairement à évoluer : écrits plus travaillés, communication plus pertinente et adaptée au support, meilleure connaissance des codes en ligne, design de blog plus personnalisé, etc. De plus, les commentaires reçus, les notifications du système font partie intégrante de la représentation du sujet. Ce dernier peut prendre appui sur les réactions de ses

interlocuteurs, afin d'ajuster sa représentation. En cela, l'individu travaille son identité numérique, afin d'obtenir l'approbation de son lectorat et renvoyer une image qui lui soit favorable. Le sujet met progressivement en place un plan de communication dans lequel il cherche à vendre sa propre image. Ceci demande la réalisation d'un important travail et d'une méthode, afin de renvoyer une image plaisante de son identité. En acquérant une certaine maturité sur les usages du blog, l'auteur met en place une représentation de soi plus contrôlée et policée. Il prend conscience des enjeux de se mettre en scène à l'écran et des conséquences que cette représentation peut avoir dans la vie réelle. En fédérant une communauté, le blogueur se rend compte de son exposition grandissante et ressent le besoin de se protéger et se préserver de celle-ci. Tenir un journal en ligne devient moins un loisir qu'une activité qui se professionnalise peu à peu. Une logique calculatoire se met alors en place. A ce propos, Caroline Desages, du blog *Pensées de Ronde*, a rédigé un article très complet, *Pourquoi blogué-je ?*[18]*,* sur l'évolution de son rapport avec son blog. La blogueuse commence par commenter son évolution. Elle décrit ses motivations initiales comme *« un amusement, une tentative d'exister sur la toile, de "publier" des écrits autrement que dans un livre ou un journal* ». Elle continue en précisant une étape importante de l'évolution de son blog : celle de la reconnaissance par des lecteurs et par les annonceurs. Elle indique :

> « Par un concours de circonstances, pour moi comme pour d'autres, et peut-être parce que nous n'écrivions pas que des conneries ou alors qu'on ne le faisait pas si mal, les lecteurs sont arrivés. Un peu, puis pas mal, puis beaucoup. Avec eux, sont également venues les propositions de pub, les offres de partenariat, les tentations de cadeaux. »

C'est d'ailleurs à partir de ce constat que la professionnalisation du blog s'est peu à peu mise en place. Le contenu éditorial a ainsi évolué en fonction de ses enjeux tout en conservant sa forte dimension personnelle. Le blog personnel et intime est devenu un réel avantage dans un cadre professionnel. A ce propos, Caroline écrit :

---

[18] DESAGES, Caroline. *Pourquoi blogue-je ?* Disponible à l'adresse : http://www.penseesderonde.fr/2011/12/pourquoi-blogue-je-.html (consulté le 20 décembre 2011).

> « Et puis le blog a ouvert des portes. Et puis le blog est devenu aussi une vitrine. Et puis un argument de "vente" auprès d'éventuels employeurs. Une identité, presque. Un... métier. Ou quelque chose s'en approchant. Et forcément, l'enjeu d'un billet a changé. ».

Il est en effet différent de rédiger un article à l'attention de quelques personnes que pour des milliers : la mise en scène de soi devient naturellement plus contrôlée, moins intime, et aussi plus travaillée. De là, apparaît la **notion de responsabilité et de confiance,** à la fois envers les entreprises et le lectorat. L'auteur ne rédige plus uniquement pour le plaisir et dans un cadre restreint. Les enjeux diffèrent et deviennent professionnels.
La blogueuse met ensuite l'accent sur ce sentiment de proximité et sur cette distanciation mise peu à peu entre la réalité et la représentation de soi, travaillée et élaborée pour le blog :

> « En l'occurrence, en "vrai", la blogueuse est souvent comme tout un chacun. Humaine donc imparfaite. Et forcément éloignée de l'image que les lecteurs projettent sur elle ou de celle qu'elle donne en omettant volontairement de mettre en avant ses pires défauts (la blogueuse est parfois une dinde mais rarement maso).»

Caroline décrit ce décalage, dû à l'évolution du blog, entre la personne réelle et celle décrite dans le blog. En prenant de la valeur, le « je » intime de l'ouverture du blog laisse place à un personnage travaillé qui s'éloigne de la réalité. L'intimité du blog est alors plus feinte que réelle.
Le sujet devra enfin mettre à jour régulièrement son profil, afin de souligner son implication personnelle et faire vivre son soi numérique. A l'inverse de la vie réelle, le sujet ne peut se contenter d'observer, il doit agir pour manifester sa présence en ligne. Le sujet doit se montrer disponible et réactif, afin de conserver sa proximité avec son lectorat. Celui-ci met ainsi en place des tactiques de communication où il tente de vendre sa propre image.
A cela viennent s'ajouter les **avantages économiques** d'une bonne gestion de son identité en ligne. En effet, la relation marchande entre les individus et les marques est croissante sur Internet. La marchandisation de son identité en ligne peut permettre de générer des revenus. Un individu, qui s'est créé une communauté, a la possibilité de vendre, par exemple, ses « tweets » grâce à des régies publicitaires spécialisées dans la mise en relation entre blogueurs et marques comme BuzzParadise. Un blogueur peut

également mettre à disposition des annonceurs des espaces publicitaires sur son blog, tester des produits ou encore rédiger des articles sponsorisés par des entreprises moyennant une rémunération ou en échange de services/produits offerts. En transformant les réseaux sociaux en un espace économique, le « je » réel de l'auteur semble évoluer vers un « je » plus instrumentalisé et éloigné de la vie. Si le « je » semble toujours personnel lors de la première lecture, il peut, dans certains cas, être détaché de la réalité et devenir une simple fiction, un « écran ». A ce propos, Henri-Pierre Jeudy[19] souligne que *« peu de choses intimes sont dévoilées. C'est le ton intimiste qui prévaut, pas l'intimité en tant que telle. C'est devenu une forme de communication* » où les émotions sont mises en avant. La **tonalité intimiste** permet d'être plus proche de son lectorat, tout en conservant sa vie privée. Il est nécessaire de bien distinguer le ton intimiste avec la vie privée réelle.

Le blog est enfin le média social le plus riche en ligne, dans le sens où l'individu peut se créer une représentation de soi complexe et personnalisable dans les moindres détails : choix du pseudonyme, de la présentation, de l'iconographie, du contenu, des rubriques, etc. Le blog est l'outil communicationnel et d'auto-publication le plus personnalisable qui offre le plus de liberté. Celui-ci est souvent au centre d'une représentation de soi numérique où viennent s'agréger plusieurs réseaux sociaux – Facebook, Twitter, Instagram, etc. -. En cela, le blog est le cœur de la communauté. Les autres plateformes sociales permettent généralement de ne choisir qu'un avatar et un pseudonyme et sont plus des lieux de partages. Le contenu véritable et original se trouve sur les blogs et sont propulsés grâce aux divers réseaux sociaux. Les usages et les finalités des blogs sont pluriels : se confier, obtenir une certaine reconnaissance, se faire connaître dans son domaine professionnel, générer des revenus, etc.
C'est pourquoi, tout au long de ce mémoire, nous nous intéresserons à la représentation de soi à travers les blogs.

[19] JEUDY, Henri-Pierre. *L'Absence d'intimité : Sociologie des choses intimes*. Paris : CIRCE, 2007. 150 p.

III. CARACTERISTIQUES DES BLOGS

Dans cette seconde partie, nous tâcherons de définir les caractéristiques des blogs, outils de publication et de communication en ligne. S'il existe des blogs très personnels comme des blogs politiques ou encore spécialisés, nous nous intéresserons dans ce mémoire tout particulièrement aux blogs intimistes où l'auteur exprime ses réflexions personnelles au fil des jours sous la forme de billets. Tous les billets ou « posts » sont datés ; les lecteurs peuvent y déposer des commentaires. L'auteur a également la possibilité de lister ses blogs favoris, c'est ce que l'on nomme la *blogroll*. Un billet de blog mêle contenu textuel et multimédia – images, sons, vidéo -, ainsi que des liens hypertextuels. La création d'un blog est très simple et ne demande aucune compétence particulière dans la conception de site web. Généralement, un blog est en accès public. A la fois convivial et interactif, ce carnet de bord multiforme offre à tous la possibilité d'échanger et de communiquer. Il permet d'inscrire rapidement le blogueur dans une communauté où l'échange et la discussion se positionnent au centre du dispositif.

Le mot blog vient de la contraction des termes anglais *web* et *log* qui signifie journal de bord. Le weblog a été rapidement raccourci dans le langage courant pour donner le vocable « blog ». Ces premiers journaux de bord ont vu le jour dans les années 1990. Ils n'étaient alors que des simples listes de liens hypertextes commentés. Il faut attendre les années 2000 pour que l'utilisation des blogs se démocratise et s'ouvre au grand public grâce à la simplicité d'appropriation des blogs, à partir d'outils dédiés. Selon Technorati[20], il y aurait aujourd'hui plus de 155 millions de blogs dont 15 millions en France. Chaque jour, 1,3 millions de billets sont publiés sur ces derniers. Notons que

[20] SOBEL, Jon. *State of the Blogosphere 2011 Introduction, 2011.*
Technorati se définit comme un moteur de recherche spécialisé dans le domaine des blogs et publie annuellement un rapport annuel sur la blogosphère (lien de l'étude http://technorati.com/social-media/article/state-of-the-blogosphere-2011-introduction/)

seulement 1% des blogs sont actualisés régulièrement, ont plus de 100 visiteurs par jour et une durée de vie de plus de trois mois.

1. *Définition de blog*

a. Un sentiment de liberté

Le blog intime, ou journal extime, est souvent perçu comme un espace de liberté, un lieu idéal où l'auteur peut exprimer ses pensées sans craindre le regard de ses proches. Affranchi de leur jugement, l'auteur ose se dévoiler plus facilement. Le blog permet d'être lu, sans pour autant être jugé par une connaissance : action délicate dans la vie réelle où tout échange implique une personne physique et connue. En cela, le blog offre un espace sécurisant où le sujet peut faire l'expérience d'exister autrement et se révéler.

L'identité hors ligne du blogueur se recoupe alors avec son identité en ligne et l'on peut découvrir – souvent sous-couvert d'anonymat – son moi intime. Dans ce nouvel espace et semblant protégé de la vie réelle, le blogueur peut ainsi se révéler et mettre en avant sa sensibilité profonde. Une proximité nait rapidement entre l'auteur et son lectorat. Le sociologue Dominique Cardon[21] parle alors de « l'être projeté » qui s'oppose au « faire réel » que l'on retrouve, par exemple, sur les réseaux sociaux professionnels. Sur ces réseaux-là, la personne met en avant son parcours professionnel et ses centres d'intérêt.

La communication intersubjective sur les blogs permettrait des relations plus profondes, libérées et affranchies des marqueurs sociaux du réel. Il est, par exemple, plus facile d'évoquer, de manière anonyme, un travail inintéressant et son souhait d'en changer quand son employeur n'a pas la possibilité de lire ces propos en tapant

[21] CARDON, Dominique. *Le design de la visibilité: un essai de typologie du web 2.0*. Paris : Laboratoire SENSE, 2008.

seulement le nom véritable de la personne dans Google. En cela, un blog offre une certaine liberté à son auteur en lui permettant d'être lu par des individus sans visage. Protégé par l'écran, ses écrits n'auront alors aucune incidence dans son quotidien : personne ne risque de le juger autrement en découvrant son moi intime, puisque celui-ci n'est destiné qu'à des personnes en dehors de son entourage.

Il est alors nécessaire pour un blogueur de prendre quelques précautions dès la création de son blog s'il désire conserver son anonymat dans le temps : ne pas dévoiler son identité réelle ou des détails trop personnels, changer les lieux, et ne mettre que les initiales des noms propres par exemple. Celui-ci doit également éviter les rencontres réelles avec son lectorat. On voit apparaître sur certains blogs une stratégie afin de rester anonyme, ainsi qu'une réflexion sur ce qu'il est possible de dévoiler sur sa vie tout en restant anonyme. Maitre Eolas[22], souligne la difficulté de conserver l'anonymat lorsque le blog prend de l'importance. Cet avocat au barreau de Paris a décidé de tenir un blog anonyme, afin de bien distinguer sa vie professionnelle de son blog et ainsi obtenir une plus grande liberté d'expression. Son anonymat lui permet d'évoquer des affaires en cours, ainsi que d'exprimer son opinion sur l'actualité législative, sans avoir de conséquence sur sa vie professionnelle. Ce dernier a été invité par Nicolas Sarkozy avec quelques blogueurs le 16 décembre 2010 à l'Elysée. L'objet de cette rencontre était d'échanger autour d'Internet. Afin de conserver cet anonymat, l'avocat est arrivé masqué lors de l'événement et a dû fuir les journalistes. Cet anonymat, s'il offre de nombreux avantages pour s'exprimer de manière plus libre, peut devenir également un frein, que cela soit pour nouer des contacts ou pour obtenir des avantages professionnels. Il est, de plus, délicat à conserver lorsque le blog commence à acquérir une certaine notoriété. L'identité réelle de Maitre Eolas a été révélée quelques mois après par un anonyme sur la toile.

[22] URL du blog : http://www.maitre-eolas.fr/ (consulté le 20 février 2012).

b. Blog anonyme : pourquoi ?

Lors de l'ouverture d'un blog, tout blogueur se pose la question de l'anonymat. Bloguer sous un pseudonyme, avec son prénom, ou encore avec son identité complète est différent : les contraintes et les finalités diffèrent. La ligne de conduite du blog est déterminée, en grande partie, par cette décision-là.
Choisir d'écrire avec son **identité réelle** signifie que toute personne tapant le nom du sujet sur un moteur de recherche peut lire ces propos. Ces personnes peuvent tout aussi bien être des amis, la famille, des collègues, des employeurs que des inconnus. Un lectorat aussi varié peut représenter un frein à la liberté d'expression. Un individu ne s'exprime généralement pas de la même façon avec sa famille qu'avec ses amis ou son employeur et n'abordera pas non plus les mêmes sujets. Il est, par exemple, délicat d'aborder des thèmes comme la sexualité ou la politique en sachant qu'un employeur peut les lire.

A l'inverse, en étant **anonyme**, le blogueur s'affranchit des marqueurs sociaux du réel et de cette crainte d'être jugé. Il reçoit des commentaires extérieurs. En effet, si cette nouvelle identité numérique complète son identité réelle, elle n'est, en aucun cas, liée à celle-ci. Le blogueur éprouve ainsi le sentiment de pouvoir s'exprimer plus librement et de manière plus intime. L'anonymat crée une certaine sécurité au niveau de sa vie privée et professionnelle. En cela, l'individu parvient plus facilement à affirmer son moi personnel et à se réinventer sans craindre le regard de l'auteur. Pour David Lebreton[23] :

> « Si socialement il n'est pas pensable de laisser libre cours à certaines émotions, les lieux appropriés [en ligne] autorisent, en revanche, à se vivre sans détour, sans crainte du jugement des autres, sans nécessité de réfréner sa sensibilité ».

En effet, le fait d'être lu par des personnes anonymes va donner la possibilité à l'auteur du blog de se dévoiler plus facilement et de s'affirmer. Les retours de ses lecteurs « sans visage » vont souvent permettre à l'auteur de prendre confiance en lui. Ainsi, le lectorat,

[23] LEBRETON, David. *L'Interactionnisme symbolique*. Presses universitaires de France, 2004.

éloigné de la vie réelle de l'auteur, peut encourager et donner des conseils paraissant plus objectifs et plus justes.

Notons qu'il est souvent difficile de conserver un anonymat total longtemps. Peu à peu, tout blogueur crée des liens avec le public inconnu. A mesure que des liens se tissent, il n'est pas aisé pour l'auteur de conserver une certaine distance et de ne donner aucun détail sur sa vie privée s'il veut nouer des liens. Le risque encouru alors est de perdre son anonymat en développant des relations humaines. Les lecteurs inconnus devenant peu à peu à connus, l'auteur sera souvent moins enclin à se dévoiler et craindra d'être jugé. Il est difficile de fidéliser un inconnu en ne dévoilant rien sur soi : un lecteur apprécie de savoir ce qui se dissimule derrière un blog afin de s'y attacher. Il n'est d'ailleurs pas rare que les échanges entre l'auteur d'un blog et ses lecteurs se poursuivent par mail et lors de rencontres réelles. Dans ce dernier cas, des photographies sont souvent prises et mises ensuite sur la toile. Il est alors difficile de faire valoir une censure sur ces dernières.

Il est essentiel pour un blogueur, qui a décidé de conserver l'anonymat, de se dévoiler tout en limitant les détails sur sa vie privée dès l'ouverture de son blog. En effet, si le sujet ne s'est pas imposé de solides règles, celui-ci risque de perdre son anonymat et de laisser apparaître son identité réelle au fil des échanges. L'anonymat n'est alors plus complet et il devient possible, après quelques recherches, de trouver la personne qui se cache derrière un pseudonyme.

c. Choix du pseudonyme et identité réelle

Le choix du pseudonyme est souvent la toute première étape lors de la création d'une identité numérique, que cela soit lors de la création d'un compte sur un blog ou sur un réseau social. C'est à partir de ce choix-là et de manière symbolique que la nouvelle identité en ligne du sujet naît. Il y a une dimension ludique à la créer : tous les possibles sont alors ouverts. Pour la première fois, l'individu n'hérite pas nécessairement du prénom choisi par ses parents et d'un physique particulier. Il peut ainsi laisser libre cours à son imagination. Il peut alors choisir une identité sur mesure

qui lui ressemble et qu'il apprécie dans les moindres détails. C'est à partir de ce pseudonyme que l'individu va s'exprimer, s'identifier et construire son identité numérique. Plusieurs choix s'offrent alors au blogueur :

- Utiliser, dès le départ, son **identité réelle**. Il y a alors une transparence complète entre l'identité réelle et l'identité numérique. Le sujet peut, tout de même, tenter de construire une image favorable en ligne. Il a la possibilité, par exemple, de mettre en avant ses projets, souligner ses passions et ses qualités.

- Utiliser son **prénom** sans pour autant divulguer son nom de famille. Il s'agit d'une façon de se dévoiler tout en préservant sa vie professionnelle et privée.

- Utiliser un **pseudonyme** n'ayant aucun rapport avec son identité réelle.

Que le sujet privilégie une identité similaire à son identité réelle ou un pseudonyme, celui-ci retrouvera généralement sur son blog, son adresse mail, et sur divers réseaux sociaux. Il ne s'agit pas d'un choix anodin puisque cette appellation sera la base de son identité en ligne. Le pseudonyme, à lui seul, véhicule une image de la personne et certaines valeurs. Une personne ne sera pas représentée de la même façon si elle choisit comme pseudonyme sur la toile « Anne-Solange Tardy », « Anne-So », « Cachemireetsoie » ou encore « bellegossedu75 ».
Il est également possible pour une même personne de se créer autant d'identités numériques avec plusieurs pseudonymes qu'elle a de représentations différentes d'elle en ligne. Chaque pseudonyme représente un point de vue bien distinct de la personne avec des finalités différentes : professionnelles, amoureuses, ludiques, amicales…

S'il est enfin possible de changer de pseudonyme en conservant la même identité numérique, cela reste une transition délicate lorsqu'un individu a fondé toute sa réputation en ligne à partir de ce pseudonyme. Prenons pour exemple le cas d'Elodie Gerberon. Celle-ci a utilisé de 2006 en 2009 le pseudonyme « la méchante » sur son blog et également sur divers réseaux sociaux comme Facebook ou Twitter. Ce pseudonyme a servi lors de plusieurs parutions papier où elle apparaissait. En 2009, elle décide de changer de pseudonyme et de se faire appeler Eléonore Bridge. Elle rédige d'ailleurs un

article[24] dans lequel, elle explique cette « crise identitaire » et avoue, après quatre ans, ne « *plus support[er] ce pseudo une seconde de plus* » et avoir conscience « *qu'on va encore [l']appeler comme ça pendant longtemps et que le mal est déjà fait* ». Elle poursuit en se justifiant dans les commentaires de l'article :

> « Si j'avais su comment mon blog allait évoluer, j'aurais sûrement réfléchi à deux fois avant de choisir la méchante. Mais à l'époque, c'était juste pour le fun, maintenant mon blog je l'aime vraiment, et je n'ai plus envie d'un pseudo qui ne me correspond pas. ».

En 2012, trois ans après, le pseudonyme « la méchante » n'a pas vraiment disparu. C'est d'ailleurs encore le blog de Elodie Gerberon qui apparaît dans les premiers résultats de recherche lorsqu'on tape « la méchante ».
Le choix d'un pseudonyme n'est donc pas un choix à prendre à la légère, et s'il peut être modifié, cela demeure un changement délicat.

d. Lectorat et espace de discussion

Le lectorat et l'espace de discussion - commentaires - font également partie intégrante des blogs. C'est aussi à travers ce nouvel espace d'interaction que l'identité du blogueur va se dessiner et évoluer. Les échanges avec les lecteurs modifient l'identité numérique de l'auteur et la font évoluer. C'est le seul espace du blog que l'auteur ne contrôle pas entièrement. S'il peut bien sûr modérer les commentaires *a priori* ou *a posteriori*, il ne peut décider des commentaires qui vont être déposés sur celui-ci.
Le plaisir de tenir un blog peut être plus dans les échanges que dans le contenu même. C'est à travers les discussions avec son lectorat que le blogueur va se dévoiler et se sentir reconnu par sa communauté. L'espace de commentaires est un signe sur la gestion et le contrôle du blog par son auteur.

[24] GERBERON, Elodie. *Crise identitaire*. Lien : http://www.leblogdelamechante.fr/blog-mode/crise-identitaire/ (consulté le 10 février 2012).

Pour une majorité des blogs intimes, les premiers lecteurs sont souvent des anonymes sans visage. Ces derniers ne pourront conserver ce statut longtemps : que cela soit à partir des échanges dans l'espace de commentaires, par messages privés ou encore lors de rencontres réelles, la relation entre l'auteur du blog et ses lecteurs évolue nécessairement de l'inconnu vers le connu. Peu à peu, l'auteur se dévoile et donne des indices sur son identité réelle.

Dans le cadre d'un blog, il n'est pas non plus rare que des connaissances réelles de l'auteur le découvrent aussi. Si l'auteur décide de transmettre à un cercle très restreint l'adresse de celui-ci, il est fort probable que ce cercle s'élargisse rapidement. L'auteur se retrouve alors peu à peu dans un espace mixte où la frontière entre le virtuel et le réel n'existe plus. Il ne se sent plus alors protégé par la dimension virtuelle, intime et anonyme de son espace en ligne. Il a perdu le contrôle de son lectorat.

De plus, l'auteur doit répondre aux commentaires s'il souhaite développer un dialogue et une complicité avec ses lecteurs. Ceci demande une présence accrue sur son blog, afin de ne pas être oublié. On entre dans une logique dans laquelle si l'auteur veut continuer à recevoir des commentaires, il doit donner de son temps et de sa personne. Le sujet, par exemple, ne peut pas simplement sourire et acquiescer lors de la lecture de ses commentaires mais il doit aussi y répondre. Il doit également se montrer actif et agir en ligne, afin de se montrer présent et visible.

Plus l'auteur s'investira dans son blog, plus il aura des retours, que cela soit des commentaires ou des messages en privé. Afin de conserver cette reconnaissance, l'auteur devra continuer à actualiser son journal numérique et à répondre à ses commentaires.

2. Trajectoire d'apprentissage à travers les blogs : réflexion sur l'identité

Comme tout nouvel outil, le blog demande un certain apprentissage. Nous analyserons dans cette partie la trajectoire d'apprentissage des auteurs de blog avant d'analyser les différentes typologies des blogs à partir de la dimension relationnelle.

a. Réflexion sur l'identité

L'identité numérique, tout comme l'identité réelle, évolue à travers le temps. Lors de la création de son identité numérique, l'individu tâtonne. Il ne sait pas vraiment comment tout cela fonctionne et ne prend pas conscience des enjeux. Il teste la plateforme et s'amuse à se créer une représentation de soi en ligne. Cette représentation sera généralement revue et modifiée, afin d'obtenir progressivement une représentation lui convenant et lui ressemblant. En acquérant une maturité, le blogueur parviendra à transmettre une image juste et proche de la représentation de soi qu'il souhaite transmettre.

Les plateformes demandent généralement une description. L'auteur doit mettre des mots sur la façon dont il se représente et se définit. L'individu se crée un soi en ligne numérique, avec des mots, mais aussi des images et parfois des vidéos.

A l'inverse de l'identité réelle, les archives de l'identité numérique restent présentes et accessibles en ligne. Il suffit à l'auteur de consulter ces archives pour retrouver son identité numérique passée. S'il est normal d'évoluer au fil des mois, il est nouveau de pouvoir consulter et conserver son identité passée. Un blogueur adolescent ne s'exprime pas de la même façon qu'une personne adulte. Il existe, notamment, des outils spécifiques, comme « archives.org », qui sauvegardent des sites personnels et permettent de retrouver des traces des utilisateurs supprimés. Grâce à « archives.org », toute personne peut consulter aisément un site personnel, ainsi que son évolution au fil des années. On voit ainsi apparaître dans l'évolution de tout blog, avec suffisamment d'ancienneté, une évolution de l'identité de l'auteur. La façon de s'exprimer, de parler de sa vie privée, ou encore de prendre des photographies change. En restant visible et en

accès libre sur internet, cette évolution engendre une réflexion de l'auteur sur son identité.

A ce propos, John Grohol s'appuie sur le *Model of Pathological Internet use* et analyse le phénomène des blogs. Ce modèle est utile pour expliquer l'utilisation et les usages des nouvelles technologies. Celui-ci se divise en quatre étapes :

- **La découverte :** lors de cette première phase, l'utilisateur va découvrir le blog. Il va commencer par lire, participer ou se créer un blog. Il est dans la découverte et fait preuve de maladresse.

- **L'enchantement :** la deuxième étape se caractérise par l'émerveillement. Le sujet prend conscience des possibles et des avantages. Le blog apparaît comme une drogue. Il y consacre beaucoup de temps et est guidé par ses émotions.

- **La désillusion** : l'avant dernière étape se définit par une prise de recul, voire un rejet. Le sujet ressent un trop plein et désire se défaire de l'objet. Il prend une certaine distance avec le blog.

- **L'équilibre** : lors de la dernière phase, le sujet est en harmonie avec le blog. Le sujet est parvenu à trouver un juste milieu. Il utilise le blog avec plus de recul et de manière plus rationnelle. Il a conscience de ses risques et de ses avantages.

Ce modèle souligne bien la trajectoire d'apprentissage de l'individu et l'évolution type des usages du blog.

En effet, si dans la vie réelle, un individu ne peut pas se regarder évoluer au fil des jours, sur internet, toute prise de parole est **conservée et ancrée dans le temps**. Ainsi, l'individu peut facilement regarder, voire modifier ou supprimer – si l'outil le lui permet – des traces de son passé dans la mesure où elles ne lui conviennent plus ou s'il ne les

assume plus. Internet lui offre un miroir de son passé numérique. Fanny Georges[25] définit ses archives comme une interprétation « de la continuité d'une évolution de l'individu en quête incessante de soi ». Les archives de soi modifient la prise de parole en ligne. Dès que le sujet a pris conscience de cette sauvegarde automatique, la parole de soi devient moins insouciante et spontanée. En effet, un individu ne s'exprime pas de la même façon devant un groupe d'amis où les paroles seront vite oubliées que lorsqu'il sait que ses propos pourront être lus par des inconnus des années durant. La possibilité de consulter l'historique des identités numériques modifie le rapport de soi en ligne. Le sujet rencontre en ligne plusieurs images d'un soi qui ne lui correspondent plus et dont il ne désire pas forcement conserver des traces pérennes. L'évolution de l'identité est, pour la première fois, numérisée et consultable. Ces traces sont consultables facilement via un simple moteur de recherche. Toute prise de parole devient peu à peu calculée et moins authentique. La crainte que ces propos soient lus et mal interprétés quelques années plus tard est bel et bien présente. Notons qu'il n'existe pas de droit à l'oubli numérique et qu'il est très difficile de faire disparaître des données gênantes en ligne. L'utilisateur ne contrôle pas ces données dès lors qu'elles sont déposées. S'il existe des sociétés spécialisées, le service qu'elles proposent reste coûteux et il s'agit, bien souvent, plus d'un masquage que d'une suppression effective des données compromettantes. L'idéal est alors de maîtriser en amont son identité en ligne et d'évaluer tout ce que l'on peut saisir en ligne en ayant conscience des répercussions possibles.

b. Typologie des blogs

La dimension relationnelle entre les blogueurs et leurs lecteurs est centrale dans l'évolution du blog. En 2006, Dominique Cardon et Hélène Delaunay-Teterel ont réalisé

[25] GEORGES, Fanny. *Identités virtuelles. Les profils des utilisateurs du web 2.0.* Paris : Questions Théoriques, 2010. 216 p. (L>P).

une typologie de la blogosphère en se basant sur cette dimension relationnelle. Cette étude met l'accent sur l'influence entre le récit de soi en ligne et sa forme d'énonciation dans l'interaction et les échanges avec le public. L'analyse se base sur les billets et les commentaires. En définissant les blogs comme « *un outil de communication permettant des modalités variées et originales de mises en contact* », les chercheurs ont distingué quatre typologies de blogs. Ces dernières permettent de souligner les degrés d'influence de la représentation numérique sur sa propre identité :

	I	II	III	IV
Enonciation/ Enoncé				
Personne/ Contenu	Énonce incorporé dans l'énonciation	Énonce encastre dans les activités de l'énonciateur	Énonce exprimant une facette des qualités de l'énonciateur	Énonce détaché de la personne de l'énonciateur
Enonciation	++	+	-	- -
Enoncé	-	- -	+	++
Identité	Pseudonyme	Surnom	Signature	Identité civile
Mode de communication	**Partage des intériorités**	**Communication continue**	**Affinités électives**	**Échange d'opinions**
Forme relationnelle				
Public du blog	Halo	Clan/Nébuleuse	Communauté	Espace public
Liens externes vers web	Peu	Très peu	Nombreux	Très nombreux
Type de blogs	Journaux intimes	Blogs d'adolescents, blogs de famille, de voyages	Blogs de collectionneurs, de fans, de critiques, etc.	Blogs journalistiques, politiques, citoyens
Forme du réseau	**Etoile**	**Clan**	**Communauté**	**Polarisation**
Taille	Très petit	Petit	Important	Très important
Densité	Très faible	Très forte	Assez forte	Forte avec

1. *Le blog intime: « le partage des intériorités »*

Le premier type de blog est le journal extime. Il constitue une évolution du journal intime. Le blogueur dévoile en ligne son moi authentique. L'auteur est souvent anonyme et livre des anecdotes de sa vie privée. Sur cet espace personnel et protégé par un pseudonyme, l'auteur livre son intimité et « *partage des intériorités* ». Il n'y a pas de distinction entre les contenus énoncés et l'auteur. Le blog est une fenêtre ouverte sur une part intime du sujet. Ainsi, la façon dont l'auteur se met en scène et s'écrit détermine la perception de son lectorat. Le blog intime engendre alors « *un processus de distanciation et d'objectivation de soi* » grâce au regard porté par ses lecteurs. Le sujet se

sent alors reconnu à travers son identité propre, et moins pour son appartenance professionnelle ou familiale.
La façon de se mettre en scène diffère selon l'âge et constitue un « *intensificateur du rapport de soi* ». Le sujet y évoque souvent un moment charnière de sa vie. Lorsque ce moment est révolu, il n'est pas rare que le blogueur ferme le blog pour en ouvrir un autre. Le sujet peut ainsi obtenir des identités multiples à travers lesquelles il se teste.

Cette distance mise en place par Internet, lui permet de développer une « *sociabilité extraterritoriale* » avec son lectorat. Le blogueur tient tout particulièrement à son anonymat. Il cloisonne l'espace numérique et sa vie réelle. Il n'est pas rare, lorsque l'existence du blog est dévoilée, que l'auteur ferme subitement celui-ci. Le sujet désire «*raconter publiquement des choses qui ne sont pas publiques* » et qu'il ne parvient à dire qu'à des anonymes. Ce type de blog obtient peu de lecteurs. Le lectorat représente « *un halo anonyme des internautes* ». Celui-ci s'organise en étoile. Le blogueur se trouve au centre et son lectorat l'entoure. Ces lecteurs ne communiquent pas entre eux. Il n'y a pas l'émergence d'une communauté. Les récits réflexifs sont tournés vers l'auteur. On se situe dans le ressenti.

Lorsque l'espace en ligne se trouve soudainement lu par ses proches, les contraintes de l'écriture se modifient. On évolue d'une écriture de l'intime à une écriture de la familiarité. Ceci est justement le deuxième format de communication proposé par Dominique Cardon et Hélène Delaunay-Teterel.

2. *Le blog familier ou « la conversation continue »*

A l'inverse des blogs intimes, les blogs familiers ou de vie regroupent les proches de l'auteur et des inconnus. L'espace commentaire est le miroir des « *interactions ordinaires* » du quotidien. Ici, le blogueur met en scène ses activités quotidiennes et son environnement. Le jugement que pourrait porter ses proches le limite dans ses confidences et l'empêche de dévoiler son intimité. Le sujet se situe moins dans l'introspection et plus dans le récit. Le sujet jongle alors « *entre le personnel et le public,*

le dicible et l'indicible, l'intime et le quotidien ». Cette problématique de l'exposition est engendrée par la lecture possible de ses proches et non du public anonyme.

L'auteur utilise un surnom, surnom qu'il partage dans la vie réelle plutôt qu'un pseudonyme. Il se produit « une dissolution de la frontière entre réel et virtuel ».

Le blog peut devenir une façon de communiquer avec ses proches, avec toutes les contraintes que cela implique. L'espace commentaire devient un espace de conversation avec ses proches et un moyen de rester en contact.

L'objectif de ce type de blog est de renforcer les liens avec ses proches et sa famille et moins d'élargir son lectorat à un public d'anonymes. On y retrouve des blogs destinés à sa famille ou à un groupe d'amis dans la vie réelle. Il se positionne comme un outil d'information et de communication.

3. *Le blog communautaire vers une professionnalisation*

Le troisième modèle de blog se distingue des blogs intimes et familiers par la mise en avant d'une compétence et d'un intérêt commun de reconnaissance. A l'inverse du blog intime qui dévoile une intimité, dans ce type de blog, le sujet révèle une compétence. Le blogueur cherche ensuite la reconnaissance de pairs dans un domaine choisi. Il n'a pas besoin pour cela d'un « lien d'interconnaissance ». Dans ce type de blog, le lectorat donne son point de vue, émet des jugements et conseille le sujet.

Dans ce cas de figure, on se situe dans une « *intimité instrumentale* » dans le sens où le blogueur recherche une reconnaissance. Le blogueur noue des liens avec un objectif commun. Le blogueur peut ainsi s'impliquer dans le but d'être reconnu comme un professionnel dans un domaine.

Le blog est tourné autour d'une passion commune et les échanges sont autour de cet intérêt. On retrouve dans les commentaires des échanges réguliers entre pairs.

4. Le blog citoyen ou l'échange public des opinions

Le dernier type de blog définit l'auteur comme un citoyen. Le blogueur assume son identité civile. Son blog est perçu comme un espace de parole citoyenne, public et ouvert à tous. A l'inverse des modèles précédents, le blogueur « *rompt avec le modèle électif et affinitaire de la forme communautaire* » et partage son avis sur des thèmes de débat public. Ainsi, il y aborde des sujets de société et propose un débat public en ligne. A travers le blog citoyen, l'individu n'est ni dans un récit introspectif ni dans l'échange avec ses proches. On trouve dans ce modèle des blogs de politique et de société. Il n'est pas rare d'y rencontrer des journalistes et des universitaires commentant l'actualité en leur nom propre. Ces derniers déposent alors des « commentaires subjectifs ». Le blog citoyen inclut également ceux des hommes politiques.
Le contenu est impersonnel et public. A l'image de l'agora, le sujet appelle les lecteurs à exprimer leur point de vue. Les commentaires sont souvent nombreux et argumentés.

A l'inverse des blogs intimes, il y a une différenciation forte entre l'énonciation et l'énoncé. Cette distance permet au sujet d'objectiver son propos et le responsabilise. Il exprime ainsi son opinion sur des questions de société et porte de l'attention aux avis divergents. Le blog devient « *un espace de jugement polyphonique* » ou des « *dialogues étendus* » se mettent en place. Ce type de blog est un espace public où tout le monde exprime son point de vue.

Pour conclure, nous pouvons retenir grâce à cette typologie de la blogosphère qu'un même outil - le blog - engendre des usages bien différents. La forme relationnelle entre le blogueur et son lectorat engendre différents types de blogs. Ces quatre modèles – blog intime entre anonymes, familial avec ses proches, communautaire avec un groupe de pair, ou d'échanges communautaires – nous ont permis d'appréhender la diversité de la blogosphère. Ces modèles évoluent d'une parole intime vers une parole politique et désincarnée. On note sur la blogosphère une évolution des blogs de l'intime vers une parole plus objective et professionnelle dès lors que ces derniers commencent à obtenir un public important. En outre, la perte de l'anonymat engendre un récit moins intime. Lorsque le lectorat devient important, il est de plus en plus difficile de rédiger sur soi et le récit devient souvent une autofiction.

3. Médiation de la représentation de soi via une structure technique

Se créer un profil à l'écran est, avant tout, se constituer un soi numérique à partir d'une structure technique. Cette représentation de soi est l'expression de l'identité réelle de l'individu médiée par une structure technique. Cette dernière devient de plus en plus intuitive, et si le sujet peut rapidement l'oublier, elle n'en demeure pas moins présente. C'est cette structure qui agrège et dispose le contenu. La structure technique met en avant certaines informations et en minimise d'autres. Elle quantifie, par exemple, le nombre de commentaires déposés sur un article ou génère le classement des articles les plus visités ou le nombre d'articles rédigés par mois. Cette structuration de l'information n'a pas de double dans la vie réelle. En effet, un individu ne peut savoir de manière automatique combien de fois il a utilisé sa voiture le dernier mois ou encore le nombre de personnes qu'il a croisées au cours de la semaine. A l'inverse de la vie réelle, la plupart des actions réalisées à l'écran sont mémorisées et utilisées afin de réaliser des moyennes et des statistiques. Un individu n'a pas besoin d'effectuer un calcul pour évaluer combien de personnes aiment sa page Facebook ou pour connaître le nombre de commentaires sur son dernier billet. En paraissant transparent, le système dévoile les valeurs des échanges et des identités numériques. La structure technique met à nu tous les échanges et les classe. L'individu ne peut se soustraire à l'identité calculée qui fait partie intégrante du système.

A partir de cette structure technique, la présentation de soi est à la fois et **augmentée et réduite** : augmentée puisque cette présentation chiffrée et calculée ne possède pas son double dans la vie réelle; réduite car en calculant le nombre d'amis ou de commentaires reçus, la structure ne transmet que des données quantitatives et, d'un certain point de vue, non qualitatives. De plus, chaque représentation de soi sur un support[26] - carte d'identité, profil utilisateur, etc. - est une représentation à la fois réduite et contextuelle. Le sujet souligne alors certains de ses traits de caractère et en

[26] GEORGES, Fanny. *Identités virtuelles. Les profils des utilisateurs du web 2.0.* Paris : Questions Théoriques, 2010. 216 p. (L>P).

oublie volontairement d'autres. Il ne montre que ce qu'il veut bien montrer et ce que la structure permet de mettre en avant. Ces deux exigences réduisent le sujet à une représentation de soi contextualisée. Sur un blog, la structure technique décide des données quantitatives à mettre en avant – identité calculée. Le sujet sélectionne et travaille seulement les données qualitatives : contenu, design du site, mise à jour... Enfin, les données quantitatives sont le reflet des données qualitatives. L'individu peut parvenir à modifier les données quantitatives en modifiant le contenu-même de son blog.

Enfin, à partir de la structure technique, le sujet ajoute des informations au fil des jours pour se créer un soi numérique à son image. Au fil des interactions, il se construit et met en place une représentation de soi numérique comportant beaucoup de détails et de précisions. Cette représentation est notée et quantifiée par la structure. Cette dernière affiche automatiquement, aux yeux de tous, le nombre de visites ou de personnes qui aiment le dernier article. Cette représentation quantifiée engendre **une représentation autocentrée**[27] : l'individu tend à se comparer aux autres personnes et à vouloir être meilleur que celles-ci. Cette comparaison lui permet de se donner une valeur: X a rédigé plus d'articles que moi et a reçu plus de commentaires. L'individu va alors modifier et façonner son identité pour être meilleur que X. La structure technique permet ainsi de quantifier ses performances et de s'évaluer de manière simple. Elle permet également de juger les performances d'autres blogueurs et de leur évolution. Ce sont d'ailleurs ces critères qui sont souvent pris en compte par les agences d'événementiel, lorsqu'elles recrutent des blogueurs pour des événements autours d'une marque ou pour la rédaction d'articles sponsorisés. Il existe d'ailleurs des outils basés sur l'identité calculée qui mesure la réputation sur les réseaux sociaux. Klout chiffre l'influence des individus sur les réseaux sociaux. En s'appuyant sur l'identité calculée, cet outil fait la synthèse de la présence du sujet sur les réseaux sociaux et de ses échanges. Par exemple, plus un individu échange avec une personne qui possède une forte influence, plus son score augmentera. L'outil attribue ainsi un score d'influence : plus celui-ci est élevé, meilleure est son influence. Il est également possible d'observer

[27] GEORGES, Fanny. *Identités virtuelles. Les profils des utilisateurs du web 2.0.* Paris : Questions Théoriques, 2010, p. 46-47. 216 p. (L>P).

les scores Klout des personnes faisant partie de sa communauté et inscrites sur Klout. En somme, si ces données ne sont que des données quantitatives, elles sont bien souvent prises en compte dans le but d'évaluer l'importance et le degré de popularité du blogueur.

4. L'appartenance à un réseau : usage et rites sociaux

Lors de l'ouverture d'un blog, outre le choix du pseudonyme et de l'avatar, se pose la question du choix de l'hébergeur. Opter pour un hébergeur plutôt qu'un autre, c'est faire le choix d'appartenir à une communauté qui possède des valeurs. Le choix de l'hébergeur va également permettre d'adapter les goûts de l'auteur et sa personnalité à la structure technique offerte par celui-ci.
A partir de cette structure, le sujet devra mettre l'accent sur sa personnalité et ses goûts personnels. Afin de s'insérer dans un groupe social, l'enjeu pour le blogueur est de souligner, d'une part, ses points communs avec le groupe et, d'autre part, d'affirmer ses différences.

a. Choix de l'hébergeur et de l'aspect visuel

Le choix de l'hébergeur et la personnalisation du thème du blog représentent une étape centrale lors de la création d'un blog. L'aspect visuel du blog participe à la construction de l'identité numérique et renvoie indirectement une image de son auteur. Celui-ci doit être le reflet de la personnalité et des goûts de son auteur. A travers un blog, l'individu se construit un nouveau chez-soi visuel où le choix des couleurs, de l'iconographie ou encore de la typographie n'est jamais anodin. Un thème de blog avec une dominante de rose ne transmettra pas le même message qu'un blog très dans le vert. Un univers rose renverra par exemple à un univers féminin alors qu'un thème dans

le vert aura tendance à rappeler la nature. De la même façon, le choix d'une écriture manuscrite sur un blog peut connoter un message de style enfantin ou scolaire alors que celui-ci d'une écriture en majuscules suggère souvent, par exemple, un sentiment de colère. La personnalisation du blog révèle une partie de l'identité de l'auteur.

L'hébergement du blog permet, de plus, de s'inscrire, dès le départ, au sein d'une communauté de blogueurs partageant des valeurs. Un blogueur novice optera souvent pour une solution auto-hébergée comme Blogger ou Canalblog. Ces éditeurs de blogs lui permettront de créer, sans compétence en programmation, son espace personnel et de le mettre en ligne en quelques minutes. En effet, il suffit pour le blogueur de s'inscrire sur la plateforme choisie et de se laisser guider. Opter pour une solution auto-hébergée ne lui permettra pas en revanche de personnaliser son thème de manière unique. Le créateur aura souvent le choix entre une série de modèles. Il pourra ensuite modifier certains détails. Ce choix-là ne lui permettra pas de se différencier des autres blogs avec lequel il partagera souvent le même thème de page avec quelques différences limitées.
Un blogueur confirmé optera plutôt pour une solution plus flexible telle que Wordpress qui lui offrira une grande liberté de personnalisation. Cette solution lui permettra aussi d'obtenir un nom de domaine et de donner un rendu plus professionnel de son blog. Après une période initiale avec une solution auto-hébergée, beaucoup de blogueurs optent pour cette solution. Il n'est pas rare qu'un blogueur acquière peu à peu les compétences techniques, afin d'être en mesure d'utiliser une telle solution qui lui permettra une mise en page originale. Certains décident de faire appel à un professionnel, afin d'obtenir un blog doté d'une apparence visuelle à leur image. La création du blog devient alors plus longue, complexe et payante.

b. Réseaux sociaux

Cette représentation de soi en ligne se prolonge souvent sur des réseaux sociaux. Ces derniers permettent au blogueur à la fois de s'intégrer dans une communauté – par exemple avec Twitter ou Pinterest – et également de la fédérer et d'échanger au-delà du blog. Le blogueur peut aussi se saisir des réseaux pour partager des nouveaux billets et accroitre sa communauté. Il existe de nombreux réseaux sociaux généralistes comme Twitter, Facebook, mais aussi des réseaux sociaux plus spécialisés tels que Hellocoton et BlogLovin. Hellocoton se définit, par exemple, comme un réseau social qui regroupe « la fine fleur des blogs féminins ». Celui-ci a pour objectif de mettre chaque jour en avant les meilleurs articles de la blogosphère féminine. Pour des blogueuses, s'inscrire sur cette plateforme, est la garantie d'une meilleure visibilité de leur blog, mais également de rencontres avec d'autres blogueuses partageant les mêmes intérêts. En créant une certaine proximité, le site offre la possibilité aux utilisatrices de se dévoiler et de partager leur quotidien.

Les réseaux sociaux permettent à l'auteur d'échanger souvent au-delà de la thématique de son propre blog et plus spontanément. Le principe de Twitter, consiste, par exemple, à partager son quotidien en 140 caractères maximum. L'auteur gazouille – Twitter signifie gazouiller en anglais - et se raconte de manière brève. Beaucoup de blogueurs en profitent pour partager leurs derniers articles, mais aussi pour raconter des anecdotes sur leur quotidien et poster des photographies de celui-ci. Ce réseau social permet de transmettre des informations sur l'auteur de manière moins travaillée et plus spontanée qu'à travers un blog. Sa communauté peut ainsi avoir l'impression de partager le quotidien de l'auteur. Twitter permet également aux blogueurs de s'ancrer dans la communauté et d'être tenus au courant des actualités de la blogosphère au fil des jours. Il est simple de commencer une conversation et d'échanger avec des inconnus aux yeux de tous. Ainsi, ce réseau social ancre la représentation de soi en ligne dans la vie réelle et dans le quotidien du blogueur.

On retrouve enfin sur la plupart des blogs une série d'icônes qui redirigent vers les différents réseaux sociaux. Ces usages et rites sociaux font entrer l'auteur dans une communauté de blogueurs.

Les réseaux sociaux permettent aussi de donner une certaine crédibilité au blog à travers l'importance de sa communauté, notamment à partir des outils statistiques. Les réseaux sociaux mettent en effet facilement en avant le nombre d'abonnés, mais également la qualité du contenu grâce au nombre de fois que celui-ci a été partagé ou encore la régularité des publications.

c. Attente du public et fréquence de publication vers une démarche de fidélisation

La publication sur un blog demande une rigueur dans son actualisation, afin de fidéliser son lectorat. Comme nous l'avons vu précédemment, en vue d'affirmer sa présence en ligne, le sujet doit impérativement se manifester et se montrer disponible. La fréquence d'actualisation est un critère majeur pour évaluer le degré d'implication de l'auteur. Celui-ci met en place de façon naturelle une cadence de publication lors de la création de son blog. L'actualisation peut aussi bien être réalisée une fois par jour, comme une fois par semaine ou par mois. Une fois le rythme défini, les lecteurs le suivront pour revenir sur le blog et lire les nouveaux articles. Dès le départ, la fréquence de publication constitue un pacte implicite entre l'auteur du blog et sa communauté. Si l'auteur oublie régulièrement de mettre à jour son espace numérique, les visiteurs se sentiront trahis et finiront par ne plus revenir. De la même façon, il est d'usage que l'auteur d'un billet réponde et remercie ses lecteurs pour les commentaires qu'ils déposent. S'il ne le fait pas, les lecteurs auront l'impression désagréable de ne pas être pris en considération par celui-ci. Le blog est le reflet d'une société de la disponibilité où l'auteur doit se montrer réactif et disponible en permanence, afin de souligner son engagement et sa présence en ligne.

En plus de la mise à jour régulière, le contenu du blog doit être **qualitatif**. Les lecteurs ne reviendront sur l'espace personnel que dans la mesure où le contenu les interpelle et se différencie des autres blogs. Que l'auteur décide de faire rire, de se confier, d'inspirer ou d'étonner ses lecteurs, celui-ci doit mettre en avant une partie de sa personnalité. Les lecteurs reviendront tant à la fois pour le caractère et la

personnalité de l'auteur que pour l'originalité du contenu et sa réactivité. En cela, même si l'auteur décide de rester anonyme, il devra parvenir à mettre en avant une facette de sa personnalité et à se différencier. C'est autour de lui et de ses goûts qu'une communauté va naître. Il est essentiel que l'auteur parvienne à créer une complicité et une proximité avec sa communauté. Les échanges s'appuient sur **une logique de partage** : plus l'auteur s'impliquera et plus les retours seront nombreux.

Afin de fédérer sa communauté, l'auteur peut également mettre en avant plusieurs sujets qui favorisent une convergence de ses lecteurs. En rédigeant plusieurs articles sur les mêmes thèmes et en incitant les lecteurs à donner leur avis dans l'espace-commentaire, ces derniers se sentent impliqués et importants pour l'auteur. Ils sont également dans l'attente de la suite de l'histoire. Le dialogue constant entre l'auteur et sa communauté est au centre des blogs. Un blog ne vit réellement que par la convergence d'un dialogue entre l'auteur et ses lecteurs. En demandant des conseils à son lectorat, le blogueur donne ainsi un rôle actif et central à ses lecteurs. C'est en partie grâce à leur aide et leurs recommandations que le blog évoluera.

Afin d'accroitre et fédérer sa communauté, le blogueur peut aussi mettre en place des concours pour lesquels il fera gagner des lots, ceci dans le but de fidéliser son lectorat. Beaucoup de concours demandent aux participants, en plus de laisser un commentaire sur le blog, d'aimer, par exemple, la page Facebook du blog et de partager sur leur propre mur le concours. Ceci permet d'agrandir, plus ou moins artificiellement, la communauté en peu de temps. Avoir un nombre important de fans et de commentaires donne une certaine importance et crédibilité à son auteur. Ce dernier se sent ainsi aimé et reconnu. Ces chiffres font partie de **l'identité calculée** à travers laquelle l'auteur se représente et se compare aux autres. L'auteur va alors comparer les chiffres que laissent apparaître le système avec d'autres blogueurs : si X a plus de commentaires et un plus grand nombre de fans, c'est que je suis moins aimé que X. L'auteur va alors rentrer dans une logique de fidélisation pour être aussi reconnu que son condisciple. Plus l'auteur aura de fans, plus il en voudra. Le blogueur applique une stratégie de communication, contrôlant son image, afin d'augmenter son influence potentielle. La parole authentique et personnelle du « je » se transforme peu à peu en une parole plus contrôlée et instrumentalisée. Celle-ci est moins le reflet de son moi intime que celui-ci d'un individu idéalisé.

Le blogueur peut également mettre en place une newsletter, que cela soit pour informer ses lecteurs des nouveaux articles publiés ou pour dévoiler des contenus exclusifs par un autre canal que le blog. L'objectif est toujours de donner à ses lecteurs du contenu, avec une forte valeur ajoutée, afin que ces derniers s'y attachent et reviennent sur le blog régulièrement.

En ligne, une **logique de don et de contre-don**[28] se met rapidement en place. L'échange repose, en grande partie, sur ce que chacun va donner et recevoir. En contrepartie des articles publiés, les lecteurs récompensent et encouragent son auteur par des commentaires. L'implication de l'auteur est proportionnelle aux retours reçus. A la lecture des messages déposés, le blogueur se sent efficace, entouré et utile. Il se positionne au cœur de tous les échanges. Ces messages sont agréables pour l'auteur puisqu'ils soulignent sa popularité. Il est au centre du dispositif. Fanny Georges définit ces messages comme des « caresses de l'égo » dont, peu à peu, le blogueur ne peut plus se passer. Ils deviennent ainsi une drogue à travers laquelle l'auteur se sent exister. Cette reconnaissance publique encourage alors l'auteur à s'engager pleinement sur son espace numérique et à donner de sa personne. En effet, plus le sujet consacrera du temps à rédiger des articles ou à échanger avec sa communauté, plus il sera reconnu par celle-ci. Le blogueur se trouve ainsi dans un cercle vertueux où plus il s'engagera dans l'aventure numérique, plus grande sera sa reconnaissance.

[28] CASILLI, Antonio. *Les liaisons numériques.* Paris : Seuil, 2010, p. 40-47. 331 p. (La couleur des idées).

IV. ETUDE DE CAS : LE BLOG CACHEMIREETSOIE.FR

L'objectif ici est de mettre en perspective les différentes évolutions et usages des blogs intimes, notamment à travers une démarche de professionnalisation. Pour atteindre notre objectif, nous avons réalisé une étude de cas à partir du blog d'Anne-Solange Tardy, auteur du blog cachemireetsoie.fr. Cette étude s'organise autour de l'évolution globale du blog. Pour cela, nous avons pris soin d'établir plusieurs critères en amont – qualité d'expression, nombre de mises à jour, dimension technique, monétisation du blog, etc – et d'analyser leur évolution du début du blog en 2006 à aujourd'hui. Il s'agit donc de valider ou non l'hypothèse de la professionnalisation du blog intime.

Ce choix a été motivé tout d'abord par l'importance de ce blog dans la blogosphère féminine. Ce blog apparaît comme modèle « de réussite » pour beaucoup d'autres blogs : lectorat important – plusieurs milliers de visites quotidiennes – travail méticuleux tant sur les textes que sur les photographies, perspectives professionnelles, tremplin vers l'écriture de plusieurs livres, édition papier du blog, partenariats valorisants avec des marques, etc. Le blog d'Anne-Solange Tardy semble avoir atteint un « statut particulier » et apparaît comme un « modèle de l'écriture[29] » dans la blogosphère. Son blog est, en effet, une référence dans la blogosphère féminine française. Ainsi, nous pouvons considérer Anne-Solange Tardy comme une blogueuse influente.

En s'appuyant sur des morceaux choisis, cette analyse va tenter de vérifier notre hypothèse de départ qui suppose une professionnalisation des blogs sur la durée. En effet, si la parole du blogueur paraît à première vue neutre, intime et sans but lucratif, celle-ci semble souvent s'avérer moins authentique, davantage publique qu'elle n'y paraît et mue par certaines attentes.

[29] PALDACCI, Mathieu. Le blogueur à l'épreuve de son blog. *Réseaux,* 2006, n°138, p. 73-107.

En parallèle de cette étude de cas, nous avons mis en place un questionnaire à l'usage des blogueurs pour lequel nous avons obtenu environ 210 réponses. Ce questionnaire exploratoire nous a permis de récolter des données quantitatives (ancienneté du blog, temps de rédaction d'un billet, etc.) et qualitatives (choix de l'anonymat, évolution du blog, etc.). Les données recueillies nous ont permis à la fois de nous interroger sur l'hypothèse de la professionnalisation des blogs et d'ouvrir des perspectives quant aux évolutions et aux usages des blogs.

1. *Démarche empirique et méthodologique*

Pour cette étude de cas, nous avons choisi d'analyser le blog de Anne-Solange Tardy, www.cachemireetsoie.fr. Celui-ci s'inscrit dans la tradition des blogs intimistes féminins. Cette étude s'est appuyée sur divers supports :

- les **billets** - contenu rédactionnel et visuel - conservés et archivés sur le blog,
- les **commentaires** que ce soit sur le blog de l'auteur ou sur d'autres blogs,
- les **outils d'archives** permettant de visualiser le blog - aspect visuel et éditorial - dans le passé tel que archives.org,
- les **outils multimédia** propres au blog – présence d'un moteur de recherche, d'une « blogroll », d'un module pour déposer des commentaires,
- les **pages** du blog définissant celui-ci – présence d'une FAQ, d'un A propos, etc.
- les **indicateurs statistiques** – nombre de personnes abonnées, de commentaires, de visites, fréquence de mise-à-jour… -,
- les **implications médiatiques** et **professionnelles** - articles de presse, édition papier du blog...-.

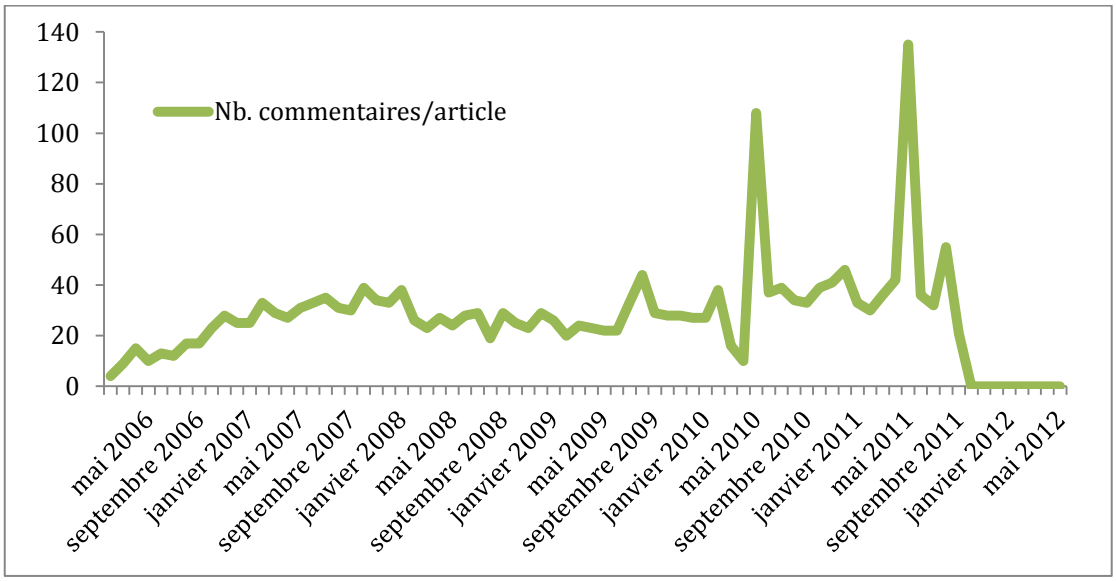
Nous nous intéresserons à la façon dont la blogueuse fait usage et s'approprie cet espace d'expression afin de se mettre en scène. Trois critères essentiels sont ressortis de l'étude de cas : l'évolution ancrée sur la durée, le contenu du blog et l'aspect visuel.

a. Une évolution ancrée sur la durée

Tout d'abord, l'étude de cas s'inscrit dans **la durée**. Le blog d'Anne-Solange Tardy a été ouvert en février 2006. L'analyse s'établit ainsi sur six années consécutives et a pour objectif de mettre en perspective l'évolution des usages et des enjeux du blog à mesure de l'ancienneté.

A travers son blog, l'auteur de cachemireetsoie.fr est parvenu à engendrer un engagement entre son lectorat et elle-même, engagement qui perdure et évolue depuis six ans. Le processus relationnel blogueur/lectorat semble s'intensifier et évoluer selon l'ancienneté du blog. Il est alors intéressant de mesurer les implications du nombre de lecteurs et de commentaires sur la nature et le contenu des échanges – identité calculée. La dimension relationnelle est centrale dans l'évolution du blog et reste intimement liée à la fréquence éditoriale et à l'audience.

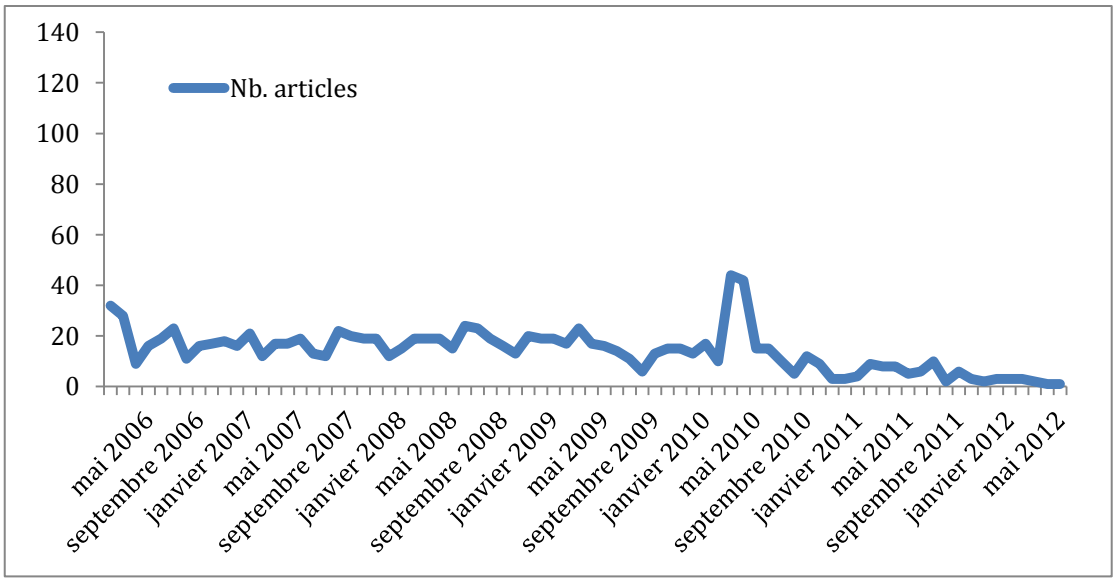
A l'ouverture de son blog, Anne-Solange ne recevait que peu de commentaires. Ce nombre augmente de manière significative au fil des mois. Pour beaucoup de nouveaux blogueurs, les commentaires - et leur nombre - définissent à la fois la valeur et l'importance du blog.



Nombre de commentaires par article

On remarque que le nombre de commentaires s'accroit de manière régulière lors de la première année. On note quatre commentaires par article en moyenne lors du premier mois de la création du blog (février 2006), neuf pour le second (mars 2006), quinze pour le second (avril 2006). En septembre 2006, on obtient une moyenne de vingt trois commentaires. Un an plus tard (septembre 2007), la blogueuse en reçoit en moyenne une trentaine. Le nombre de commentaires se stabilise vers janvier 2008 où la blogueuse reçoit une trentaine de commentaires pour chaque article. Précisons que le nombre de commentaire inclut les réponses de l'auteur du blog. Si lors de l'ouverture du blog, Anne-So répond régulièrement au blog, elle répond plus rarement aux commentaires dès 2008.

Les pics visibles sur le schéma (mai 2010 et mai 2011) correspondent à deux concours organisés par Anne-Solange Tardy. Ce genre d'évènement engendre généralement un nombre exceptionnel de commentaires.
La fermeture de l'espace commentaire se traduit par un nombre nul sur la courbe à partir de novembre 2011.

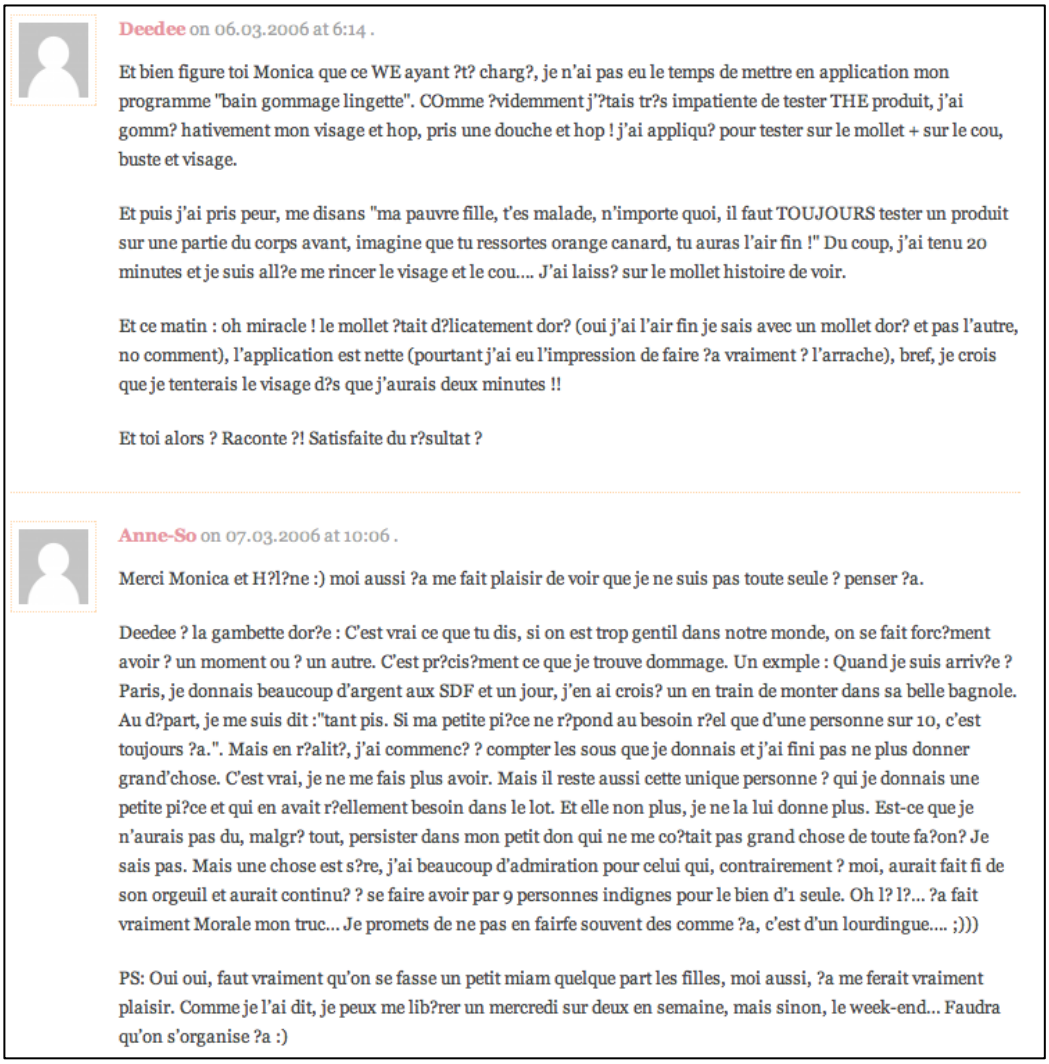


Nombre de commentaires

De manière inversement corrélée à l'évolution du nombre de commentaires par article, on constate une diminution progressive de la fréquence de publication. La blogueuse semble se détacher de celui-ci. On dénombre entre seize et vingt-quatre articles par

mois jusqu'en mai 2009. A partir de juin 2009, on remarque une diminution et l'on compte alors entre six et quinze articles mensuels en moyenne. Notons que le pic du mois d'avril 2010 correspond à une inspiration quotidienne – photographie, image ou citation – que l'auteur a publiée sur son blog durant un mois. Dès juillet 2010, on remarque à nouveau une réduction de la fréquence de publication. On dénote alors moins de dix articles mensuels – avec un maximum de huit et un minimum de un -. A partir d'octobre 2011, on ne compte plus qu'entre deux et trois articles mensuels. On peut remarquer que cette diminution correspond à la fermeture de l'espace commentaire.

On constate également que ce sont les mêmes personnes qui font des commentaires de manière régulière sur le blog. On retrouve le nom de « Deedee », « Nadia » ou encore « Hèlene ». Ces personnes commentent la majorité des articles. Anne-So prend toujours soin d'y répondre. La blogueuse a noué une relation de type « copines » avec ses lectrices. L'espace commentaire se transforme alors en un véritable espace de discussion où la communauté échange des anecdotes sur son quotidien et propose des conseils. Celui-ci prend autant d'importance que les articles.
Notons que tous ces échanges ont la particularité d'être publics : entre le « je » et le « tu », se positionne un « il » inconnu, anonyme et qui peut prendre connaissance à tout moment des conversations. Cet échange triangulaire ne doit pas être oublié lors de l'analyse des échanges. En effet, et même lorsque le public - qui n'interagit pas – paraît oublié, il demeure la clef de voûte de l'échange public. C'est en se positionnant vis-à-vis de cet inconnu que les limites de ce qui peut être dit sur un tel espace se met en place. L'importance de ce troisième lecteur évolue en fonction de la popularité du blog. Ce public inconnu ne détermine pas les mêmes enjeux pour un blog peu lu, anonyme et très peu commenté, que pour un blog plus professionnel et avec une plus forte audience. Derrière ce public, qui ne cesse d'évoluer, différents enjeux se mettent ainsi en place.



Deedee on 06.03.2006 at 6:14 .

Et bien figure toi Monica que ce WE ayant ?t? charg?, je n'ai pas eu le temps de mettre en application mon programme "bain gommage lingette". COmme ?videmment j'?tais tr?s impatiente de tester THE produit, j'ai gomm? hativement mon visage et hop, pris une douche et hop ! j'ai appliqu? pour tester sur le mollet + sur le cou, buste et visage.

Et puis j'ai pris peur, me disans "ma pauvre fille, t'es malade, n'importe quoi, il faut TOUJOURS tester un produit sur une partie du corps avant, imagine que tu ressortes orange canard, tu auras l'air fin !" Du coup, j'ai tenu 20 minutes et je suis all?e me rincer le visage et le cou.... J'ai laiss? sur le mollet histoire de voir.

Et ce matin : oh miracle ! le mollet ?tait d?licatement dor? (oui j'ai l'air fin je sais avec un mollet dor? et pas l'autre, no comment), l'application est nette (pourtant j'ai eu l'impression de faire ?a vraiment ? l'arrache), bref, je crois que je tenterais le visage d?s que j'aurais deux minutes !!

Et toi alors ? Raconte ?! Satisfaite du r?sultat ?

Anne-So on 07.03.2006 at 10:06 .

Merci Monica et H?l?ne :) moi aussi ?a me fait plaisir de voir que je ne suis pas toute seule ? penser ?a.

Deedee ? la gambette dor?e : C'est vrai ce que tu dis, si on est trop gentil dans notre monde, on se fait forc?ment avoir ? un moment ou ? un autre. C'est pr?cis?ment ce que je trouve dommage. Un exmple : Quand je suis arriv?e ? Paris, je donnais beaucoup d'argent aux SDF et un jour, j'en ai crois? un en train de monter dans sa belle bagnole. Au d?part, je me suis dit :"tant pis. Si ma petite pi?ce ne r?pond au besoin r?el que d'une personne sur 10, c'est toujours ?a.". Mais en r?alit?, j'ai commenc? ? compter les sous que je donnais et j'ai fini pas ne plus donner grand'chose. C'est vrai, je ne me fais plus avoir. Mais il reste aussi cette unique personne ? qui je donnais une petite pi?ce et qui en avait r?ellement besoin dans le lot. Et elle non plus, je ne la lui donne plus. Est-ce que je n'aurais pas du, malgr? tout, persister dans mon petit don qui ne me co?tait pas grand chose de toute fa?on? Je sais pas. Mais une chose est s?re, j'ai beaucoup d'admiration pour celui qui, contrairement ? moi, aurait fait fi de son orgeuil et aurait continu? ? se faire avoir par 9 personnes indignes pour le bien d'1 seule. Oh l? l?... ?a fait vraiment Morale mon truc... Je promets de ne pas en fairfe souvent des comme ?a, c'est d'un lourdingue.... ;)))

PS: Oui oui, faut vraiment qu'on se fasse un petit miam quelque part les filles, moi aussi, ?a me ferait vraiment plaisir. Comme je l'ai dit, je peux me lib?rer un mercredi sur deux en semaine, mais sinon, le week-end... Faudra qu'on s'organise ?a :)

Deedee on 10.10.2006 at 2:46 .

Moi, je n'ose pas assez pour avoir un vrai look fashion. J'ai l'impression d'?tre d?guis?e si je colle trop aux standards de la mode. En revanche, j'adore mix? quelques ?l?ments fashion avec le reste de ma garde robe, histoire d'apporter un peu de fantaisie ? l'ensemble :)

Tr?s jolis en tout cas et en effet ces leggings !

Anne-So on 10.10.2006 at 6:25 .

Deedee, je crois que c'est bien ?a : fashion, mais pas victime ;)
Aujourd'hui, je porte mes escarpins l?opards. Maintenant, ? chaque fois que je les porte, je pense ? toi : ce sont d? sormais "les escarpins que la morale Deedeenne r?prouvent" ;D

Lors de l'ouverture du blog, le public restreint permet à l'auteur du blog d'échanger dans un cadre intime et ainsi d'être assez libre tant dans le contenu des articles que dans les échanges. L'espace commentaire est un outil de dialogue et de

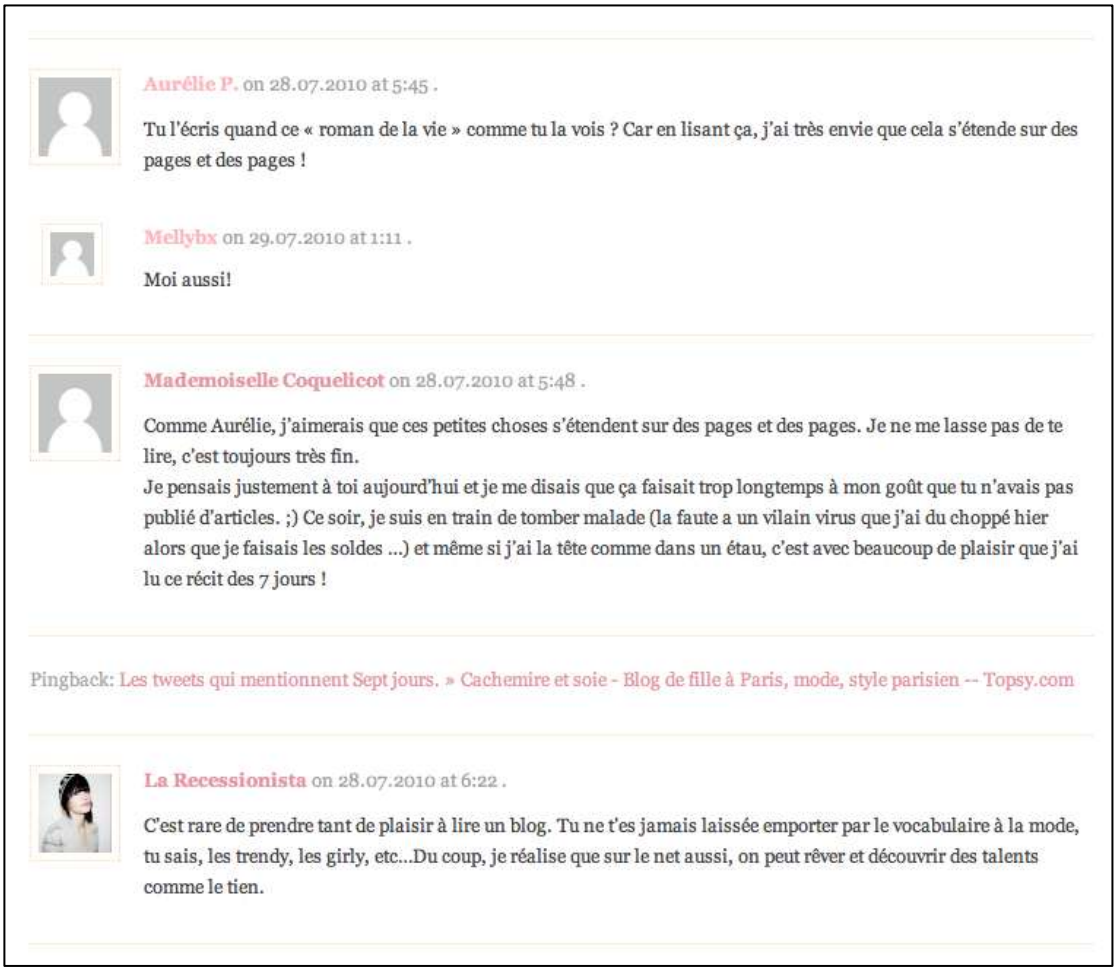
partage avec ses lectrices. Les commentatrices se racontent et s'épanchent sur leur vie privée. Anne-So a mis en place une **relation de confiance** forte entre ses lectrices et elle-même.
Afin d'aller au-delà des échanges numériques, et dès décembre 2006, Anne-Solange propose une rencontre entre ses lectrices et elle-même. L'auteur ouvre d'ailleurs quelques jours après un second blog dédié à ces rencontres[30]. Les rencontres réelles permettent de créer un véritable réseau et de prolonger la discussion dans un cadre privé. Elles font aussi le lien entre l'identité numérique et l'identité réelle.

Lors des premières années, la blogueuse répond également à **des « tags »**. Les tags sont des questionnaires viraux qui s'échangent sur la blogosphère. Un blogueur qui est « tagué » doit alors répondre à des questions souvent sur ses goûts personnels et son quotidien. Pour finir, le blogueur doit « taguer » à son tour d'autres blogueurs. Ces questionnaires permettent de tisser des liens entre blogueurs et de souligner son appartenance à une communauté de blogueurs. Le questionnaire a pour objectif d'aider à mieux connaître les goûts de celui-ci.
Dans la même optique, Anne-Solange met également en place un projet viral sur son blog en décembre où chaque lectrice doit photographier son sapin de Noël. Les deux premières années sont très riches au niveau des rencontres et des échanges avec son lectorat. Le blog évolue et s'enrichit à partir de celui-ci. Cette manière de communiquer permet de fidéliser le public et de créer un lien privilégié en peu de temps. La blogueuse fait entrer ses lectrices dans son quotidien et cherche à mieux les connaître.

Alors que les interactions sont de plus en plus nombreuses, la blogueuse se détache peu à peu du blog et ne répond à partir de 2008 – après deux ans d'ancienneté – que ponctuellement aux commentaires reçus. Ces derniers paraissent alors trop nombreux pour pouvoir tous obtenir une réponse. Ils ne proviennent plus d'un cercle restreint, mais de diverses personnes. Le contenu des commentaires se modifie également. La majorité des commentaires visent alors à **encourager** ou **admirer la blogueuse.** La blogueuse paraît **idéalisée par son lectorat** :

---

[30] Disponible à l'adresse : http://sweets.canalblog.com (consulté le 20 avril 2012).



Aurélie P. on 28.07.2010 at 5:45 .

Tu l'écris quand ce « roman de la vie » comme tu la vois ? Car en lisant ça, j'ai très envie que cela s'étende sur des pages et des pages !

Mellybx on 29.07.2010 at 1:11 .

Moi aussi!

Mademoiselle Coquelicot on 28.07.2010 at 5:48 .

Comme Aurélie, j'aimerais que ces petites choses s'étendent sur des pages et des pages. Je ne me lasse pas de te lire, c'est toujours très fin.
Je pensais justement à toi aujourd'hui et je me disais que ça faisait trop longtemps à mon goût que tu n'avais pas publié d'articles. ;) Ce soir, je suis en train de tomber malade (la faute a un vilain virus que j'ai du choppé hier alors que je faisais les soldes ...) et même si j'ai la tête comme dans un étau, c'est avec beaucoup de plaisir que j'ai lu ce récit des 7 jours !

Pingback: Les tweets qui mentionnent Sept jours. » Cachemire et soie - Blog de fille à Paris, mode, style parisien -- Topsy.com

La Recessionista on 28.07.2010 at 6:22 .

C'est rare de prendre tant de plaisir à lire un blog. Tu ne t'es jamais laissée emporter par le vocabulaire à la mode, tu sais, les trendy, les girly, etc...Du coup, je réalise que sur le net aussi, on peut rêver et découvrir des talents comme le tien.

Les lectrices paraissent s'identifier à la blogueuse et ajoutent leurs anecdotes ou commentaires. En cela, elles se différencient. C'est d'ailleurs par ses similitudes qu'une communauté se crée et par les disparités que chaque individu s'affirme. C'est l'essence même de l'identité collective.

A cela s'ajoutent des marques d'admiration ou d'encouragement *« Si bien écrit, merci j'ai retrouvé les vacances, celles que j'ai eu et celles que j'ai rêvé. J'aime tes contes fillosophiques !* », *« Ca fait rêver. C'est tellement bien dit. Et cette photo… superbe ! ».*

Le lectorat tisse une relation personnelle avec Anne-Solange Tardy même si celle-ci ne peut plus répondre à tout le monde. Une dynamique positive se met en place où le public se projette, admire et s'identifie à la blogueuse.

De la même façon, Anne-So n'organise plus de rencontres réelles. A mesure que le lectorat s'accroit, Anne-Solange Tardy semble aller vers une prise d'indépendance. Elle paraît avoir franchi un seuil de popularité où il n'est plus possible de donner de

l'attention à tous ses lecteurs et d'exposer son intimité comme elle pouvait le faire avec un petit lectorat. En novembre 2011, la blogueuse décide de fermer l'espace commentaire. Le blog s'affranchit alors de cet espace d'échange. Il ne semble plus avoir besoin de celui-ci pour vivre. En fermant cet espace, la blogueuse rompt de manière symbolique le lien intime entre sa production sur le blog et sa propre personne. Cette séparation a pour objectif de permettre à Anne-Solange Tardy de se détacher de son œuvre, de la rendre autonome, comme l'écrit l'auteur sur un article où elle explique son choix :

> « Même si ce n'est que de façon symbolique (…) en coupant ce lien direct qui existe traditionnellement sur un blog entre l'auteur et les lecteurs, il me semble que la distinction entre ce que j'écris (qui est un espace public) et ce que je suis (qui ne l'est pas) sera plus claire »

Cette décision marque également l'évolution d'une passion qualifiée d'amatrice vers une production professionnelle[31]. Le caractère « amateur » se définit, en effet, par « la manière dont l'œuvre fait corps et s'attache par des liens multiples à l'identité de son producteur »[32]. Cette transition est toujours délicate pour les œuvres qui ont émergé grâce à l'autoproduction sur internet et où le public s'est attaché tant à l'œuvre qu'au créateur. En rompant ce lien, Anne-Solange tend à ce que son blog soit un espace personnel où le « je » n'est plus que fictionnel. A ce propos, elle explique d'ailleurs dans l'article cette difficulté à différencier sur cachemiretsoie.fr l'auteur du blog qui se met en scène et sa propre personne[33]:

> « Cela pour expliquer que, même si la plupart du temps je m'exprime ici à la première personne, même si je parle en général d'événements qui me touchent personnellement, je fais une très grande distinction entre l'auteur de ce blog et moi-même. Et je sens bien que ce n'est pas de cette façon que sont reçus les petits textes que j'écris ici. »

---

[31] CARDON, Dominique ; DELAUNAY-TETEREL, Hélène. La production de soi comme technique relationnelle. *Réseaux,* 2006, n°138, p. 15-71.
[32] HENNION, Antoine ; MAISONNEUVE, Sophie ; GOMART, Emilie. *Figures de l'amateur : Formes, objets, pratiques de l'amour de la musique aujourd'hui*. La Documentation Française, 2006. 281 p.
[33] Disponible à l'adresse : http://www.cachemireetsoie.fr/2011/09/14/note-de-lauteur/ (consulté le 20 mars 2012).

En fermant l'espace de discussion, la blogueuse dresse une barrière entre ses lecteurs et elle-même, entre son identité privée et son blog devenu professionnel. Alors que la personnalité de l'auteur et l'échange avec celui-ci font partie intégrante de la réussite de celui-ci, Anne-Solange Tardy fait un choix qui pourrait froisser son public. Elle le reconnaît d'ailleurs : « *j'ai bien conscience qu'il s'agit là d'une initiative plutôt mal perçue, en général, sur les blogs* ». Afin de faire accepter ce choix le plus finement possible, Anne-So ajoute :

> « Et je peux déjà vous dire que les petits mots si doux de certains d'entre vous me manqueront, de même que les pistes de lectures, les bonnes adresses ou les conseils de voyage… J'espère seulement que ces lignes vous auront convaincues qu'il ne s'agit en aucun cas d'une porte qu'on vous claquerait au nez »

Il est difficilement possible d'obtenir un retour sur cette décision de la part du public puisque celui-ci est déjà privé de commenter cet article. On retrouve néanmoins quelques réactions sur le réseau social Hellocoton – il n'est pas possible de fermer les commentaires sur cette plateforme-. Une lectrice commente alors cette décision :

> « Je comprends ta décision, mais celle-ci m'interpelle. Je me demande si dans ce cas-ci, le problème n'est pas plutôt le support ? Je n'ai jamais perçu un blog comme un "faux journal de vie quotidienne", comme "un roman en temps réel". Ou alors il faut que le blog soit tenu par un personnage, qui n'est pas associé à une personne. Dès lors, si on est relativement connu publiquement, il me semble impossible de pouvoir écrire une fiction à la première personne sur un blog en évitant les confusions... » Lowett

Ce commentaire souligne l'association naturelle entre le « je » du blog et le « je » personnel du blogueur. Sans note de l'auteur à ce sujet, cette association apparait comme une sorte de pacte implicite avec le lectorat. C'est d'ailleurs pour cela que la lectrice exprime son incompréhension face à cette prise de recul qui semble aller à l'encontre même du support.

Il paraît délicat pour un blogueur de prendre une distance claire entre son identité réelle et celle affichée sur le blog. Le support du blog implique souvent une association naturelle entre journal en ligne et auteur. Rompre ce lien de manière brutale pourrait engendrer la mort du blog puisque la confusion entre blog et auteur demeure très présente. La distinction entre l'œuvre et son artiste marque souvent l'avènement de la

dimension professionnelle de l'œuvre qui devient alors autonome et se détache de son créateur. Il reste pour autant difficile d'établir une distinction claire avec le blog comme support.

b. La richesse du contenu

Le second critère est la **richesse du contenu éditorial et iconographique**. Depuis l'ouverture du blog, Anne-Solange Tardy met en avant un contenu textuel et iconographique réalisé avec soin. L'évolution du contenu met en perspective le cheminement du récit de soi, éclairé par le regard de l'autre : le lectorat.
Nous mettrons l'accent sur la façon dont l'auteur parvient à s'approprier l'outil afin de mieux s'écrire et se représenter. Nous analyserons comment l'évolution de la maitrise de l'outil se reflète sur la représentation de soi en ligne. Nous tenterons alors d'analyser le rapport entre l'identité et le contenu du blog.

Tout d'abord, le nom du blog ne fait aucune référence à l'identité réelle du blog : cachemireetsoie.fr. Le nom du blog renvoie à des sensations douces et à des matières nobles. On s'attend ainsi naturellement à des articles retranscrivant une atmosphère douce et avec un contenu de qualité à l'image des matières. La bannière qui illustre le nom du blog est par ailleurs très travaillée et soignée. L'écriture manuscrite utilisée met bien l'accent sur la dimension délicate que suggère le titre.
Dès 2008, une baseline apparaît apposée à la bannière : « *une fille ce n'est pas compliqué, c'est subtil* »[34]. Ce slogan demeure identique et présent sur le blog depuis. A partir de celui-ci, le blog s'affirme comme un blog féminin. La bannière, la baseline ainsi que le nom du blog donne un aspect très professionnel au blog. Ces derniers pourraient très bien représenter une marque.

---

[34] Disponible à l'adresse :
http://web.archive.org/web/20081009115241/http://www.cachemireetsoie.fr/
(consulté le 28 juin 2012).

Logo du blog Cachemiretsoie

La blogueuse utilise depuis le départ un surnom proche de la réalité : « Anne-So » pour Anne-Solange Tardy. Ce surnom n'est pas un pseudonyme sans lien avec la vie réelle. Ce pseudonyme la relie au réel puisque celui-ci n'est autre que le diminutif de son prénom réel. Par ailleurs, elle ne cherche pas à cacher son identité véritable. Son nom complet apparait très rapidement. De la même façon, si on ne rencontre aucune photographie de la blogueuse lors des premiers mois, très vite celle-ci commence à ajouter des photographies où on la voit. La blogueuse ne semble jamais avoir tenté de cacher son identité réelle. Ainsi, elle ne conserve naturellement, que durant quelques mois, son anonymat.

On voit apparaître à partir de 2008 des pages statiques visant à mieux définir l'intérêt du blog et à représenter l'auteur comme « FAQ », «Contact », « Qui suis-je ? » ou encore « Presse ». On trouve sur la page « Qui suis-je ? » une présentation de la blogueuse. La description renvoie l'image d'une personne romantique et qui a su conserver une âme d'enfant [35]:

> «Pour le reste, en dehors du travail d'écriture qui m'est vital, je suis droguée d'images et de lecture (ainsi que d'avocats à la levure de bière). J'essaie de ne pas me contenter de ce que la vie tente de me faire avaler. Je crois à beaucoup de choses bizarres dont je n'oserais jamais parler ici. Il me faut douze minutes, le matin, pour me maquiller. Je souffre d'un syndrome à la hanche dont j'ai oublié le nom, qui m'empêche de courir depuis des années (et me fournit une excellente excuse pour ne pas faire de sport). Je suis désordonnée, touche à tout, inconstante et quand je prends une décision ce n'est généralement pas la bonne. Presque chaque nuit, je fais un rêve qui m'enchante. Je suis plutôt douée pour me

[35] Disponible à l'adresse : http://www.cachemireetsoie.fr/a-propos-de-lauteur/ (consulté le 23 mars 2012).

> vernir les ongles et pour faire un poulet rôti (bien que je sois végétarienne) et pas du tout pour faire mes comptes ou remplir une feuille de sécu. »

Cette description suggère l'image d'une personne sensible et attachante. Les traits d'humour glissés donnent l'impression d'une blogueuse accessible et humaine. Par ailleurs, les quelques lignes décrivant son blog soulignent bien cette image :

> « Il est le moyen pour moi d'observer le quotidien avec distance et de me forcer à garder les yeux grands ouverts : la vie comme une pâte à modeler des histoires, voilà ce qui m'intéresse. Il attise la curiosité naturelle que j'ai des choses, me mène là où je n'aurais pas imaginé aller. Il est mon espace de liberté, mon petit coin expérimental et mon terrain de jeu. C'est là ce qui me le rend précieux et c'est sa seule ligne directrice. »

La blogueuse met en avant sa curiosité naturelle et la dimension subjective du blog. Elle se définit comme une personne ouverte qui aime jouer. Elle n'hésite pas à employer le champ lexical de l'enfance « pâte à modeler », « histoire », « petit coin », « terrain de jeux » pour décrire son blog. Ce dernier apparaît ainsi comme un espace en ligne où la blogueuse s'expérimente et joue avec son identité.

On voit ensuite apparaître en 2007 la création de plusieurs catégories [36]: « Miam », « Album photo », « Me bazar » ou encore « Blond web access». Au fil des années, la liste des catégories évolue : certaines disparaissent, d'autres apparaissent, d'autres encore sont renommées. Si lors de l'ouverture du blog, le nom des catégories est assez humoristique « être bêêêêêêlle », « miam », les dénominations évoluent ensuite vers des appellations aux consonances plus littéraires et poétiques comme « recettes et petits délices » ou « si belle en ce miroir » en 2009[37]. Peu à peu, les noms se sont simplifiés et sont devenus plus neutres. Aujourd'hui, on ne trouve plus de « drames capillaires » ou de « mes petits bouquins » mais des catégories comme « déco », « beauté », ou encore « gourmandise ». Si le contenu est resté le même, il se présente différemment. Le ton semble aujourd'hui plus neutre et détaché. On a presque l'impression de lire un roman.

---

[36] Disponible à l'adresse : http://web.archive.org/web/20071027131644/http://www.cachemireetsoie.fr/ (consulté le 28 juin 2012).

[37] Disponible à l'adresse : http://web.archive.org/web/20081103071808/http://www.cachemireetsoie.fr/ (consulté le 28 juin 2012).

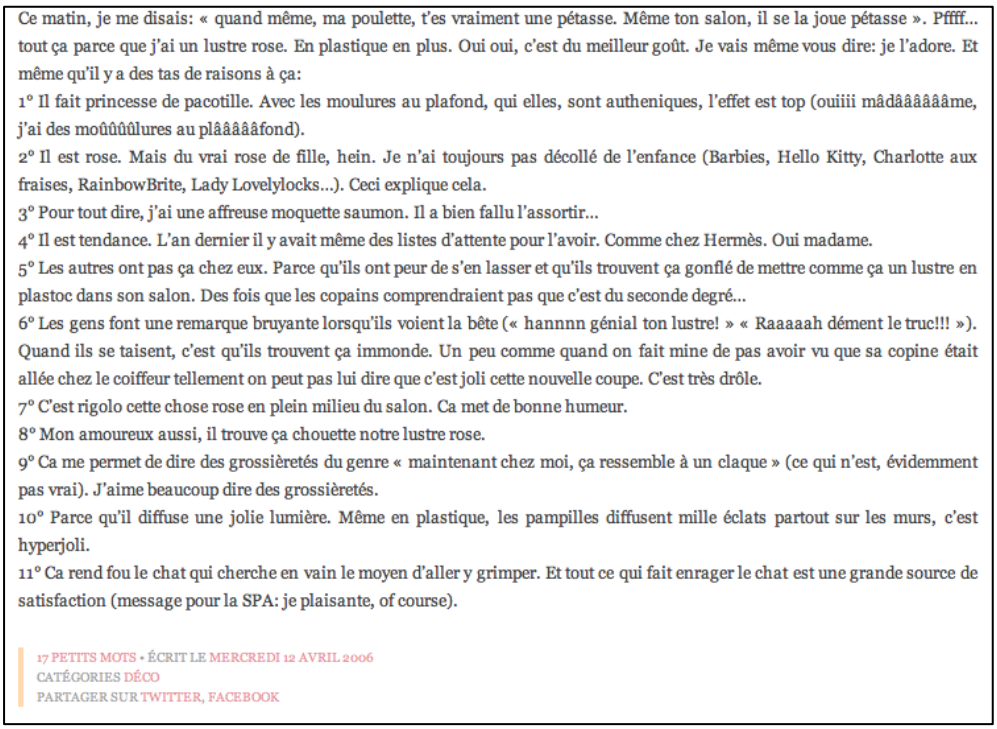
L'année 2008 semble déterminante pour le blog qui parvient à un aspect et un contenu plus professionnel. L'ajout d'une page qui énumère toutes les parutions de presse au sujet du blog est significatif. L'espace intime a muté pour devenir un espace public où les médias s'invitent. La blogueuse mettra consciencieusement à jour l'espace presse[38], d'octobre 2006 à novembre 2008. A partir de cette date, aucune mise à jour des parutions ne sera faite. La blogueuse ne semble plus les considérer comme des informations importantes. L'enthousiasme et la spontanéité du départ laissent peu à peu place à une routine qui fonctionne et qui a fait ses preuves.

Le contenu textuel se modifie au cours des années. Il évolue d'un style d'écriture écriture très simple, enjouée et spontanée vers une écriture plus travaillée, objective et professionnelle. Lors des premières années, la blogueuse n'hésite pas à user de smileys et d'un jargon populaire. Elle joue avec la langue française afin de se l'approprier. En s'amusant avec la langue, l'auteur renvoie une image accessible d'elle-même, celle de quelqu'un qui ne se prend pas au sérieux. Le texte de son blog, de part sa forme, semble relever des éléments privés. La blogueuse révèle très rapidement une idiosyncrasie qui montre la complicité entre ses lectrices et elle. On a ainsi l'impression que les textes sont rédigés à destination de copines. La présence de smiley (« *je dois rire ou pleurer :D* », « *Je livre donc en exclusivité mondiale* », « *:D la recette de base* », « *Merci d'avance ;)* ») , d'un vocabulaire populaire («*J'adore la bouffe et le bon vin* », « *un nouveau gouffre à fric* »), de mots tout en majuscules (« *THE grosse pression./ .Comme vous voyez, TOUS vos conseils seront les bienvenus :) »*) et de lettres qui se répètent, mettent l'accent sur la dimension populaire du blog.

La thématique éditoriale évolue aussi. Les premiers écrits du blog renvoient à un contenu privé et prosaïque. Le point de vue choisi laisse entrevoir une jeune parisienne qui aspire à la perfection et ne l'obtient que rarement. Avec une pointe d'ironie, les textes ne la mettent que rarement dans une posture valorisante. Plusieurs évoquent par exemple des problèmes de poids, d'épilation ou encore de solde. L'auteur semble alors se confier avec humour à des lectrices qui se reconnaissent dans ses failles et la

[38] Disponible à l'adresse : http://www.cachemireetsoie.fr/revue-de-presse/ (consulté le 24 mars 2012).

comprennent. L'image de l'auteur sur le blog se transforme au fil des mois tendant vers une image plus policée et un idéal. L'auteur se met en scène dans des postures qui la valorisent et qui renvoient une image travaillée et aboutie d'elle-même. Vis-à-vis de son lectorat, la blogueuse a ainsi évolué d'un statut d'égal à égal vers une posture supérieure. Elle se positionne ainsi comme un modèle réussite.
En voici deux extraits :



Ce matin, je me disais: « quand même, ma poulette, t'es vraiment une pétasse. Même ton salon, il se la joue pétasse ». Pfffff... tout ça parce que j'ai un lustre rose. En plastique en plus. Oui oui, c'est du meilleur goût. Je vais même vous dire: je l'adore. Et même qu'il y a des tas de raisons à ça:

1° Il fait princesse de pacotille. Avec les moulures au plafond, qui elles, sont autheniques, l'effet est top (ouiiii mâdâââââme, j'ai des moûûûûlures au plâââââfond).

2° Il est rose. Mais du vrai rose de fille, hein. Je n'ai toujours pas décollé de l'enfance (Barbies, Hello Kitty, Charlotte aux fraises, RainbowBrite, Lady Lovelylocks...). Ceci explique cela.

3° Pour tout dire, j'ai une affreuse moquette saumon. Il a bien fallu l'assortir...

4° Il est tendance. L'an dernier il y avait même des listes d'attente pour l'avoir. Comme chez Hermès. Oui madame.

5° Les autres ont pas ça chez eux. Parce qu'ils ont peur de s'en lasser et qu'ils trouvent ça gonflé de mettre comme ça un lustre en plastoc dans son salon. Des fois que les copains comprendraient pas que c'est du seconde degré...

6° Les gens font une remarque bruyante lorsqu'ils voient la bête (« hannnn génial ton lustre! » « Raaaaah dément le truc!!! »). Quand ils se taisent, c'est qu'ils trouvent ça immonde. Un peu comme quand on fait mine de pas avoir vu que sa copine était allée chez le coiffeur tellement on peut pas lui dire que c'est joli cette nouvelle coupe. C'est très drôle.

7° C'est rigolo cette chose rose en plein milieu du salon. Ca met de bonne humeur.

8° Mon amoureux aussi, il trouve ça chouette notre lustre rose.

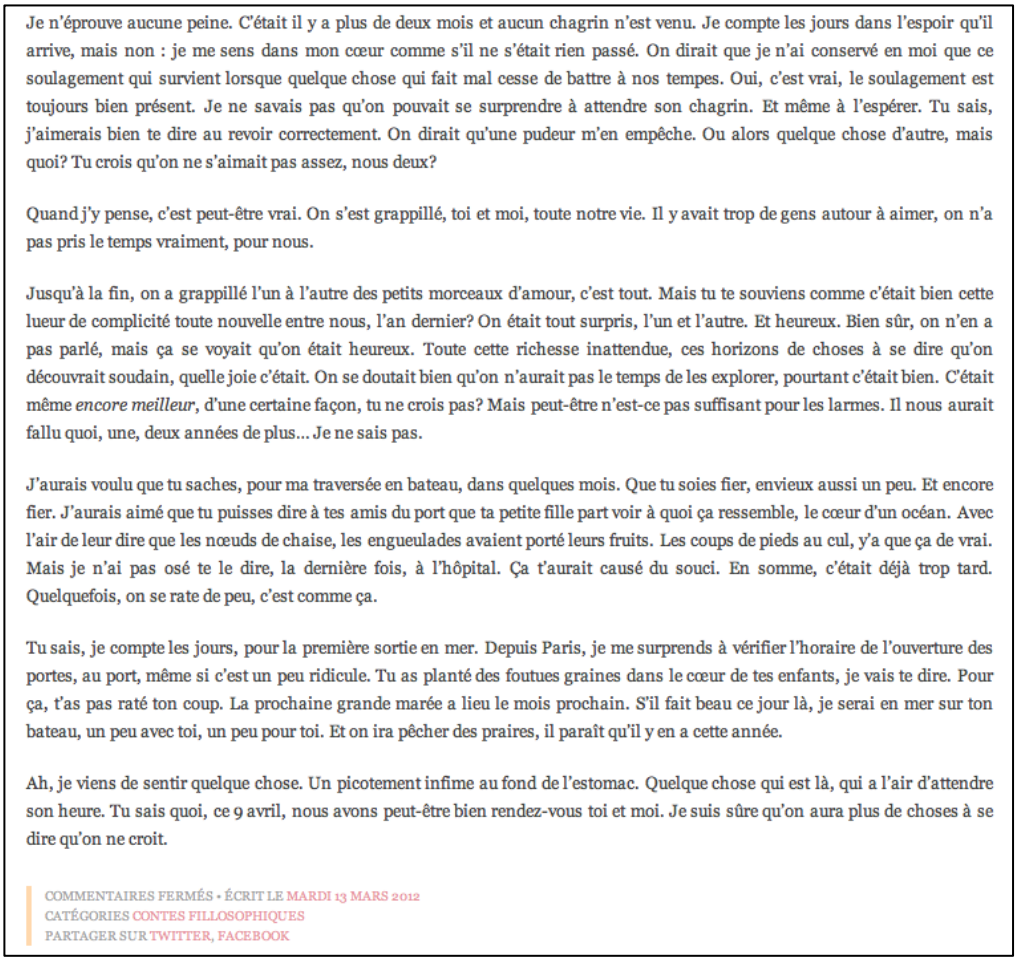
9° Ca me permet de dire des grossièretés du genre « maintenant chez moi, ça ressemble à un claque » (ce qui n'est, évidemment pas vrai). J'aime beaucoup dire des grossièretés.

10° Parce qu'il diffuse une jolie lumière. Même en plastique, les pampilles diffusent mille éclats partout sur les murs, c'est hyperjoli.

11° Ca rend fou le chat qui cherche en vain le moyen d'aller y grimper. Et tout ce qui fait enrager le chat est une grande source de satisfaction (message pour la SPA: je plaisante, of course).

17 PETITS MOTS • ÉCRIT LE MERCREDI 12 AVRIL 2006
CATÉGORIES DÉCO
PARTAGER SUR TWITTER, FACEBOOK

Avril 2006 - Cocooning in a pink light



Je n'éprouve aucune peine. C'était il y a plus de deux mois et aucun chagrin n'est venu. Je compte les jours dans l'espoir qu'il arrive, mais non : je me sens dans mon cœur comme s'il ne s'était rien passé. On dirait que je n'ai conservé en moi que ce soulagement qui survient lorsque quelque chose qui fait mal cesse de battre à nos tempes. Oui, c'est vrai, le soulagement est toujours bien présent. Je ne savais pas qu'on pouvait se surprendre à attendre son chagrin. Et même à l'espérer. Tu sais, j'aimerais bien te dire au revoir correctement. On dirait qu'une pudeur m'en empêche. Ou alors quelque chose d'autre, mais quoi? Tu crois qu'on ne s'aimait pas assez, nous deux?

Quand j'y pense, c'est peut-être vrai. On s'est grappillé, toi et moi, toute notre vie. Il y avait trop de gens autour à aimer, on n'a pas pris le temps vraiment, pour nous.

Jusqu'à la fin, on a grappillé l'un à l'autre des petits morceaux d'amour, c'est tout. Mais tu te souviens comme c'était bien cette lueur de complicité toute nouvelle entre nous, l'an dernier? On était tout surpris, l'un et l'autre. Et heureux. Bien sûr, on n'en a pas parlé, mais ça se voyait qu'on était heureux. Toute cette richesse inattendue, ces horizons de choses à se dire qu'on découvrait soudain, quelle joie c'était. On se doutait bien qu'on n'aurait pas le temps de les explorer, pourtant c'était bien. C'était même *encore meilleur*, d'une certaine façon, tu ne crois pas? Mais peut-être n'est-ce pas suffisant pour les larmes. Il nous aurait fallu quoi, une, deux années de plus... Je ne sais pas.

J'aurais voulu que tu saches, pour ma traversée en bateau, dans quelques mois. Que tu soies fier, envieux aussi un peu. Et encore fier. J'aurais aimé que tu puisses dire à tes amis du port que ta petite fille part voir à quoi ça ressemble, le cœur d'un océan. Avec l'air de leur dire que les nœuds de chaise, les engueulades avaient porté leurs fruits. Les coups de pieds au cul, y'a que ça de vrai. Mais je n'ai pas osé te le dire, la dernière fois, à l'hôpital. Ça t'aurait causé du souci. En somme, c'était déjà trop tard. Quelquefois, on se rate de peu, c'est comme ça.

Tu sais, je compte les jours, pour la première sortie en mer. Depuis Paris, je me surprends à vérifier l'horaire de l'ouverture des portes, au port, même si c'est un peu ridicule. Tu as planté des foutues graines dans le cœur de tes enfants, je vais te dire. Pour ça, t'as pas raté ton coup. La prochaine grande marée a lieu le mois prochain. S'il fait beau ce jour là, je serai en mer sur ton bateau, un peu avec toi, un peu pour toi. Et on ira pêcher des praires, il paraît qu'il y en a cette année.

Ah, je viens de sentir quelque chose. Un picotement infime au fond de l'estomac. Quelque chose qui est là, qui a l'air d'attendre son heure. Tu sais quoi, ce 9 avril, nous avons peut-être bien rendez-vous toi et moi. Je suis sûre qu'on aura plus de choses à se dire qu'on ne croit.

COMMENTAIRES FERMÉS - ÉCRIT LE MARDI 13 MARS 2012
CATÉGORIES CONTES FILLOSOPHIQUES
PARTAGER SUR TWITTER, FACEBOOK

Mars 2012- Un dernier rendez-vous

La qualité des photographies évolue également. Au départ, la blogueuse prend ses photographies avec un simple téléphone portable ou un appareil numérique de basse qualité. Les photographies sont très simples. Dès 2008, la blogueuse rédige des billets réflexifs sur la photographie et son intérêt pour cet art semble augmenter[39]. Elle acquiert très vite un « reflex numérique » et offre à ses lecteurs des photographies plus travaillées et esthétiques. Les images prennent alors une allure professionnelle et romancée. On remarque un véritable travail sur la qualité et l'esthétisme des images.

[39] TARDY, Anne-Solange. *Une histoire de photo et de confiance en soi.* Disponible à l'adresse: http://www.cachemireetsoie.fr/2008/01/23/une-histoire-de-photo-et-de-confiance-en-soi/ (consulté le 20 mars 2012).

Ouverture du blog Aujourd'hui

Enfin plus le blog évolue, plus la blogueuse semble avoir le souci des détails propres au projet professionnel. Son blog devient de plus en plus épuré et dénué de toute faute qui révèlerait un certain amateurisme. Son identité visuelle s'affine : la mise en scène de l'identité du blog – et de la blogueuse – est de plus en plus aboutie.

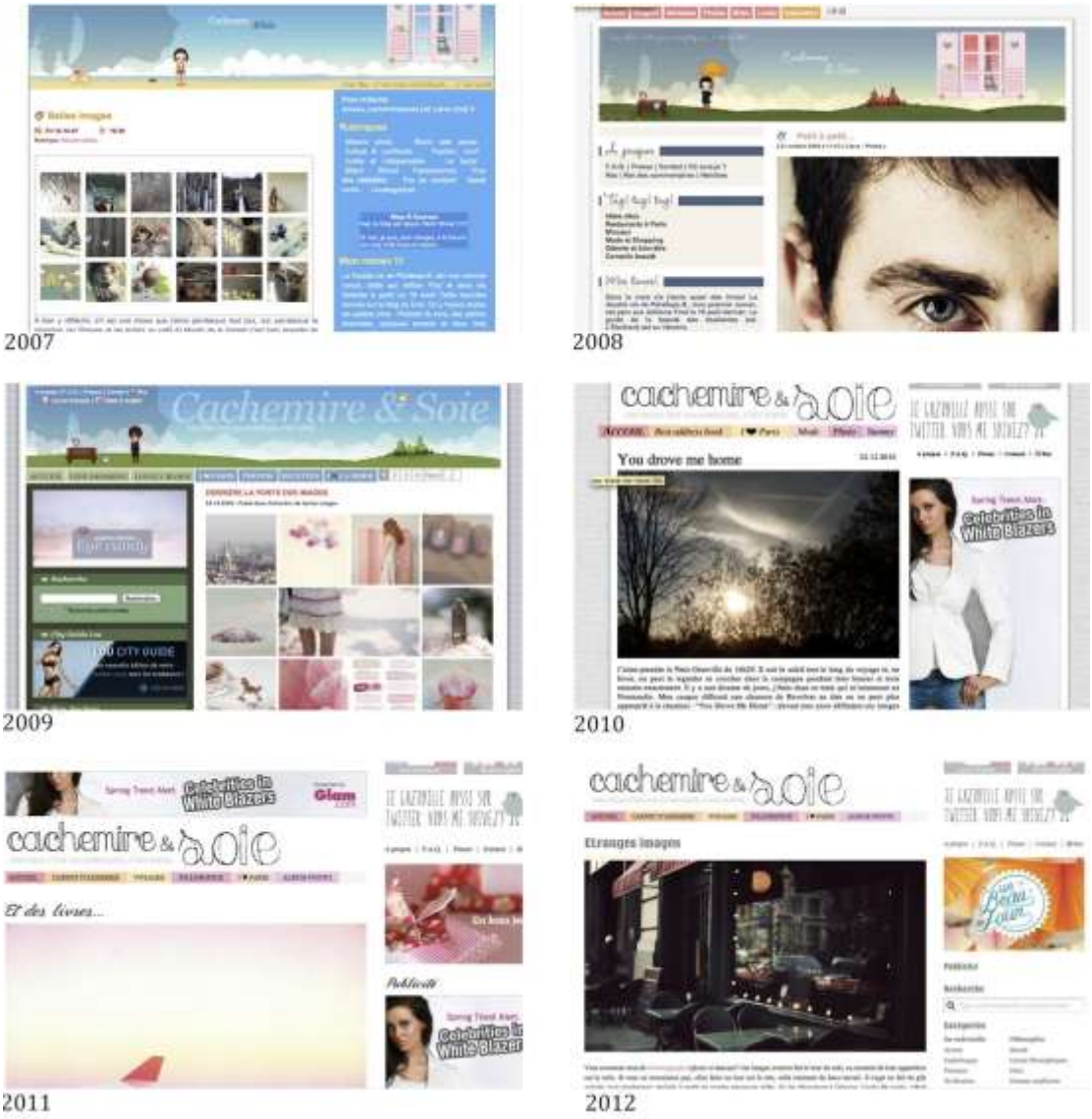
Le blog d'Anne-So est marqué par un cheminement d'un projet amateur et sans prétention vers un projet professionnel. La qualité des photographies et du contenu éditorial s'affine et tend vers un projet plus impersonnel. Comment cette évolution se reflète sur l'apparence visuelle du blog ?

c. Un travail sur l'aspect visuel du blog

Le troisième et dernier critère, qui a motivé le choix du blog de Anne-Solange Tardy, est sa qualité visuelle. En effet, le blog intime est souvent perçu comme un outil pour mettre en avant une facette de soi. La blogueuse n'y échappe pas. En alliant contenu et aspect visuel – design du blog -, elle élabore une identité numérique avec beaucoup de détails. La blogueuse joue ainsi avec l'apparence de son blog, afin qu'il corresponde à une image d'elle-même bien définie.

Nous avons réussi, grâce à *archive.org*, à récupérer l'apparence visuelle du blog depuis 2007[40], année par année. A partir de celle-ci, nous nous apercevons que l'apparence visuelle évolue et se professionnalise au fil du temps, de même que contenu éditorial et iconographique. Tout en conservant une certaine **identité visuelle**, la blogueuse parvient à faire évoluer son image. Depuis l'ouverture de son blog, ce sont, par exemple, les couleurs claires et pastel qui sont privilégiées. L'ensemble est lumineux et à dominante blanche. Cela renvoie une image, à la fois chaleureuse, douce et joyeuse. Les différentes versions du thème conservent ces aspects, ce qui permet au blog d'obtenir une identité visuelle stable et lui étant propre.

[40] Disponible à l'adresse : http://wayback.archive.org/web/*/http://www.cachemireetsoie.fr/ (consulté le 29 juin 2012)



Apparence visuelle du blog année par année[41]

En 2007, le blog possède une apparence basique : on ne remarque qu'une bannière et une colonne latérale personnalisées. Si l'aspect du blog est très simple en 2007 (rappelons que nous n'avons pas réussi à récupérer l'apparence visuelle du blog lors de la première année) celui-ci va être rapidement davantage travaillé, afin d'obtenir une apparence plus professionnelle. En 2009, on remarque l'apparition de publicité

[41] Disponible sur archives.org à l'adresse : http://wayback.archive.org/web/*/http://www.cachemireetsoie.fr/ (consulté le 28 juin).

seulement sur la première page. En 2008, la publicité était déjà présente, mais était moins mise en évidence. La publicité fait aujourd'hui partie intégrante du blog.
En migrant sur Wordpress, dès la première année d'existence du blog, Anne-Solange Tardy peut donner un aspect plus professionnel et personnalisé à son blog. Ce dernier évolue et change d'aspect lors des premières années. La blogueuse semble tâtonner afin de trouver une identité visuelle lui convenant et lui étant propre. Elle s'inscrit dans une démarche d'apprentissage. A partir de 2010, les différentes versions de *cachemireetsoie.fr* restent très proches. Nous remarquons, par exemple, que la bannière demeure identique et semble devenue un logo à part entière qui symbolise son blog.
Le blog est doté d'une charte graphique comportant des couleurs principales très douces et avec des polices en empattement. L'esthétique est travaillée ainsi que la navigation intuitive. L'apparence visuelle s'apparente à un travail professionnel et technique.

2. *Mise en place d'une stratégie de communication*

La tenue d'un blog requiert des compétences éditoriales et communicationnelles. Le blogueur doit attiser la curiosité et échanger avec son lectorat. Entretenir la confiance et l'intérêt du public demande du temps et de la rigueur. Le blogueur doit également faire appel à des compétences en stratégie de communication, afin de ne pas lasser son lectorat et se renouveler. Ceci nous amène à nous interroger sur la façon de communiquer d'Anne-Solange Tardy sur son blog.

Le blog cachemireetsoie.fr a pris très rapidement une importante envergure et a provoqué des **opportunités extérieures**. En aout 2006, Anne-Solange assiste à une conférence à l'attention des blogueurs concernant une marque de beauté[42]. Dès octobre 2006, soit neuf mois seulement après la création de son blog, un magazine féminin –

[42] Disponible à l'adresse : http://www.cachemireetsoie.fr/2006/08/24/moi-aussi-jy-etais/ (consulté le 20 mars 2012).

Biba – consacre un article sur son blog. Elle a également reçu en mai 2006[43] une proposition émanant d'une maison d'édition afin de publier un ouvrage. Celui-ci parait en mai 2007. La croissance du blog a été fulgurante.

En parallèle à toutes ses opportunités extérieures, la blogueuse a réalisé un travail régulier et méthodique sur son blog durant les premières années, afin de le faire évoluer et d'obtenir **une visibilité accrue**. Jusqu'en 2010, Anne-Solange s'est efforcée, par exemple, d'écrire en moyenne quatre articles par semaine. Elle a également beaucoup œuvré sur les aspects visuels et périphériques. Dès 2006, elle a acquis le nom de domaine *cachemiretsoie.fr* et transféré son blog d'un éditeur de blogs vers une solution auto-hébergée (Wordpress), plus professionnelle, en juin 2007[44]. Ces évolutions lui ont permis de maitriser plus finement son blog et d'obtenir un rendu plus abouti en quelques années.

La blogueuse s'est également investie au sein de la blogosphère en organisant des **rencontres entre blogueurs**. Ces dernières font évoluer les relations numériques vers des rencontres réelles et privées. Elle s'est également inscrite sur divers réseaux sociaux où elle partage son quotidien. Elle dialogue sur ces réseaux sociaux avec d'autres blogueurs et son lectorat – Twitter, Facebook, Hellocoton, Instagram. Il est également fréquent qu'elle conseille de nouveaux réseaux sociaux en se positionnant comme *early adopter* sur ces derniers, tout comme avec Netvibes, et plus récemment, avec Cinemagraph. Elle se place alors comme « la bonne copine » qui conseille et guide ses lectrices sur les « bons plans » du moment. Anne-So a également mis en place en mars 2007 avec des amies blogueuses *Le nuage des filles*[45], site regroupant des blogs féminins

[43] Disponible à l'adresse : http://www.cachemireetsoie.fr/2007/07/17/non-pas-enceinte/ (consulté le 23 mars 2012).
[44] Disponible à l'adresse : http://www.cachemireetsoie.fr/2007/06/06/je-suis-sublime-en-fait/ (consulté le 23 mars 2012).
[45] Disponible à l'adresse : http://www.lenuagedesfilles.com/ (consulté le 28 juin 2012).

et organisant des rencontres. Sur son blog, on retrouve, également dès 2007[46], une blogroll dense qui souligne à la fois ses affinités et ses connaissances.
Ces divers engagements lui ont permis de se créer un important réseau amical et professionnel. Nous y retrouvons de nombreux blogs influents et connus de la blogosphère française. Il existe une **relation mutuelle d'influence** entre les blogueurs. La reconnaissance d'un blog par son lectorat, et également par d'autres blogueurs, est essentielle. Ces relations permettent de s'encourager, de s'inspirer et de se construire un réseau. L'importance d'un blog s'illustre par ses relations.

Comme nous venons de le voir, le blog a engendré de nombreuses opportunités dès sa première année. En cela, il a permis à son auteur d'accroître sa visibilité, ses compétences, mais aussi de se créer une réputation positive en ligne. En 2008, la blogueuse parait prendre réellement conscience des **nouveaux enjeux**. En effet, une césure apparaît nettement en 2008 à partir de laquelle la blogueuse semble s'affranchir et se détacher de son blog. Il s'agit peut-être d'un manque de temps, ou d'une prise de conscience vis-à-vis de l'importance qu'a pris le blog. Le ton commence à se modifier dès l'année 2007. L'article du 30 mai 2007[47] évoquant son mariage est le premier à se distinguer par un changement de ton plus poétique et élaboré, voire même, plus distancié. Sur cet article, la blogueuse n'évoque pas son quotidien sur un ton ironique et léger contrairement à ses habitudes. Pour la première fois, Anne-So tend vers une vision idéale et lisse. Elle se raconte comme un personnage de roman. Nous ressentons une **prise de conscience** de l'importance des nouveaux enjeux du blog. Deux mois plus tard, la blogueuse annonce la parution de son premier livre. Cet article est primordial puisqu'il marque une nouvelle césure avec la ligne éditoriale. A partir de celui-ci, le ton sur le blog évolue. Les articles deviennent moins drôles et ne relatent que des aspects positifs et policés de son quotidien. Ces articles semblent aussi plus élaborés et tendent vers un travail éditorial professionnel.

---

[46] Disponible à l'adresse : http://web.archive.org/web/20071012024312/http://www.cachemireetsoie.fr/ (consulté le 28 juin 2012).
[47] Disponible à l'adresse : http://www.cachemireetsoie.fr/2007/05/30/dans-quelques-heures-ca-fera-quatre-ans (consulté le 20 avril 2012).

C'était l'une des premières vraies journées de soleil de l'année 2003. Contre toute attente, la nuit avait été parfaite. Sommeil de plomb et jolis rêves. Plus surprenant: aucun stress au réveil, aucune boule au ventre, aucune crainte.

Ce jour-là, j'ai décidé de tester l'épilation maison à la cire sous les aisselles. J'ai fait n'importe quoi et je me suis un peu cramée. Etrangement, je n'en ai pas fait une montagne. Vers midi, je me suis acheminée chez le coiffeur, en jean et débardeur bleu mité en me disant que c'était incroyable de ne pas sentir encore, à deux heures de l'heure H, à quel point cette journée était exceptionnelle. En sortant, j'ai pensé que ma coiffure était un peu ratée. Bizarrement, je n'ai même pas eu envie de me suicider. Et je me suis rendue chez l'esthéticienne avec une seule idée en tête: « pas trop chargé, le maquillage, pas trop chargé ». Une heure plus tard, le sourire approbateur de mon père me prouvait que j'avais correctement fait passer le message. Le maquillage était OK.

Et puis est venu ce moment attendu depuis l'enfance; celui de passer, enfin, la robe dont j'avais rêvé toute ma vie. Avec ma maman, dans la chambre de mon arrière grand-mère. Ensuite, j'ai descendu les marches. Je suis sortie dans la cour. Dans le plein soleil, ils étaient tous là mais je n'ai vu que lui dans un costume gris, magnifique. Puis j'ai reconnu, un par un, tous ceux que nous aimons. Personne ne manquait à l'appel. Je souhaite à tout le monde de vivre ce miracle.

Nous sommes allés à la mairie. Grand-maman, à qui nous avions menti sur l'horaire afin de s'assurer qu'elle serait à l'heure, à tout de même trouvé le moyen de se faire attendre. Mais ce n'était pas grave, après tout, Grand-maman ne serait pas Grand-maman sans ses mémorables retards. Nous avons été une bonne dizaine à signer le registre. Sur plusieurs photos, nous sommes hilares. Impossible de me rappeler quelle en était la cause, seul persiste le souvenir de ce rire.

Proverbes et citations :
+10000 à découvrir par thèmes. Amour, famille, travail, etc.
www.Proverbe-Citation.com/Proverbes
Annonces Google

En rentrant dans l'église, j'ai trouvé le moyen de crier sur maman parce qu'elle voulait à tout prix remettre en place mon voile et que moi, je croyais que c'était trop tard et que je devais avancer. Je me suis détestée d'avoir fait ça. Papa, lui, a bien rigolé dans sa barbe. Sur l'unique photo où l'on nous voit remonter la nef, ça se voit qu'il se retient de rire. Quelques minutes plus tard, nous nous disions Oui, avec mon amoureux. Et la journée à filé comme un rêve. Cent fois trop courte, cent fois plus belle que tout ce que j'aurais pu imaginer, le bonheur en pleine poire. Le bonheur tellement grand que, sur le coup, on n'en prend pas toute la mesure.

Aujourd'hui, cela fait quatre ans que je me suis mariée. Entre temps, je suis devenue une sale petite snob qui se plait à expliquer, avec son air de parisienne détentrice des arcanes du bon goût, que bien sûr: rien de plus ringard qu'un mariage, rien de plus ennuyeux, de plus convenu, de plus inutile.... Eh bien, sachez-le, si vous m'entendez dire un truc pareil: je vous mens! Cette journée-là a été l'une des plus belles de ma vie, si ce n'est la plus belle. Et de loin le plus beau cadeau que l'on m'ait jamais fait.

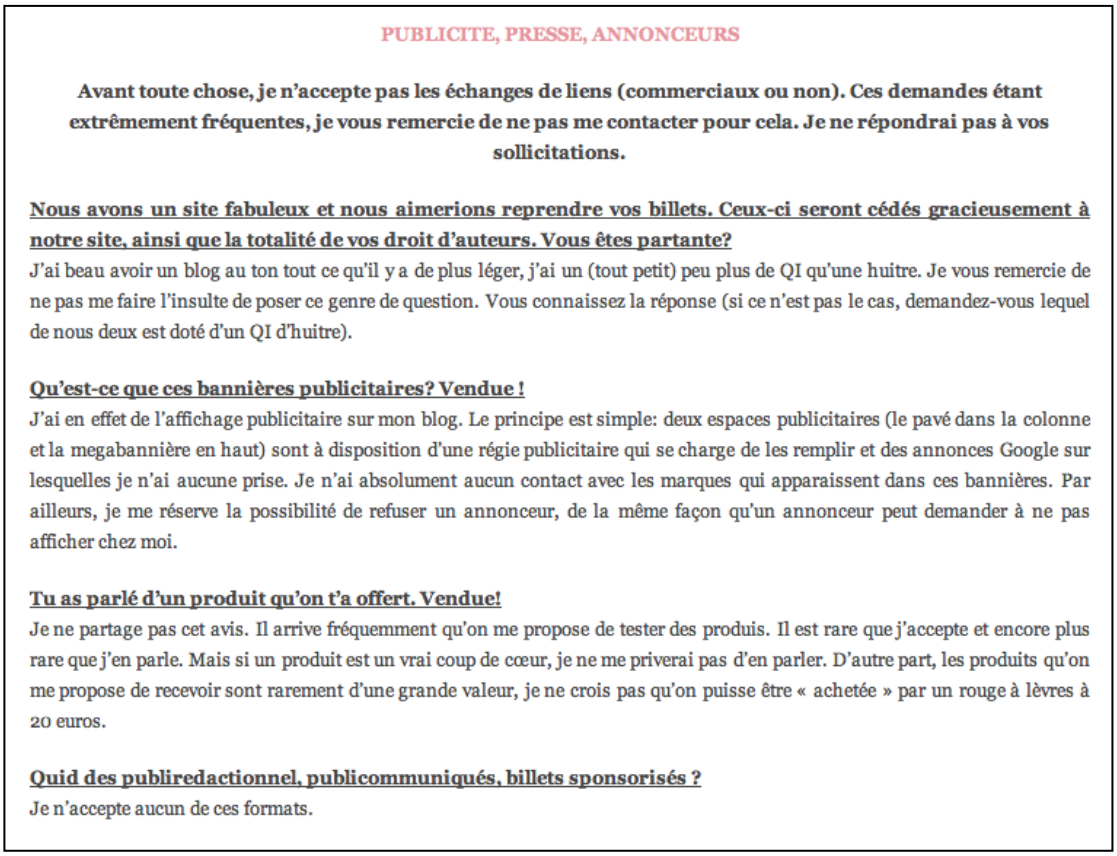
Oh l'autre... comme elle raconte sa vie...

30 mai 2007 - Dans quelques heures, cela fera quatre ans

Nous notons également que la blogueuse ne répond plus de façon systématique à tous les commentaires. En cela, le blog semble avoir pris une certaine **indépendance**. La blogueuse n'a plus le temps de répondre à tous les commentaires qu'elle reçoit quotidiennement.

On remarque enfin très vite **l'émergence de publicité** sur le blog. Dès la deuxième année, Anne-Solange Tardy apporte des modifications, afin d'accueillir des espaces

publicitaires[48] qui lui permettront d'être rémunérée. En toute transparence, la blogueuse fait part de ses choix dans un billet. Elle entretient un rapport très décomplexé en vue d'obtenir des revenus supplémentaires grâce à son blog. Elle répond par ailleurs aux questions que pourraient se poser ses lecteurs à propos de la publicité et du choix des annonceurs sur une page consacrée[49].



PUBLICITE, PRESSE, ANNONCEURS

Avant toute chose, je n'accepte pas les échanges de liens (commerciaux ou non). Ces demandes étant extrêmement fréquentes, je vous remercie de ne pas me contacter pour cela. Je ne répondrai pas à vos sollicitations.

Nous avons un site fabuleux et nous aimerions reprendre vos billets. Ceux-ci seront cédés gracieusement à notre site, ainsi que la totalité de vos droit d'auteurs. Vous êtes partante?
J'ai beau avoir un blog au ton tout ce qu'il y a de plus léger, j'ai un (tout petit) peu plus de QI qu'une huitre. Je vous remercie de ne pas me faire l'insulte de poser ce genre de question. Vous connaissez la réponse (si ce n'est pas le cas, demandez-vous lequel de nous deux est doté d'un QI d'huitre).

Qu'est-ce que ces bannières publicitaires? Vendue !
J'ai en effet de l'affichage publicitaire sur mon blog. Le principe est simple: deux espaces publicitaires (le pavé dans la colonne et la megabannière en haut) sont à disposition d'une régie publicitaire qui se charge de les remplir et des annonces Google sur lesquelles je n'ai aucune prise. Je n'ai absolument aucun contact avec les marques qui apparaissent dans ces bannières. Par ailleurs, je me réserve la possibilité de refuser un annonceur, de la même façon qu'un annonceur peut demander à ne pas afficher chez moi.

Tu as parlé d'un produit qu'on t'a offert. Vendue!
Je ne partage pas cet avis. Il arrive fréquemment qu'on me propose de tester des produis. Il est rare que j'accepte et encore plus rare que j'en parle. Mais si un produit est un vrai coup de cœur, je ne me priverai pas d'en parler. D'autre part, les produits qu'on me propose de recevoir sont rarement d'une grande valeur, je ne crois pas qu'on puisse être « achetée » par un rouge à lèvres à 20 euros.

Quid des publiredactionnel, publicommuniqués, billets sponsorisés ?
Je n'accepte aucun de ces formats.

Grâce à sa transparence et à son franc-parler, Anne-So a ainsi obtenu une confiance solide et durable avec son lectorat. Sa réactivité, ses contenus de qualité, ainsi que l'espace des commentaires, lui ont permis d'acquérir une certaine crédibilité tant aux yeux de ses lecteurs que des marques qui la contactent. L'implication de l'auteur est en cela souvent le miroir de la réussite du blog. Si la blogueuse a pris de la distance, notamment de manière symbolique en fermant les commentaires, elle conserve

---

[48] TARDY, Anne-Solange. *Première publicité sur le blog.* Février 2007. Disponible à l'adresse : http://www.cachemireetsoie.fr/2007/02/19/un-chouia-de-changement/#comments (consulté le 13 mars 2012).
[49] Disponible à l'adresse : http://www.cachemireetsoie.fr/faq-lecteurs-blogeurs-annonceurs/ (consulté le 13 mars 2012).

aujourd'hui la confiance de son lectorat. Cette reconnaissance lui permet de mettre en place des partenariats avec des marques correspondant à sa ligne éditoriale et de promouvoir ainsi des services ou des produits. L'évolution du blog d'Anne-Solange Tardy n'est pas sans rappeler la théorie de John Grohol qui s'appuie sur le *Model of Pathological Internet use* – analysé dans la partie II, 2. Nous y retrouvons les cinq étapes définissant la trajectoire d'apprentissage d'un nouvel outil : la découverte, l'enchantement, la désillusion et l'équilibre.

3. *Evolution et perspectives*

Dans cette dernière partie sur l'étude du blog de *cachemireetsoie.fr*, nous nous intéresserons tout particulièrement à son évolution et ses perspectives. Nous commencerons par aborder ses avantages avant de se focaliser sur ses limites.
Ses avantages et ses risques sont souvent la conséquence directe de la réussite du blog. Nous appelons ici réussite d'un blog, un blog qui possède avec une certaine ancienneté, des billets réguliers et un lectorat important. Les conséquences d'un blog, très peu lu ou nouveau, ne sont bien évidemment pas identiques.

a. Avantages personnels, économiques et professionnels

Les avantages d'un blog, qui a obtenu une certaine réussite, sont pluriels et s'inscrivent dans divers domaines. Nous pouvons les diviser en trois grands groupes : les avantages personnels, professionnels et économiques. Les **avantages personnels** comportent tous les privilèges qu'un individu peut obtenir par rapport à son bien-être et ses relations personnelles. Les **avantages professionnels** représentent tout ce qu'un sujet peut acquérir grâce à son blog – réseau et savoir –, en vue de le mettre à profit pour sa carrière professionnelle. Enfin, les **avantages économiques** concernent

l'obtention de revenus ou de cadeaux en contrepartie d'articles ou d'espaces publicitaires sur le blog.
Nous analyserons dans cet ordre les avantages personnels, professionnels, puis économiques de la tenue d'un blog.

1. *Les avantages personnels*

Les avantages personnels sont nombreux : **introspection, conservation du passé, plaisir d'écrire et de photographier, partage de ses travaux, libération de ses pensées, soutien moral ou encore guide lors de choix décisifs**. Le blog est un moyen d'être lu et d'obtenir une certaine reconnaissance. Il inscrit son auteur dans une dynamique positive qui l'encourage à rester en éveil et attentif. En cela, il peut aider au **développement personnel**. C'est d'ailleurs cet aspect-là que met avant Anne-So sur la page de son blog : *« il [le blog] est le moyen pour moi d'observer le quotidien avec distance et de me forcer à garder les yeux grands ouverts* ». Elle ajoute : « *Il attise la curiosité naturelle que j'ai des choses* ».

Un blog réussi devient un **modèle**. Le récit intime se mue en une œuvre au caractère plus universel, le « je » personnel devient un « je » commun et pluriel. D'ailleurs, la blogueuse indique à propos de son blog :

> « En dehors des situations qui me semblent avoir une valeur universelle, je n'y livre que rarement mes états d'âme. Mais jour après jour, il est le récit tous azimuts de ce qui m'interpelle, m'amuse, m'émeut, m'arrive ».

Il y a bien ainsi la volonté de transmettre un message avec une portée universelle. En obtenant une certaine notoriété, le blogueur reçoit de nombreux commentaires valorisants et qui l'encouragent. Une communauté se met en place autour du blog, communauté qui l'admire, lui fait confiance et partage ses valeurs. Ceci permet à la blogueuse d'affirmer ses goûts et de se sentir comprise. En cela, le blog est un **outil de**

valorisation de soi. A ce propos, Eleonore Bridge du blog www.leblogdelamechante.fr écrit sur un article faisant le bilan des six ans de son blog[50] :

> « Parfois je me demande comment serait ma vie aujourd'hui si je n'avais pas ouvert ce petit espace sur le net. Est-ce que j'aurais autant eu envie d'indépendance, serais-je restée curieuse et passionnée par ce que je fais chaque jour ?
>
> Ce n'est qu'une petite fenêtre que vous consultez de temps en temps, mais pour moi c'est un élément qui a été fondateur dans ma vie et qui m'a aidé à devenir celle que je suis aujourd'hui. J'essaie de ne pas l'oublier. »

Cette blogueuse souligne l'importance et l'influence du blog pour s'affirmer et réaliser des choix. Le blog apparaît comme une aide et un soutien au quotidien.
En nouant des liens avec son lectorat, le blogueuse a également construit un **réseau personnel**, réseau qui a lui permet d'obtenir des conseils avisés, qui a pu l'aider et la guider lors de certaines étapes de sa vie. Le blog l'accompagne ainsi au fil des jours et guide ses choix de vie – notamment professionnels. La blogueuse synthétise dans le même article les avantages personnels que lui ont apporté son blog :

> « J'ai appris la photo, à bricoler du code, à designer des blogs, j'ai rencontré plein de gens qui sont devenus des amis très proches »

Les avantages semblent ainsi nombreux et ne se limitent pas au domaine personnel ou professionnel. La dimension relationnelle paraît enfin essentielle dans cette **quête d'une identité sociale**. Le blog apparaît, avant tout, comme une source d'épanouissement où le sujet est reconnu publiquement pour son moi intime.

---

[50] Disponible à l'adresse : http://www.leblogdelamechante.fr/blog-mode/6-ans/ (consulté le 1 mars 2012).

3. Les avantages professionnels

Les avantages professionnels sont nombreux dans le cas d'Anne-Solange Tardy. Grâce à son blog, l'auteur est, tout d'abord, parvenu à mettre en avant une représentation d'elle-même travaillée et choisie. Le blog lui a offert la possibilité **d'accroître sa visibilité**, ainsi que de créer des liens sociaux forts avec sa communauté. Le blog a été un tremplin pour réaliser de nombreuses rencontres personnelles et professionnelles mais également pour exprimer une représentation idéale d'elle-même. Anne-So apparaît sur son blog comme une personne aimant écrire, positive et avec des qualités esthétiques.

Cachemireetsoie.fr lui a, de plus, permis de **développer certaines compétences professionnelles** et d'affiner son style. La blogueuse a ainsi acquis des compétences web : développement, notion d'harmonie visuelle et de webdesign. Le blog est aussi un outil qui permet de faire travailler au quotidien la **rigueur et l'organisation** : maintenir un rythme de publication, rédiger avec une bonne orthographe, répondre aux commentaires. Au-delà de ses activités quotidiennes, l'auteur doit, en effet, parvenir à gérer son temps entre sa présence sur les réseaux sociaux, la rédaction d'articles, ainsi que la réponse aux mails. Un blog, qui obtient une audience importante, devient une activité très prenante, dès lors que l'on souhaite la maintenir.

Le blog a ensuite permis des **collaborations professionnelles** entre la blogueuse et des marques prestigieuses comme Guerlain ou Lancel. Anne-So a par exemple créé avec d'autres blogueuses un sac Lancel. Elle a ainsi pu suivre les étapes de fabrication du sac et les retranscrire sur son blog. Cette collaboration a permis de transmettre une dimension humaine et traditionnelle de la maison Lancel. La blogueuse a également participé à la confection d'une paire de lunettes pour Jimmy Fairly ou d'un pull marinière pour Kookai. A chaque fois, c'est elle qui réalise la maquette, choisit les matières et les couleurs. C'est aussi la blogueuse qui apparaît sur les publicités. Anne-So est un modèle pour beaucoup de ses lectrices qui n'hésiteront pas acheter un objet qu'elle aura conseillé ou dont elle sera l'ambassadrice. Grâce à ses milliers de lecteurs quotidiens, Anne-Solange est un réel atout pour les marques qui désirent se faire

connaître auprès d'un public féminin. L'information présentée sur le blog est à la fois personnalisée, ciblée et a ainsi une forte influence sur le public.
La blogueuse a également bénéficié de nombreux voyages offerts. Ces voyages lui permettent ensuite de promouvoir de manière naturelle le pays ou la ville visitée. Pour les entreprises, les blogueurs sont un véritable **atout de communication**. Ils permettent de renvoyer, en se l'appropriant, une image humaine et novatrice d'un service ou d'un produit.

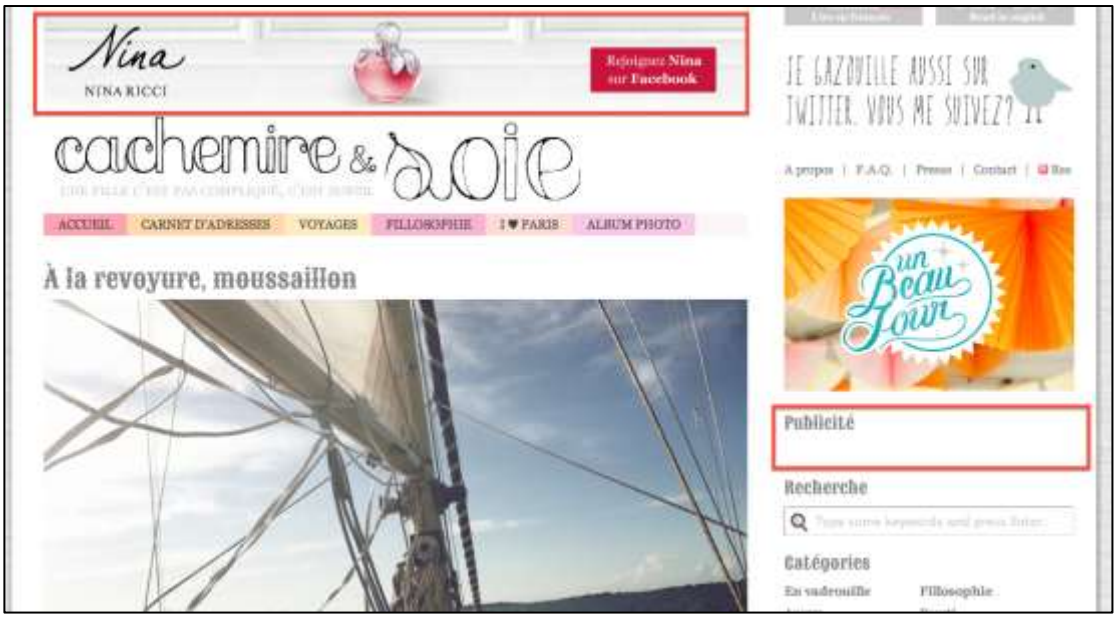
Nous pouvons pour finir spécifier quelques perspectives professionnelles engendrées par le blog d'Anne-So. Moins d'un an après la création de son blog, l'auteur a reçu une proposition pour publier un livre. Le blog a ainsi été le point de départ de son travail comme écrivain. Le livre, *La double vie de Pénélope B.,* a été publié un an après. Le livre retrace la vie d'une jeune parisienne, Pénélope B., qui a décidé d'ouvrir un blog. L'auteur met l'accent sur les différences entre la réalité du personnage et le contenu de son blog. Face au succès de ce premier roman, une suite voit le jour un an après *Very Important Pénélope B*. A la suite, la blogueuse publie plusieurs livres tels *Le guide de la beauté de l'étudiante : Il y a une fille sublime en moi* et *Maman, il faut que je te dise...!*. La blogueuse a également reçu une proposition afin d'éditer une version papier de son blog. Cette version est parue en avril 2011[51]. A l'image de son blog, le livre regroupe ses textes et ses photographies classés par thème. On y retrouve l'atmosphère intime et féminine de *cachemireetsoie.fr.*
Anne-So réalise également des chroniques en stop motion[52] pour Teva dans l'émission *Du temps pour moi* et collabore sur plusieurs blogs professionnels. La blogueuse a également mis en place avec deux autres blogueuses un site sur la thématique du mariage.

---

[51] Disponible à l'adresse : http://www.cachemireetsoie.fr/2011/04/11/it-book-cachemire-et-soie-anne-solange-tardy/ (consulté le 28 mars 2012).
[52] Le stop motion, ou animation image par image en français, est une technique d'animation. A partir de plans fixes, celle-ci consiste à donner une impression de mouvements dans une séquence vidéo.

4. Les avantages économiques

Les revenus complémentaires ou les services dont peuvent bénéficier les blogueurs font partie des avantages de la tenue d'un blog. Grâce à leur sincérité et à leur liberté d'expression, les blogueurs parviennent à tisser des liens forts et sincères avec leur lectorat. C'est d'ailleurs ce lien de confiance qui intéresse les marques. Les blogueurs sont libres d'écrire sur les sujets qu'ils désirent et de la façon dont ils le souhaitent. Ils s'engagent et s'approprient leurs sujets. Ils transmettent un message plus subjectif et moins formaté que les magazines. Il existe aujourd'hui des entreprises spécialisées dans la mise en relation entre blogueurs et marques qui ont su repérer les avantages de ce nouvel outil de communication.
Sur le blog d'Anne-Solange Tardy, plusieurs outils de promotion sont mis en place pour les marques : espaces publicitaires et billets sponsorisés.



Tout d'abord, on remarque **plusieurs espaces publicitaires** : au dessus de la bannière du blog ainsi que dans la colonne latérale – à droite du blog. La monétisation de ces espaces est gérée par une régie publicitaire. Anne-Solange affirme d'ailleurs dans la FAQ qu'elle ne choisit pas personnellement les publicités qui se trouvent sur son blog. C'est la régie GlamMédia qui se charge de sélectionner pour elle des publicités qui correspondent à sa ligne éditoriale. Si ces espaces publicitaires sont permanents, il n'y a pas toujours de publicité sur ces derniers comme on peut le voir sur la capture d'écran

ci-dessus où l'espace publicitaire se trouve vide. La blogueuse précise en outre qu'elle se garde le droit de retirer une publicité qui ne lui conviendrait pas. Anne-So se montre transparente sur ces espaces publicitaires et dans sa gestion.
Aujourd'hui, les encarts publicitaires font partie intégrante du blog. On les visualise dès la page d'accueil. S'ils sont en évidence, ils ne gênent pas pour autant la lecture du blog.

La blogueuse rédige, de plus, des **billets sponsorisés** sur certains produits. Ces billets restent toujours sur la même ligne éditoriale du blog. En les personnalisant et en conservant le même ton, la blogueuse parvient à faire passer un message publicitaire sans que cela soit gênant pour le lectorat. Elle met en avant son ressenti vis-à-vis du produit testé. Elle semble neutre quant aux qualités et aux défauts du produit. Elle n'hésite pas à citer des points négatifs même s'ils restent minoritaires. Elle parvient à donner une image particulière des produits qu'elle met en avant en les incluant dans une histoire.

Près d'un mois plus tard, donc... Revenons en à cette petite caméra. J'étais plutôt dubitative, en la recevant, à vrai dire : je possède déjà un appareil photo capable de capturer des vidéos incroyables et un Iphone qui me permet d'immortaliser sans me compliquer la vie une foule de petits instants. Je ne voyais pas l'intérêt d'un appareil supplémentaire qui ne fasse rien de plus que ce que d'autres exécutent déjà à la perfection. Oui mais...

Oui, mais il y a la désarmante simplicité de ce petit engin : un seul bouton pour démarrer ou stopper l'enregistrement, un stabilisateur d'images franchement épatant et un mode de rechargement tout bête : l'appareil se recharge en le connectant simplement via un port USB à l'ordinateur (par contre, il ne faut pas être pressé : plusieurs heures sont nécessaires pour charger complètement la batterie). La qualité d'image est plus que convenable, y compris en basses lumières, et pour importer les vidéos, il suffit de les faire glisser sur le bureau. Enfin, aucun utilitaire d'encodage n'est nécessaire pour importer, ensuite, les séquences dans un logiciel de montage ou directement sur les plateformes vidéo type Youtube. Avouez que cela fait tout de même quelques plaisantes surprises.

Mars 2010 - Article sur une caméra[53]

En romançant ses articles, la blogueuse offre aux marques un contenu à forte valeur ajoutée. L'auteur s'implique personnellement dans ces articles sponsorisés et ne vantent que des produits qui correspondent à sa ligne éditoriale. Ses lecteurs sont ainsi un public très ciblé. Ils ont une forte chance d'être intéressés par le produit ou le service mis en avant et font confiance à la blogueuse. Ainsi, le lectorat, qui partage les goûts et les valeurs de l'auteur, se reconnaitront dans bien des cas dans l'histoire racontée et voudront tester le produit en question. L'admiration portée par les lecteurs accentue la

[53] Disponible à l'adresse : http://www.cachemireetsoie.fr/2011/01/20/les-images-en-mouvement/ (consulté le 10 mars 2012).

relation de confiance entre ces derniers et l'auteur. Cette relation particulière permet d'augmenter les répercussions d'une telle campagne.

b. Limites et risques de la tenue d'un blog

Si les avantages sont nombreux tant au niveau personnel, professionnel que financier, il ne faut pas oublier que la tenue d'un blog comporte des risques et des limites. Nous dresserons dans cette partie une liste des inconvénients que peut engendrer son blog.

Tout d'abord, lorsque le blog obtient un certain succès, la **frontière entre la vie privée et publique** s'avère floue. En évoluant d'un espace confiné et intime vers un espace public, Anne-Solange a conservé une proximité très proche avec son lectorat. La gestion de cette proximité comporte néanmoins des risques. Certaines lectrices rencontrent des difficultés pour distinguer le personnage mis en scène sur le blog de la personne réelle. Ainsi, elles aimeraient s'immiscer dans sa vie privée et connaître plus de détails. Les lectrices la considèrent comme une amie proche et voudraient la conseiller sur sa vie intime, même si la blogueuse ne les a pas sollicitées. Elles ne semblent pas faire la distinction entre l'image que renvoie la blogueuse sur son blog et Anne-Solange Tardy. C'est d'ailleurs à la suite de certains commentaires, jugés trop intrusifs, qu'Anne-So a décidé de clôturer l'espace commentaire[54] :

> « Cela pour expliquer que, même si la plupart du temps je m'exprime ici à la première personne, même si je parle en général d'événements qui me touchent personnellement, je fais une très grande distinction entre l'auteur de ce blog et moi-même. Et je sens bien que ce n'est pas de cette façon que sont reçus les petits textes que j'écris ici.

[54] Disponible à l'adresse : http://www. cachemireetsoie.fr/2011/09/14/note-de-lauteur/ (consulté le 10 mars 2012).

> Ainsi, en lisant tous vos messages, suite aux derniers billets, même si je suis forcément touchée par tant de gentillesse, je me sens aussi terriblement embarrassée. Ces textes qui ne m'avaient pas paru impudiques (d'autant moins qu'en l'occurrence, le second était une pure fiction ; et même sans aller jusque là, j'écris ici en toute subjectivité, ce qui fait de chaque billet, par essence, une forme de fiction), ces textes qui ne m'avaient pas semblé impudiques donc, le sont devenus à mes yeux, à force de lire des messages qui s'adressent non à l'auteur de ce blog, mais à moi en propre. Ce qui fait une grande différence. »

Le lectorat peut ainsi exercer une certaine pression vis-à-vis du blogueur. Cette pression peut aussi bien se manifester par une volonté de connaître plus de détails sur sa vie privée, à l'image d'un magazine people, que pour obtenir des articles plus réguliers. Plus les lecteurs sont nombreux, plus cette exigence sera forte.
L'auteur peut alors dissoudre son identité réelle dans une représentation de soi en ligne qui ne correspond pas - ou plus - à la réalité. Il n'est pas toujours simple de faire évoluer une identité numérique qui est parvenue à fédérer une communauté et qui fonctionne. Un fossé peut se creuser entre la réalité et l'identité numérique de la personne. Cette distance peut également s'avérer gênante lors de rencontres réelles. Le blog devient une autofiction, inspirée de la vie de l'auteur.

La seconde limite concerne la **professionnalisation des blogs**. Le risque encouru est que le blog ne soit plus considéré comme un loisir mais comme une véritable **contrainte** marquée par des devoirs et des obligations. En effet, en s'engageant auprès de marques, l'auteur acquiert des responsabilités. Il doit alors devenir rigoureux et professionnel vis-à-vis du blog : respecter des délais, être réactif, conserver une certaine qualité éditoriale. Il doit également être capable de gérer des situations de crise et de conserver son calme. Dans de nombreux cas, le blogueur renonce à sa liberté et à sa spontanéité au profit des avantages obtenus. Il est primordial de trouver un équilibre entre une parole authentique et intime et une parole plus instrumentalisée et professionnelle.

Pour résumer, le blog a entrainé des conséquences importantes dans la vie de Anne-Solange Tardy : collaborations professionnelles, rencontres amicales, et développement de soi. Ces répercussions s'accompagnent, néanmoins, de nouvelles

contraintes et de responsabilités comme l'exigence de son lectorat et une disponibilité accrue.

4. Ouverture : analyse exploratoire des usages des blogs

Les réponses au questionnaire adressé aux blogueurs nous ont permis de mettre en exergue d'autres évolutions éventuelles du blog. Rappelons, tout d'abord, que nous avons choisi d'analyser le blog d'Anne-Solange Tardy puisqu'il répondait aux exigences de réussite que nous cherchions alors à approfondir. L'étude de cas nous a offert la possibilité de souligner les avantages et les limites d'un tel type de blog. Le questionnaire, quant à lui, nous a conduits, dans une logique exploratoire, à élargir notre étude et à mettre l'accent sur les différents usages. Les réponses détaillées sont disponibles en annexe.

L'enquête a été menée auprès de 210 blogueurs. Par le biais du questionnaire, nous avons pu collecter des données quantitatives -ancienneté du blog, temps de rédaction d'un billet, etc.- et qualitatives -choix de l'anonymat, évolution du blog, etc.-. La majorité des personnes qui ont répondu au sondage sont des femmes. La tranche d'âge moyenne se situe entre 20 et 30 ans. Elles possèdent en moyenne un blog depuis un ou deux ans et une et deux heures sont consacrées à la rédaction de chaque billet. La plupart des blogs sont des blogs de vie.

Tout d'abord, c'est la **pluralité des usages** qui est apparue de manière centrale lors de l'analyse des réponses. En effet, il existe de nombreuses façons de tenir un blog et d'en tirer des avantages. Il représente, pour certains blogueurs, un lieu où ils peuvent se défouler et se sentir écoutés, pour d'autres un véritable outil de travail ou encore un moyen d'échanger avec son cercle d'amis. Si les motivations sont nombreuses, l'étude a souligné des points communs à la pratique du blogging.

Malgré le fait que la tenue d'un blog demande du temps et une certaine rigueur, la plupart des sondés assurent que le blog est avant tout un **outil de détente et loisir**. Une blogueuse commente les apports de ses blogs :

> « J'ai eu de nombreux blogs au cours de ma vie. Ils ont d'abord fait évoluer mon style d'écriture. Ensuite je pense que de tenir ces blogs m'a permis d'évoluer ma façon de penser, d'être, de réfléchir. Je suis ce que je suis aujourd'hui grâce à ce besoin de tout réfléchir, tout définir, et je pense que le fait de l'exprimer par des mots, à travers des blogs, quelques fois illustrés par des images, a contribué à mon développement personnel.
> J'ai toujours eu ce besoin de m'exprimer, et de sceller dans les mots, pour toujours, les conclusions que j'ai tirées de mes petites expériences. »

Dans ce cas-là, le blog est perçu comme un outil introspectif et de développement de soi. Ensuite, le réseau et les compétences professionnelles sont également mentionnés comme des privilèges associés à la tenue d'un blog. Pour finir, ce sont les apports financiers et les cadeaux qui apparaissent. Ainsi, les bénéfices pécuniaires ne semblent pas être prioritaires. Dans ce sens là, il n'est pas étonnant que la majorité des blogueurs –148 contre 36– assurent ne pas avoir défini un rythme de publication. Pour beaucoup d'entre eux, le blog représente un loisir et ne doit pas devenir une contrainte. Or, le rythme de publication en serait une. Concernant celui-ci, une blogueuse précise écrire « *seulement quand [elle est] inspirée, [elle] ne [se] force jamais à écrire un billet* ».

La majorité des blogueurs –157 contre 48– assurent que le blog leur a permis de développer de nouvelles **compétences**. Les aptitudes, qui ont été majoritairement citées, concernent le **rédactionnel** –orthographe, qualité d'écriture, style plus fluide– et la **technique** –photographie, notions en développement web et d'harmonie visuelle-. Ensuite, plusieurs blogueurs ont mis l'accent sur le développement d'une plus grande rigueur et de leur curiosité. La pratique du blogging suppose une certaine organisation et réactivité. A ce sujet, une blogueuse précise :

> « J'ai pu développer de réelles compétences en rédaction que je n'avais pas forcément. Une vraie rigueur en terme d'orthographe, de grammaire, etc.
> Mon blog me permet également de développer mon esprit critique. Je suis beaucoup plus avertie, plus attentive à l'actualité. Je pense que j'ai certainement l'esprit beaucoup plus ouvert depuis la création de mon blog. »

Les blogs de vie sont, la plupart du temps, agrémentés d'un certain nombre de photographies. Par conséquent, plusieurs réponses font part de progrès dans ce domaine :

> « […] Enfin c'est aussi grâce aux blogs que j'ai pris mon courage à deux mains et que je me lancée dans l'apprentissage de la photographie. Apprentissage parce qu'à mon sens c'est un domaine où nous progressons tous mais au delà de ça il y a bien-sûr le côté détente et partage (en particulier avec d'autres blogueurs). La blogosphère est en effet très motivante, elle me pousse chaque jour à tenir les objectifs que je me suis fixée. »

Enfin, les dernières compétences citées touchent à la communication. Elles reviennent néanmoins avec une moins forte récurrence. Pour beaucoup de blogueurs, les échanges avec leur lectorat semblent naturels.

Les réponses concernant **la vie privée et le blog** sont très intéressantes puisqu'elles soulignent la complexité de mettre en place une véritable frontière entre la sphère intime et publique. Si la majorité des blogueurs considère leur blog comme un blog non-anonyme -120 contre 96 blogs anonymes-, la plupart estiment pour autant que leur lectorat principal est composé d'anonymes -190 réponses-, donnent la priorité aux amis -152-, à la famille, et enfin à leur réseau professionnel. Le choix du lectorat et de l'anonymat engendre des disparités claires quant aux évolutions du blog.
On distingue trois grands types de réponses :

- Les personnes qui ont choisi **l'anonymat** et ont mis en place des tactiques afin de le conserver sur la durée. L'anonymat exige des règles et des limites à ne pas dépasser. Il permet également d'être plus libre dans ces écrits et de ne pas se sentir jugé. Ainsi, une blogueuse indique qu'elle a choisi « *de rester anonyme simplement pour pouvoir [s]'exprimer librement et sans tabous*». Une autre blogueuse affirme même « *donner des "faux" détails pour brouiller les pistes* » et une autre encore indique certaines tactiques qu'elle a mises en place afin de conserver son anonymat :

  > « Ne pas donner de noms de familles, surtout pas de noms quand je parle de mon entreprise/famille/amis, employer souvent des surnoms à propos des autres. […] Je ne mets pas de photos personnelles, à part celle de mon profil, mais pour me reconnaître dans la rue à partir de ça, il faut en vouloir ! […] Ces choses évoluent

> oui, je tends vers plus de rigueur à ce propos, car je sais combien il peut être dangereux de se dévoiler sur Internet […]»

- D'autres ont opté pour un **anonymat limité** dans le sens où les personnes ne se cachent pas derrière un pseudonyme sans rapport avec leur vie réelle et dévoilent des indices (lieu, profession, âge, photographie) sur leur identité réelle. Pour autant, ces blogueurs ne souhaitent pas donner l'adresse de leur blog à leurs proches. Dans ce cas-là, si le blog venait à être découvert par l'entourage, cela ne serait pas vu comme un réel problème et un frein à celui-ci.
  Plusieurs sujets ont par ailleurs mentionné avoir perdu leur anonymat suite à l'évolution naturelle du blog. A ce propos, une sondée écrit :

> « Je ne me suis jamais vraiment posée la question en fait. Je n'ai jamais caché mon blog (au début, si, enfin, disons que j'en n'ai pas parlé autour de moi) mais j'ai vite dû "justifier" certaines choses. Le meilleur exemple a été quand j'ai du le dire à mes parents parce qu'on me proposait une croisière d'une semaine : dur, dans ces cas là, de pas expliquer pourquoi ! »

- La troisième catégorie concerne les personnes qui ont choisi de bloguer sous leur **identité réelle**. Si elles assument leurs propos, elles font attention à respecter leur vie privée. Ainsi, plusieurs blogueurs ont préféré les termes tels que « bons sens », « limites » ou « pudeur » au terme de « règles » qui parait trop strict et négatif. La plupart des blogueurs ne désirent pas donner trop de détails sur leur vie privée – ou alors de manière totalement anonyme -. Dans ce cas-là, le blog présente un quotidien romancé et édulcoré :

> « Aucune règle, si ce n'est celles de la "décence". Je ne m'interdis pas de parler de quoi que ce soit, parce qu'il y a des moments où j'aurais peut être besoin de coucher des émotions sur un support, et qu'il sera peut-être le blog, mais *a priori*, je ne parle jamais de ma vie très privée, ou en tous cas, pas de manière sérieuse ou réelle.
> En fait mon blog c'est juste une infime partie de moi, la partie qui exagère ! Du coup, ce que j'écris sur le blog est en général trèèèès amplifié, et donc ce n'est pas vraiment ma vie (sauf dans certains billets, qu'en général je regrette d'avoir publié tout de suite après) »

Nous nous sommes ensuite intéressés à la **professionnalisation des blogs**. Nous avons tout d'abord demandé aux blogueurs la signification, selon eux, de cette expression.

Tout d'abord, pour beaucoup le syntagme « professionnalisation de blog » renvoie directement à la question de la **rémunération** et de **rentabilité**. Peu de réponses ont souligné qu'un blog professionnel pouvait être une carte de visite ou une vitrine pour son auteur. Certains blogueurs ont également pensé aux blogs d'entreprises.

Les réponses obtenues nous ont aidé à dégager la notion de **contraintes** et **d'obligation**. Les sujets opposent le blog de loisir qui se veut être une activité de détente au blog professionnel qui n'est alors qu'un travail. Deux blogueurs s'expriment à ce propos :

> « Le fait que de plus en plus de blogueurs envisagent leur blog non comme un loisir mais comme un travail, et y appliquent les "codes" du travail : rigueur, régularité, exigence, ... et rentabilité. »

> « Le fait qu'un blog puisse devenir, suite à son succès, un second métier avec des contraintes notamment, ce qui est selon moi, le contraire de ce qu'il devait être au début : un loisir! »

On trouve également dans les réponses une définition par la négative, c'est-à-dire par ce que le blog n'est plus. Selon les réponses obtenues, le blog perd ainsi en spontanéité, en liberté d'expression et en sincérité. Les réponses soulignent ensuite la responsabilité qu'un tel type de blog demande. Il en ressort finalement une image assez péjorative. Dans l'imaginaire des blogueurs, le blog professionnel semble trahir l'essence même du blog. Il parait perdre ses principes de base – spontanéité et sincérité- au profit d'un gain financier. Ainsi, une blogueuse commente :

> « Ca me fait un peu peur, je trouve que certains blogs ont perdu de leur saveur, on sent les sponsors derrière et on pousse à la consommation. »

Une autre blogueuse développe son avis :

> « Un blog professionnel n'a pour moi pour seule et unique vocation que celle de gagner de l'argent, il est donc optimisé au maximum (référencement, choix des sujets, articles sponsorisés, affiliation etc.).
> La professionnalisation des blogs, c'est un peu la mort de la liberté d'expression et de l'échange, la mort de l'inspiration, de la fraîcheur et de l'émotion. »

La majorité des personnes questionnées ne se sentent pas directement concernées par la professionnalisation de leur blog, même si elles le sont implicitement au travers de concours ou partenariats. A l'inverse, un certain nombre de blogueurs idéalisent les blogs devenus professionnels qui représentent pour eux de véritables modèles de réussite.

De plus, si la majorité des individus sondés considèrent que leur blog leur a permis de développer des compétences, ils sont une minorité à appréhender ces compétences comme des compétences professionnelles : 78 contre 130. Dans la même optique, la plupart des blogueurs ne mentionnent par l'existence du blog dans leur C.V et le considèrent même comme inutile lors d'une recherche d'emploi. La plupart ont par ailleurs un travail sans rapport avec leur blog.

Pour finir, **l'identité numérique** sur le blog apparaît comme le reflet de l'identité réelle selon la majorité des blogueurs : 165 contre 81. Néanmoins sur le blog, les individus se mettent en scène :

> « Il reflète des anecdotes, et un échantillon de ce que je suis. Bien sur les mots que j'utilise et la tournure de mes billets est pensée, réfléchie, je me censure énormément. Il manque peut être, parfois de la spontanéité. »

La majorité des blogueurs assurent que leur identité en ligne a évolué depuis l'ouverture de leur blog : 105 contre 84. Cela n'est pas étonnant puisqu'une trajectoire d'apprentissage se met progressivement en place lors de l'utilisation d'un nouvel outil.
De plus, et fait plutôt étonnant, la majorité des blogueurs considèrent que leur blog est plus intime aujourd'hui -85 personnes- que lors de l'ouverture du blog : 40 personnes. Beaucoup de sondés s'étaient fixés certaines règles au départ qu'ils n'ont pas tenues lors de l'évolution naturelle du blog. Il est difficile de conserver une certaine distance avec son lectorat sur le long terme. Pour beaucoup, le blog a une influence sur leur vie réelle : 135 contre 61. Le blog peut aider à prendre des décisions importantes et à mieux connaître ses goûts. Une blogueuse indique par exemple que son blog lui a permis d'obtenir :

> « -plus de confiance en moi, j'ai l'impression de maîtriser le temps, le fait de noter au fur et à mesure ce que l'on a fait, ce que j'ai créé, cousu, etc. sur mon article brouillon, me donne la sensation de gérer...
> -être reconnue pour ce que l'on fait: ses goûts, ses choix en matière de déco, de couture etc. »

Si la majorité des sondeurs affirment n'accepter aucune forme de publicité sur leur blog -105 contre 54- les personnes qui l'acceptent ne considèrent pas difficile de faire la distinction entre leur propre « je » intime et celui plus instrumentalisé à destination des marques. La majorité affirme que la publicité ne pose pas de souci d'éthique à partir du moment où elle est annoncée avec transparence et en concordance avec la ligne éditoriale du blog.

Nous pouvons ainsi retenir la pluralité des usages. Il n'existe ni un seul type de blog ni une seule évolution possible de celui-ci.
La professionnalisation des blogs semble à la fois être une crainte vis-à-vis de l'authenticité de l'auteur et une opportunité. Allier passion et travail grâce à la pratique du blogging paraît en même temps un modèle de réussite et un risque quant à l'authenticité même de l'écriture.

V. PROCESSUS DE CONSTRUCTION IDENTITAIRE : VERS UNE PROFESSIONNALISATION DE SON IMAGE EN LIGNE

Après avoir analysé la notion d'identité, les caractéristiques du blog comme outil pour se mettre en scène et réalisé une étude de cas sur le blog d'Anne-Solange Tardy, nous allons tenter de rendre compte du processus de construction, notamment à travers la professionnalisation de son image en ligne.

Pour cela, nous analyserons dans un premier lieu les usages et les évolutions du blog. Nous nous intéresserons dans un second temps à la relation entre identité et représentation de soi en ligne. Enfin, nous mettrons en exergue les implications éventuelles de l'identité numérique sur les relations humaines.

1. Usages et évolution

Il existe plusieurs façons de bloguer et de laisser entrevoir sa personnalité sur la toile. Du blogueur adolescent qui exprime ses sentiments de manière crue au professionnel qui se met en scène sous son meilleur jour, tous ont pour point commun de rédiger à la première personne et d'être lus. Certains blogueurs entretiennent un rapport très intime et particulier avec leur blog alors qu'il n'est pour d'autres qu'un moyen de s'amuser ou d'obtenir des revenus supplémentaires. Comme on a pu l'analyser précédemment, les avantages sont nombreux et divers: échappatoire face au quotidien, outil de promotion personnelle, revenu supplémentaire ou encore rigueur personnelle.

Nous allons ici analyser trois grands usages des blogs personnels qui nous ont paru intéressants et significatifs lors de notre recherche. Ces usages ne sont pas exclusifs et peuvent très bien se compléter. Nous commencerons par nous intéresser au blog

comme une échappatoire face au quotidien avant de l'observer comme un portfolio puis comme un outil professionnel et rémunérateur.

a. Echappatoire face au quotidien

Le blog peut tout d'abord être une **échappatoire face au quotidien** ainsi qu'un outil de développement personnel. En ouvrant un blog, l'auteur peut raconter ses activités journalières et ses réflexions personnelles. Sur ce nouvel espace et semblant protégé de la vie réelle, le sujet se sent écouté et compris. Il est parfois plus simple de se confier sur la toile à des inconnus qu'à son entourage. Le sujet n'a pas alors la crainte d'être jugé et n'appréhende pas les conséquences de ses propos. Il confronte ses points de vue, ses jugements aux réactions de ses lecteurs.

Que le sujet choisisse de raconter sa vie sous un angle humoristique ou plus sérieux, le blog permet de mettre des mots sur son quotidien. Certains ouvrent un blog pour raconter leur maladie, leur homosexualité ou une rupture difficile, d'autres pour décrire un mal-être ou un emploi difficile. Tous ont pour objectif de faire partager leur quotidien et ont l'espoir d'être compris et écouté. Ces **blogs thérapeutiques** favorisent l'autonomie de l'individu qui apprend à se définir à travers l'expression de l'intime. Le blog peut aussi être une aide précieuse lors de choix de vie importants.

Le blog extime est ensuite souvent perçu comme un outil très proche du journal intime. S'ils possèdent de nombreuses caractéristiques identiques – notamment outil introspectif -, le blog extime se distingue par la création de rapports humains à partir du blog. Le blog « répond » aux confidences de son auteur. Celui-ci devient alors la base d'une relation avec des lecteurs anonymes. Ces derniers n'auront que pour seule matière le contenu du blog afin de comprendre, écouter et parfois aider l'auteur du blog. Ce genre de blog se caractérise dès le départ par **le partage** et **la communication**. Il modifie le regard que l'auteur porte sur lui-même. Le travail d'écriture lui permet d'établir une certaine distance avec son quotidien et le place dans une posture

valorisante. En prenant de la distanciation avec son quotidien, le blog permet à son auteur de rencontrer un certain équilibre en ayant l'impression de gérer mieux sa vie. Les échanges avec son lectorat lui permettent de recueillir divers points de vue.

Le sujet peut enfin obtenir de l'aide, de l'écoute et des conseils de la part d'inconnus. L'auteur se sent rassuré et protégé derrière son écran et laisse s'exprimer son moi intime. Le lectorat apporte une écoute et un certain réconfort. Le blog intime possède ainsi des caractéristiques thérapeutiques[55]. Certains évoquent d'ailleurs ce type de blog comme des « blogs thérapie » : accepter une maladie ou une souffrance est parfois plus simple en la mettant à distance par l'écriture. Le blog apparaît alors comme **un outil valorisant** où à l'image des thérapies de groupe, le blogueur se sent soutenu et parvient à se distancier de ses souffrances. Michael Stora parle ainsi «d'une forme d'exhibitionnisme sain » où le blog devient un outil de **développement personnel**. Le sujet confie à des inconnus ce qu'il ne parvient à dire à ses proches. En s'exprimant, il se libère et dédramatise ainsi la situation.

b. Portfolio comme outil de promotion personnelle

Le blog est de plus un outil intéressant pour qui veut travailler son identité numérique. L'identité en ligne retranscrit certains aspects de la personnalité réelle de l'auteur et en masque d'autres. En se créant un espace sur la toile, le blogueur participe à sa **réputation numérique**. Cette démarche lui permet d'éviter de subir une réputation non contrôlée par les publications des autres. En se positionnant comme actif sur la toile, le sujet peut ainsi mettre en avant une partie de sa personnalité et souligner ses qualités. Le blog est un outil idéal pour montrer une image de soi travaillée, réfléchie et soignée. Pour beaucoup de blogueurs, le blog est aujourd'hui considéré comme **une carte de visite** et un véritable avantage sur un C.V. Les commentaires reçus permettent

[55] STORA, Michael. *Les écrans, ça rend accro*. Hachette Littératures, 2007. 116p.

par exemple de voir l'influence du sujet et l'importance de sa communauté. La blogroll met l'accent sur son réseau, ses goûts et ses références. Grâce au contenu et à l'apparence visuelle du blog, le sujet peut souligner des qualités rédactionnelles ou encore des compétences en communication visuelle.

La mise-à-jour du blog demande également une **discipline personnelle**. Sa tenue nécessite en effet du temps, de la rigueur et un certain sérieux. Le blogueur doit tout d'abord trouver régulièrement des sujets, rédiger le contenu, se relire, bien souvent prendre des photographies pour illustrer ses propos et enfin répondre aux commentaires et aux mails reçus. Celui-ci doit également être présent sur les réseaux sociaux et participer à des événements entre blogueurs s'il souhaite développer son réseau.
De plus, lors de la création d'un blog, certains blogueurs mettent en place des tactiques pour s'intégrer plus rapidement dans la blogosphère. Certains commentent par exemple massivement d'autres blogs en espérant un retour. Ces techniques demandent également beaucoup de disponibilité et un grand investissement afin d'être efficaces.

Un blog donne également la possibilité d'acquérir certaines **compétences techniques** propres aux métiers du web. Un blogueur se veut être à la fois le « community manager », le rédacteur web, le référenceur, le développeur et webdesigner de son site. En bloguant, le sujet s'appuie sur des qualités de communication pour intéresser autrui, engager le dialogue ou manifester la réaction de son public. Il intègre naturellement les codes de la blogosphère. Ces qualités peuvent contribuer à souligner des compétences professionnelles qui seraient alors directement mises en pratique sur le blog. Ce dernier devient alors le témoignage de ses compétences.

Il n'est enfin pas rare que des blogueurs obtiennent un travail en relation avec leur blog, grâce à leur réseau. Ce sont de réelles compétences professionnelles qui s'acquièrent grâce au blog. Le lectorat élargi permet à une personne à la recherche d'un certain profil de repérer les qualités de l'auteur.
L'auteur peut également s'appuyer sur le réseau développé via le blog s'il décide de travailler en indépendant ou d'ouvrir une entreprise. Ces lecteurs pourront être d'une

grande aide que cela soit pour rédiger des articles sur le sujet et ainsi partager son projet ou pour devenir un prospect potentiel. Le blog engendre souvent de nouvelles opportunités professionnelles qui permettent d'allier passion et travail.

Pour conclure, nous pouvons retenir que le blog peut être un atout dans une carrière professionnelle. Les avantages sont divers et varient en fonction de l'utilisation du blog, du thème et du lectorat.
Dans tous les cas, la gestion d'un blog sur une longue durée démontre un travail rigoureux, une motivation et permet dans bien des cas d'obtenir un style plus fluide.

c. Blog « professionnel »

Les perspectives professionnelles d'un blog sont de plus en plus relatées dans la presse et les médias. Face à une perte de pouvoir et de confiance des médias, le web apparait comme un espace plus neutre et objectif. A l'écran, une relation plus horizontale entre les marques et les consommateurs a vu le jour. En cela, le blog apparait comme l'outil parfait pour transmettre une image choisie et plus authentique par les marques. Les blogueurs informent, donnent souvent un avis plus libre mais aussi plus personnel et plus subjectif. Cette dimension humaine engendre une relation de confiance forte entre le blogueur et son public, confiance qui permet de « vendre » facilement un produit ou un service.
Il est courant aujourd'hui de faire appel à des bloggeurs lors du lancement d'un produit et l'on ne s'étonne plus de trouver de la publicité sur un blog. Le blog est devenu un nouveau support publicitaire à part entière où l'auteur est un prescripteur.
Nous relaterons tout d'abord dans cette partie les différentes façons de gagner de l'argent grâce à un blog. Nous analyserons ensuite les conséquences de l'introduction d'une rémunération sur le récit de soi.

Il existe diverses possibilités d'être rémunéré grâce à un blog. Les revenus peuvent varier de quelques euros pour un blog avec peu d'ancienneté et un petit lectorat à un salaire pour des blogueurs plus affirmés. Par exemple grâce à ses 25 000 abonnés

sur son blog, Loïc Le Meur a confié à Publicis - régie publicitaire - la gestion de ces espaces de promotion. La régie lui garantit 6 000 euros HT de recette par mois[56]. Il existe également des entreprises spécialisées dans la mise en relation entre blogueurs et marques comme Ebuzzing, GlamMedia ou BuzzParadise. Grâce à son franc-parler et sa spontanéité, le blogueur entretient une relation de confiance particulièrement forte avec son lectorat. Celui-ci peut ainsi influencer de manière significative la prise de décision de l'achat d'un produit ou d'un service grâce à un billet sur son blog.

Il existe plusieurs possibilités pour un blogueur d'obtenir des revenus ou des avantages :

- Celui-ci peut tout d'abord obtenir des revenus en commercialisant des **espaces publicitaires**. Le blogueur peut alors recevoir une rémunération forfaitaire ou obtenir une rémunération selon le nombre de vues, de clic, ou d'achats : c'est l'affiliation. Dans l'affiliation, le blogueur est rémunéré selon le nombre d'achats que son blog a engendré. Ce partenariat le pousse à mettre en avant la publicité afin d'obtenir un bon revenu.
  En vue d'un meilleur référencement, une entreprise peut aussi demander d'ajouter des liens avec certains mots-clefs dans le contenu d'un article en échange là aussi d'une contrepartie financière.

- De nombreux blogueurs optent pour la **rédaction d'articles sponsorisés**. Un article sponsorisé est un article rédigé par le blogueur – plus rarement par le commanditaire – sur un thème choisi en échange d'une contrepartie financière.
  Ces articles ne sont pas toujours bien perçus par le lectorat qui ressent ces articles comme une perte d'authenticité et de spontanéité.
  En effet, l'auteur prête son « je » personnel et sa subjectivité à la publicité et au marketing. Une ambiguïté se met alors en place entre ce que pense réellement le blogueur et ce qu'il écrit uniquement dans le but d'obtenir un gain financier.

---

[56] Disponible à l'adresse : http://loiclemeur.com/france/2007/07/blogbang-les-re.html (consulté le 28 juin 2012).

- Le blogueur peut également bénéficier des **relations publiques** offertes aux blogueurs. De nombreux événements sont organisés par les marques à destination des blogueurs : invitation à des soirées dédiées à un produit, organisation de voyages et rencontres... Les auteurs de journaux en ligne peuvent également bénéficier d'envois de produits afin de les tester, ou encore de services gratuits.

- Enfin, grâce au réseau créé à partir du blog, le blogueur peut également **sponsoriser ses statuts sur Facebook ou Twitter**. Il peut ainsi mettre sur son propre compte des statuts sponsorisés contre rémunération.

Si la rémunération est devenue une pratique normale aujourd'hui, elle n'en demeure pas moins un enjeu crucial au sein d'un blog personnel. Il devient difficile de distinguer les billets personnels et indépendants des billets sponsorisés. Certains blogs s'ouvrent en ayant pour seul objectif d'obtenir des revenus supplémentaires et des avantages. La rémunération peut alors devenir le leitmotiv d'un blog. Ceci soulève de nombreuses questions : quelle valeur donner alors au « je » du blog ? Peut-on toujours considérer les échanges entre le blogueur et le lectorat comme sincères ? Comment cette quête pécuniaire se reflète-t-elle sur le récit de soi ?

Problèmes éthiques du blogueur, De Valck

En 2009, Kristine De Valk[57] synthétise la situation complexe de nombreux blogueurs approchés par des marques. Ces derniers se retrouvent au cœur de trois dynamiques :

- La **communauté** nombreuse qui lui fait confiance et qui attend du blogueur une certaine authenticité et sincérité.

- **Les avantages financiers** ou **matériels** que peuvent lui apporter son espace personnel.

- La **crédibilité** envers le contenu qu'il rédige et présente. C'est la valeur de sa parole et la confiance de son lectorat qui est en jeu.

Ce schéma souligne bien la situation compliquée dans laquelle se trouve certains blogueurs. En acquérant une certaine visibilité et un public nombreux, ils obtiennent des responsabilités et deviennent des représentants des marques. Ils se confrontent alors au problème de transparence et d'éthique. L'objectif est de conserver une certaine crédibilité, la confiance du lectorat et un public nombreux tout en bénéficiant des avantages financiers et matériels. Pour cela, il est nécessaire de conserver la confiance du lectorat.

2. Relation entre identité et représentation de soi en ligne

Se raconter au fil des mois et des années sur un blog, c'est mettre l'accent sur une facette de son identité que quiconque peut découvrir en surfant sur le web. C'est afficher une personnalité numérique dans les moindres détails, personnalité qui évolue et que

[57] DE VALCK, Kristine. *Le concept des bloggeurs : Le bouche à oreille dans les communautés online*. Paris : 2009.
Disponible à l'adresse : http://hal-hec.archives-ouvertes.fr/hal-00495710.

l'on se plait à retranscrire au fil des jours. C'est souvent mettre en scène son environnement et son quotidien.

Cette identité numérique n'a rien d'immédiate ou d'innée. Le blogueur doit prendre le temps jour après jour de se mettre en scène et de créer une relation de confiance avec son lectorat. En cela, on peut considérer le blog comme un espace réflexif où le sujet rapporte des moments de vie. Il inscrit son quotidien dans la sphère publique. Pour autant, ces tranches de vie sont toujours écrites au travers d'un filtre. Le blogueur ne montre que ce qu'il veut bien montrer et avec un certain angle. Il y a une dissolution du réel dans le récit de soi où l'auteur cherche à plaire. A partir de ce contenu exposé, l'auteur reçoit en retour des réactions. Entre le contenu du blog et les échanges numériques – ou réels - une dynamique identitaire se met en place et évolue.

Nous analyserons tout d'abord dans cette partie l'influence du blog intime tant sur la représentation qu'à l'auteur de lui-même, que de celle qu'il donne aux autres. Nous nous questionnerons enfin sur l'authenticité de la parole du blogueur.

a. Effet Protée vers une construction de soi

L'effet Protée se définit comme étant l'influence de la représentation numérique sur sa propre représentation.

Le blog intime comporte de nombreux atouts et avantages. Celui-ci peut permettre à son auteur d'acquérir une certaine confiance et de s'affirmer à travers sa vie personnelle. En cela, le blog intime est parfois perçu comme un récit thérapeutique. En se mettant en scène sur un espace virtuel au quotidien, l'auteur met des mots sur ce qu'il ressent et sur ses goûts. Le blog peut engendrer une prise de recul et une objectivisation des scènes contées. Les commentaires permettent un échange et un dépassement de sa propre perception. En somme, le blog est un outil très riche pour s'analyser dans la durée. En cela, le blog possède de nombreux points en commun avec le journal intime, outil d'introspection et d'analyse de soi.

Dans de nombreux cas, l'influence du blog – et plus largement de l'identité numérique – est positive pour son auteur. En effet, le blog apporte une certaine écoute et une

confiance en soi. En plus de mieux se connaître, une communauté se met en place autour du blog, communauté qui partage les valeurs de l'auteur et un intérêt pour son quotidien. L'auteur se sent ainsi reconnu et compris. En cela, le blog va l'amener vers une meilleure connaissance de lui-même et lui permettre d'assumer sa personnalité. Le sujet peut également progresser dans certains domaines dans le but de partager cette évolution avec son lectorat. Il peut s'inscrire dans une dynamique positive et motivante.

Après quelques mois de pratique du blog, on remarque une prise de conscience vis à vis de l'image renvoyée sur la toile. De nombreux blogueurs ressentent alors le besoin de se protéger et d'établir une distinction entre le « je » affiché et assumé sur le blog et le « je » intime et privé de la vie réelle. On retrouve souvent un basculement d'un récit intime et confiné vers un récit public. Le sujet ne dévoile plus alors son intériorité, il se met en scène et s'appuie sur son environnement. Le blog évolue vers une autofiction.

On remarque qu'il s'avère souvent délicat de faire évoluer l'identité numérique quand celle-ci plaît à un public. La peur de décevoir le public, ou de provoquer une incompréhension de la part de celui-ci, pousse certains blogueurs à s'éloigner de la réalité afin de correspondre à un certain idéal dicté par son lectorat. Le risque est alors de ne pas mentionner de manière claire cette distanciation avec son audience. Cette dernière risque de se sentir « trahie » lorsqu'elle se rendra compte de la supercherie.

En rédigeant des articles fictionnels paraissant réels, le blogueur risque, de plus, de s'enfermer peu à peu dans une image fausse et qui s'éloigne peu à peu de la réalité. Le cœur du problème de l'identité en ligne dans un blog personnel se situe dans **l'évolution de la personne** mais aussi du lectorat et des enjeux du blog. Il s'avère souvent difficile pour un blogueur qui a atteint une certaine notoriété d'avouer certains détails peu glorieux de sa vie quand on tend sur la toile à en montrer une image policée. Prenons l'exemple d'une blogueuse qui aurait rencontré un certain succès en relatant notamment au fil des jours sa relation amoureuse et son mariage. Elle aurait obtenu grâce à son espace numérique une certaine reconnaissance dans ce domaine voire des opportunités professionnelles. Son blog aurait ainsi évolué de la sphère privée à la sphère publique, et du statut d'amateur à celui de professionnel. Elle se représenterait ainsi, à travers un mariage beau et heureux, gage de réussite. Si, cette même personne

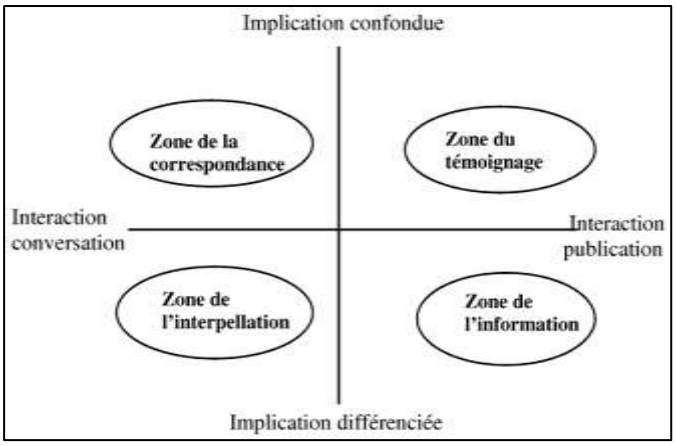
venait à divorcer dans les mois suivant son mariage, il serait délicat pour elle de dévoiler son « échec ». En plus, de briser l'image parfaite qu'elle s'est façonnée durant des années sur son blog, cet aveu pourrait engendrer une perte d'activité sur le plan professionnel. Dans cette situation, si la blogueuse décide de ne pas dévoiler son divorce, son blog va nécessairement évoluer vers une fiction.
Afin de se préserver, le blogueur peut alors décider de fermer les commentaires : une frontière s'érige alors entre le blogueur et le lectorat.

b. D'une parole authentique vers une parole instrumentalisée

Un blog semble, par sa nature, personnel et intime. Comme nous l'avons vu précédemment, le « je » employé n'est pourtant pas toujours aussi authentique qu'il n'y paraît : publicité, monétisation, besoin de se protéger ou encore de conserver un part d'intime. De nombreuses raisons peuvent amener un blogueur à prendre de la distance avec son blog. Pourtant, le public accorde sa confiance au créateur du blog lorsqu'il se rend sur le blog ou le commente : comment protéger alors une part d'intimité lorsqu'on désire conserver la confiance de son lectorat ? Est-il possible de monétiser son blog tout en conservant une certaine liberté d'expression et une transparence ?

Pour certains blogueurs, la solution semble être la transformation du récit en autofiction afin de mieux maitriser l'image renvoyée sur la toile et protéger ainsi leur anonymat. La parole devient alors moins spontanée. Si le blogueur contrôle son image, celle-ci ne doit pas pour autant apparaître comme moins sincère. L'étude d'Anne-Claire Orban de Xivry, Julie Matagne et Annabelle Klein[58] analyse les différentes typologies de la blogosphère en se basant sur les modes relationnels. Cette étude s'intéresse à la relation entre le contenu du blog et le lectorat et souligne l'importance de la **confiance** entre blogueur et lectorat et d'une parole authentique.

[58] ORBAN DE XIVRY, Anne-Claire ; MATAGNE, Julie ; KLEIN, Annabelle*. Typologie dynamique : une blogosphère de projets*. Objectif blogs ! Explorations dynamiques de la blogosphère. Paris : 2007.



Typologies de la blogosphère selon d'Anne-Claire Orban de Xivry, Julie Matagne et Annabelle Klein par Nolwenn Henaff

Les chercheuses sont parties de la notion de « **projet de blog** » et de « **promesse** » afin de définir la relation qui se noue entre l'auteur et son lectorat. Ce terme définit ainsi les règles de communication établies entre le blogueur et son public. Celles-ci ont engendré divers degrés d'engagement de la part du blogueur. A partir de cette notion, elles ont dégagé deux axes permettant ensuite une classification des blogs : l'implication du blogueur dans son contenu – sur l'axe vertical sur le schéma – et le contenu interne ou externe à l'auteur – axe horizontal. L'implication de l'auteur se définit par la façon dont l'auteur interagit avec son public et met l'accent sur sa subjectivité dans ses écrits. Ici, c'est la notion de promesse qui nous intéresse tout particulièrement.

L'évolution du blog et sa valorisation font parfois évoluer cette notion de promesse. Le blog évolue d'un blog intime vers un blog de vie. L'auteur ne fait alors plus part de son intériorité mais décrit plutôt son quotidien et ce qui l'entoure. Ce basculement provoque souvent une modification du pacte implicite entre l'auteur et son public, et plus largement du projet du blog. Si ce dernier est au départ un choix libre et autonome de l'auteur, il est difficile de le modifier par la suite une fois que le lectorat a intégré les codes et les valeurs. Ce sont justement pour ces valeurs mêmes que le public s'est attaché au blog.

Le public peut ainsi se sentir trahi s'il ressent que l'auteur feint une implication personnelle qui diffère de l'ouverture du blog, voire qui n'existe plus. Un blog qui se

professionnalise peut souvent évoluer d'une zone de correspondance, marquée par une forte subjectivité et un ton très personnel vers une zone de l'information, plus objective et distanciée. L'objectif est de ne pas rompre la confiance entre le blogueur et le lectorat. Cette confiance provient de la franchise et de la sincérité de l'auteur. A partir de son contenu, l'auteur engage sa crédibilité et sa réputation. Il s'agit alors de trouver un équilibre entre ce qui peut être considéré comme public et qui peut être montré, et ce qui doit être caché et rester de l'ordre du privé. Chaque individu possède sa propre définition de ce qu'il considère comme intime.

Afin de conserver une relation de confiance, il est essentiel que le blogueur soit **transparent** sur l'évolution du blog. A partir du moment où le blogueur établit une barrière distincte entre la sphère privée et publique, faisant ainsi preuve de transparence sur le sujet, le lectorat n'a aucune raison de se sentir trompé par l'auteur et se montrera compréhensif. A ce propos, une blogueuse de vie écrivait sur son blog :

> « Il m'est arrivé de beaucoup me confier sur ce blog mais je crois que maintenant les choses de la vie deviennent beaucoup plus compliquées et je me vois mal vous en parler ici. Beaucoup de choses se bousculent dans ma tête, dans mon cœur... et je crois que "pour une fois" je vais garder une certaine pudeur. »[59]

Cette décision a été très bien reçue et soutenue par son lectorat. A l'inverse, un blogueur qui ne donnerait pas d'explication et établirait soudainement une frontière entre son lectorat et lui, risque de recevoir des commentaires négatifs. Il paraît essentiel que le blogueur conserve une certaine franchise. Si le lectorat ne sera pas systématiquement en accord avec l'auteur, il sera toujours plus compréhensif face à sa sincérité.

Que cela soit pour préserver une part d'intime ou pour la monétisation du blog, la transparence et l'échange forment la clef pour conserver la confiance entre le public et l'auteur du blog. La règle de base, pour les publicités, semble être de s'engager uniquement dans celles qui correspondent à la ligne éditoriale du blog afin d'être crédible. Les billets sponsorisés doivent raconter une histoire, le blogueur doit se montrer impliqué et sincère et continuer à s'exprimer de manière personnelle.

---

[59] Morgane. *Barcelona random*. Disponible à l'adresse : http://redlipstickandmacrame.blogspot.fr/2012/05/barcelona-random-1.html#comment-form (consulté le 21 mai 2012).

Ainsi, la transparence, l'échange et la sincérité sont les valeurs de base d'un blog associées à une parole sincère et authentique.

3. *Implication sur les relations humaines : liberté d'expression et vie privée*

Un blog se façonne autour des relations humaines, et implique nécessairement des échanges entre l'auteur et son lectorat. Que ces interactions se limitent à l'espace numérique, ou qu'elles se poursuivent dans la vie réelle, la distinction entre vie privée et vie publique est ténue : que peut-on dire de soi sur la toile ? Comment mesurer les répercussions possibles ? Quelles en sont les limites ? Si ces questions ne se posent pas toujours de façon automatique lors de l'ouverture d'un blog, celles-ci surgiront à un moment donné : que cela soit lors de la découverte du blog par un proche, des implications possibles du blog sur la vie professionnelle du sujet ou des questions du lectorat paraissant un peu trop intimes aux yeux de l'auteur du blog.

En désirant renvoyer une image de soi attrayante, des écarts entre l'identité numérique et la réalité peuvent progressivement s'établir. Le lectorat se sent trompé lorsqu'il découvre que l'image idéalisée, renvoyée par le blog, s'avère être un leurre. Ce principe de réalité n'est jamais facile à admettre et à faire comprendre à son public. D'un coté, le public aime se rendre sur le blog pour s'évader et rêver. Le blog apparaît alors comme un modèle de vie auquel il aspire. De l'autre, il apprécie l'authenticité et la spontanéité qui lui permettent de se reconnaître à travers les expériences personnelles du blogueur. L'essentiel est de parvenir à partager son quotidien, sans pour autant s'exhiber, et conserver une part d'intime, afin de se protéger. Capucine Piot, du blog Babillages.fr indique à ce propos :

> « Quand on est très peu lu, on s'en fiche, on est moins bridé par toutes ces considérations. Et puis, quand le blog grandit, quand on se rend compte que Babillages est une véritable carte de visite, on fait un peu plus attention. Mais ce qui me fait vraiment réagir, ce sont les trolls. Des filles sur des forums décortiquent les moindres faits et gestes que je daigne partager sur le web. Elles

> interprètent, extrapolent. Sortent des propos hors de leur contexte ». (Le questionnaire complet de Capucine est disponible en annexe).

A partir du commentaire de Capucine, on comprend l'importance de la protection de la vie privée dès qu'un blog commence à acquérir une certaine notoriété. Le lectorat peut alors devenir pesant. A l'image d'une célébrité, le blogueur doit commencer à mesurer ses propos et se protéger. C'est là qu'apparaît l'influence du blog sur la vie réelle de l'auteur. Ce dernier prend conscience de l'importance de mesurer ce qu'il expose sur la toile. Capucine réfléchit sur la façon de préserver sa vie privée et celle de ses proches :

> « Je dirais qu'il n'y a pas de solution miracle : en dire le moins possible, en montrer le moins possible. Appliquer l'adage "pour vivre heureux vivons cachés". Les gens qui me lisent connaissent Babillages et très peu Capucine. Bien sûr, il y a une part de moi dans ce blog, la sincérité, l'impulsivité, l'envie de partager, etc. Mais sur mon blog, on ne sait pas vraiment ce qu'il y a dans ma vie de Capucine Piot. Au mieux on saura que j'ai un mec, un frère, des parents... que je suis partie en vacances à tel ou tel endroit. Mais c'est tout. Ce que je raconte sur le net, je le délivre de mon fait en toute conscience et connaissance de cause. Contrairement à ce que j'ai pu faire au début, sans me méfier de l'Internet. »

A un certain niveau de réussite, il semble difficile d'agir aussi spontanément et librement que lors de l'ouverture du blog.

Notons que face à ce succès et cette professionnalisation, des forums[60] et des blogs sont apparus dont la ligne éditoriale consiste à dévoiler la vie intime des blogueurs, à l'image d'un magazine people. Le public est en quête de détails personnels et émet souvent beaucoup d'hypothèses. Ces réactions peuvent être difficiles à vivre pour un blogueur qui ne se serait pas préparé à ce genre de conséquences et qui voudrait conserver une certaine intimité. Ces répercussions soulignent l'importance de conserver une certaine pudeur et décence en ligne, et de ne pas tout dévoiler. Il semble également nécessaire d'éviter de divulguer des informations sur ses proches sans leur autorisation.

Dans ce cas-là, l'auteur a tout intérêt à ce que les anecdotes personnelles aient une portée publique. Ainsi, en prenant un caractère universel, les lecteurs peuvent se reconnaître. Nous nous situons alors moins dans l'épanchement intime que dans le

---

[60] http://ffp-bbgirlz.forumgratuit.org/ est un forum où des personnes se regroupent pour discuter autour des blogs et de la vie de leur auteur.

partage et la reconnaissance publique. Le quotidien de l'auteur n'est alors plus qu'un matériau et un support permettant d'écrire des histoires ayant une dimension collective. L'objectif est de permettre au public de se reconnaître à travers des billets décrivant des expériences et émotions particulières. Les mots de l'auteur renvoient le public à sa propre expérience. A l'image de l'art, et sous-couvert du « je », l'écriture intime révèle ainsi une portée universelle et parvient à toucher le lectorat. Ceci n'est pas sans rappeler ces célèbres vers de Victor Hugo : « *Quand je vous parle de moi, je vous parle de vous. Comment ne le sentez-vous pas ? Ah ! Insensé qui crois que je ne suis pas toi* » qui mettent en relief cette problématique du général et du particulier. Celle-ci est au cœur de la portée artistique de toute œuvre.

Beaucoup de blogueurs usent d'artifices pour continuer à se dévoiler tout en protégeant une partie de leur vie privée. S'ils en décrivent certains détails, ils mettent surtout en scène la société qui les entoure. En cela, le blog se présente comme un miroir de la société. Afin de se mettre en retrait, ils utilisent des surnoms ou ne précisent que les initiales des personnes et des lieux évoqués. Ceci leur permet de continuer à écrire tout en conservant une certaine pudeur et une part d'anonymat. Des blogueurs utilisent aussi des photographies où les visages sont floutés ou coupés, d'autres y ajoutent de faux détails pour brouiller les pistes.

Ces mises en garde soulignent la nécessité d'instaurer des limites claires, afin de ne pas exposer son intimité sur internet et d'en subir des conséquences non-désirées. Il s'agit alors de partager des sentiments, des souvenirs, et des conseils sans pour autant s'exhiber.

VI. CONCLUSION

Nous pouvons définir le blog intime comme une œuvre en mouvement dans laquelle l'auteur s'écrit et évolue au fil des jours. A travers le récit de soi, le bloggeur se dessine une identité numérique lui convenant. Il se met en scène. S'il s'appuie sur le réel : le blog demeure un miroir déformant où l'auteur souligne certains traits de sa personnalité et en masque d'autres.
La dimension interactive est essentielle dans la relation qu'entretient le blogueur avec son journal en ligne. Le lectorat répond, donne son avis et parfois peut le juger négativement. A partir du blog, le lectorat projette une certaine représentation du blogueur.

Tout au long de ce mémoire, nous avons étudié les possibilités de professionnalisation des blogs intimes sur la durée. Si cette hypothèse s'est avérée juste, dans de nombreux cas, il ne s'agit certainement pas d'une généralisation du phénomène à l'ensemble des blogs intimes. Nous avons pris le parti de nous intéresser uniquement aux blogs intimistes regroupant certains critères que l'on peut identifier comme « de réussites ». Pour ce faire, nous en avons distingué trois : une ancienneté d'au moins trois ans, une importante audience, et une régularité dans la ligne éditoriale. Ces critères nous ont permis de regrouper des auteurs de blogs montrant une certaine motivation et persévérance vis-à-vis de leur journal en ligne. En effet, la réussite d'un blog demande, à la fois des compétences techniques, éditoriales et relationnelles, afin d'obtenir un engagement de la part du lectorat.

Le blog intime apparait ainsi comme une façon de s'affirmer à travers sa vie personnelle et d'être reconnu par ses lecteurs. Il se révèle comme un outil de reconnaissance publique où l'identité personnelle est mise en exergue. Grâce à cette transparence, ce franc-parler et au contenu-même du blog, le blogueur parvient à créer une relation de confiance forte avec son lectorat. A la fois outil éditorial et communicationnel, c'est à juste titre que le terme « blogueur influent » peut être employé dans la mesure où les blogueurs se positionnent en tant que prescripteurs et

parviennent à influencer une communauté. Cette influence procure différents bénéfices : revenus supplémentaires, image en ligne valorisée, notoriété et opportunités professionnelles. Dans certains cas, le blog évolue du simple loisir vers un véritable travail, avec de nouvelles contraintes et responsabilités.

Nous remarquons que l'usage du blog revêt une trajectoire d'apprentissage que l'on peut scinder en quatre grandes périodes : la découverte, l'enchantement, la désillusion et l'équilibre. Les blogs, qui apparaissent comme « modèles de réussite » ont atteint cette dernière étape. Ces auteurs de blog paraissent entretenir un rapport sain avec leur journal en ligne. Ils en connaissent les avantages mais également les limites et les règles à adopter. Ils considèrent le blog comme un support éditorial et communicationnel leur permettant à la fois de renvoyer une image contrôlée et de dialoguer avec un large lectorat. Ils possèdent un certain recul et leur « je » personnel revêt une dimension plus universelle et parfois mercantile. Ce type de blog repose sur une relation de confiance forte vis-à-vis du lectorat et sur la transparence du blogueur.

Enfin, il n'est pas rare que des blogueurs ouvrent plusieurs blogs de nature différente. Cela leur offre la possibilité de pouvoir s'exprimer de la façon dont ils le désirent au sein de chacun d'entre eux. Cela leur permet de séparer leurs propos selon le thème, le degré d'intimité et de cibler, avec plus de finesse, le public récepteur : un blog intime et anonyme où le sujet confie ses pensées quotidiennes, un blog de cuisine où il partage ses recettes avec sa famille, un blog plus professionnel en tant que carte de visite... Le blog a ainsi des implications sur l'e-réputation d'un sujet. Il est essentiel que ce dernier en ait conscience, afin de pouvoir contrôler son image en ligne et de ne pas provoquer des conséquences négatives.

Cette étude a souligné divers usages et contraintes du blog intime personnel : qu'en est-t-il pour les blogs d'entreprise ? Il serait intéressant qu'une étude analyse les différents degré d'intimité de « je » personnel dans un blog d'entreprise et leurs contraintes et usages.

VII. BIBLIOGRAPHIE

1. *Identité et représentation de soi*

- GADBOIS, Jocelyn; VEZINA, Catherine. *Angles morts de la mémoire, de brefs regards sur le contexte immédiat.* Laval : Conserveries mémorielles, 2011, n°10. Disponible à l'adresse : http://cm.revues.org/869 (consulté le 28 octobre 2011).

- GIROUX, Nicole. *La gestion discursive des paradoxes de l'identité.* Montréal : 2001. Disponible à l'adresse : http://www.resilience-organisationnelle.com/pj/identite_personnelle_et_organisation.pdf (consulté le 12 février 2012)

- JEUDY, Henri-Pierre. *L'Absence d'intimité : Sociologie des choses intimes*. Paris : CIRCE, 2007. 150 p.

- KAUFMANN, Jean-Claude. *L'invention de soi. Une théorie de la liberté.* Paris : Fayard/Pluriel, 2010. 352 p.

- L'ECUYER, René. *Le concept de soi*. Paris : Presses Universitaires de France, 1978. 422 p.

- LEVI-STRAUSS, Claude. *L'identité*. Séminaire. Paris : Grasset, 1977. 348 p.

- MARTIN, Denis-Constant. *Le choix d'identité - Les fonctions du discours identitaire*. 2002. Disponible à l'adresse : http://ha32.org/spip/IMG/pdf/DC_Martin_web.pdf (consulté le 1er mai 2012).

- LE BRETON, Hervé. *L'Interactionnisme symbolique*. Paris : Presses universitaires de France, 2004. 256 p.

- PIOTET, François ; SAINSAULIEU, Renaud. *Méthodes pour une sociologie de l'entreprise*. Paris : Presses de Sciences Po, 1994. 377 p.

- RICOEUR, Paul. *Soi-même comme un autre.* Paris : Seuil, 1996. 424 p.

- RICOEUR, Paul. *Réflexion faite. Autobiographie intellectuelle.* Esprit, 1995. 115p.

2. *Blog*

- CANEVET, Frédéric. *Etude sur les Blogueurs Francophones*. 2010. Disponible à l'adresse : http://www.conseilsmarketing.fr/wp-content/Etude-blogueurs-francophones.pdf (consulté le 12 mars 2012).

- DE VALCK, Kristine. *Le concept des bloggeurs : Le bouche à oreille dans les communautés online*. Paris : 2009. Disponible à l'adresse : http://hal-hec.archives-ouvertes.fr/hal-00495710.

- GLOAGUEN, Laurent. *Typologie de la Blogosphère*. 2004. Disponible à l'adresse : http://embruns.net/carnet/etude-du-blogue/typologie-de-la-blogosphere.html (consulté le 15 mars 2012).

- HENAFF, Nolwenn. Etude d'un blog pédagogique. Le blog d'une enseignante en histoire-géographie*. Distances et savoirs*, 2009, volume 7, n°3, p. 377-398.

- HENAFF, Nolwenn. *Blog : un journal intime comme mémoire de soi* [En ligne]. Rennes: Conserveries mémorielles, 2011, n°10. Disponible à l'adresse: http://cm.revues.org/920 (consulté le 27 octobre 2011).

- HENAFF, Nolwenn. *Parole authentique versus parole instrumentalisée : le pouvoir communicationnel des blogs*. Thèse de doctorat : science de l'information et de la communication. Rennes : Université Européenne de Bretagne, 2008, 466 p. Disponible à l'adresse: http://hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/32/99/27/PDF/these_henaff.pdf (consulté le 27 octobre 2011).

- JEANNE-PERRIER, Valérie. Des outils d'écriture aux pouvoirs exorbitants. *Réseaux*, 2006, n°137, p.97-131.

- LEGROS, Michel. Etude exploratoire sur les blogs personnels santé et maladie. *Santé Publique,* 2009, n°21, p.41-51.

- LOMBARD, Geneviève. Le blog et le nombril. *Champ psychosomatique*, 2006, n°43, p. 125-134.

- LOVINK, Geert. Blogging, l'impact nihiliste. *Cahiers Sens Public*, 2008, n°7-8, p.17-37.

- ORBAN, Anne-Claire. La blog' attitude: rester dans le vent ! *Pensée plurielle*, 2007, n°14, p. 45-51.

- PALDACCI, Mathieu. Le *blogueur* à l'épreuve de son blog. *Réseaux,* 2006, n°138, p. 73-107.

- SOBEL, Jon. *State of the Blogosphere 2011 Introduction*. 2011.

Disponible à l'adresse : http://technorati.com/social-media/article/state-of-the-blogosphere-2011-introduction (consulté le 19 février 2012).

- SOLIS, Brian. *The Three C's of Information Commerce: Consumption, Curation, Creation*. 2010.
  Disponible à l'adresse : http://www.briansolis.com/2010/11/the-three-cs-of-social-networking-consumption-curation-creation (consulté le 20 février 2012).

- TROCME, Marie. *Les blogueuses influentes : un outil de prescription ?* Paris : Université de Paris Ouest, 2011. 107p.

3. *Identité numérique et processus de construction identitaire*

- AUBERNAS, Florence ; BENASSAYAG, Miguel. *La fabrique de l'information : les journalistes et l'idéologie de la communication.* Paris : La Découverte, 2007. 109 p.

- BOREL, Simon. Les liaisons numériques. Dangereuses ou vertueuses ? *La Découverte. Revue du MAUSS*, 2011, n° 38, p. 349 à 368.

- CASILLI, Antonio. *Les liaisons numériques.* Paris : Seuil, 2010. 331 pages. (La couleur des idées).

- CARDON, Dominique. *Le design de la visibilité: un essai de typologie du web 2.0.* Paris : Laboratoire SENSE, 2008. Disponible à l'adresse : http://www.jeunes.gouv.fr/IMG/pdf/typo.pdf (consulté le 28 octobre 2011).

- CARDON, Dominique ; DELAUNAY-TETEREL, Hélène. La production de soi comme technique relationnelle. *Réseaux,* 2006, n°138, p. 15-71.

- CARDON, Dominique. La découverte. *Réseaux,* 2006, n°138, p. 9-12.

- DELAUNAY-TETEREL, Hélène. L'affichage public des amitiés. *Ethnologie française*, 2010, n°40, p. 115-122.

- DOUEIHI, Milad. *Pour un humanisme numérique.* Paris : Seuil, 2011. 177p. (La Librairie du XXe siècle).

- GEORGES, Fanny. Représentation de soi et identité numérique. *Réseaux*, 2009, n°154, p. 165-193.

- GEORGES, Fanny. L'enfer des autres « soi-même » : identité personnelle et archives numériques. *.dpi*, 2009, n°15.
  Disponible à l'adresse : http://dpi.studioxx.org/demo/?q=fr/no/15/enfer-autres-soi-meme-par-fanny-georges (consulté le 20 mars 2012).

- GEORGES, Fanny. *Identités virtuelles. Les profils des utilisateurs du web 2.0.* Paris : Questions Théoriques, 2010. 216 p. (L>P).

- HENNION, Antoine ; MAISONNEUVE, Sophie ; GOMART, Emilie. *Figures de l'amateur : Formes, objets, pratiques de l'amour de la musique aujourd'hui*. La Documentation Française, 2006. 281 p.

- JAUREGUIBERRY, Francis. Le moi, le soi, et internet. *Sociologie et sociétés*, 2000, vol. 32, n° 2. p. 136-152.
  Disponible à l'adresse : http://id.erudit.org/iderudit/001364ar.

- ORBAN DE XIVRY, Anne-Claire ; MATAGNE, Julie ; KLEIN, Annabelle. *Typologie dynamique : une blogosphère de projets*. Objectif blogs ! Explorations dynamiques de la blogosphère. Paris : 2007.

- POTIER, Rémy, BIALES, Pierre. De l'amitié en virtuel. *Adolescence,* 2007, n°61, p. 581-591.

- STORA, Michael. *Les écrans, ça rend accro*. Hachette Littératures, 2007. 116p.

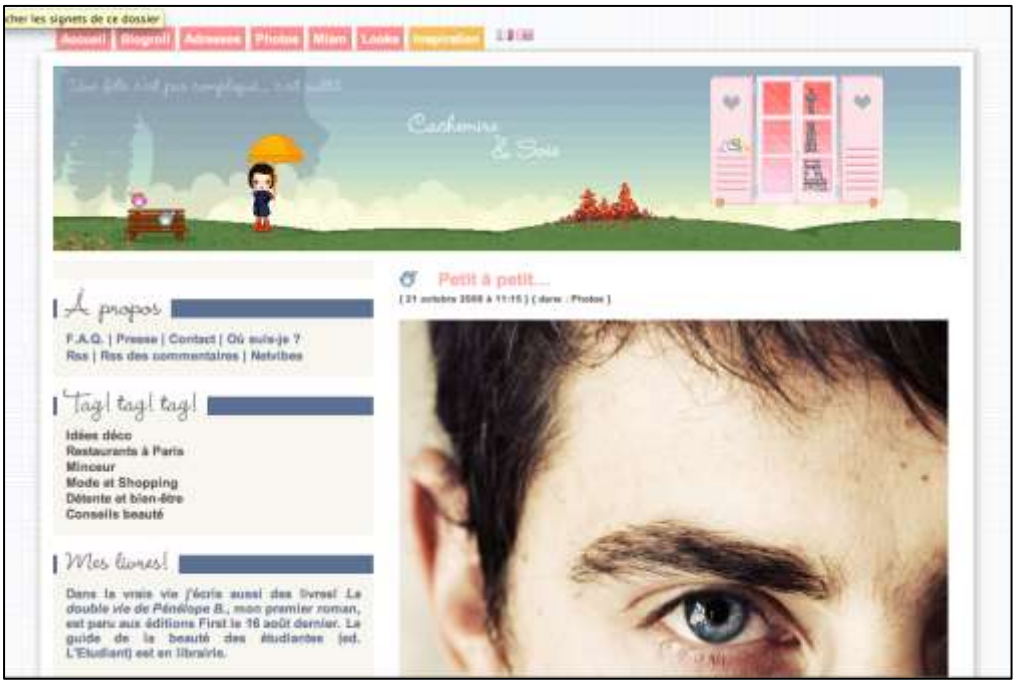
- TAYLOR, Charles. *Multiculturalisme, différence et démocratie*. Paris : Aubier Montaigne, 1993. 142 p.

- YEE, Nick ; BAILENSON, Jeremy. The Proteus Effect: The Effect of Transformed Self-Representation on Behavior. *Human Communication Research*, 2007, vol. 33, n°3, p. 271-290.

VIII. ANNEXE

1. *Evolution de l'apparence visuelle du blog Cachemireetsoie.fr*

Apparence du blog en 2007



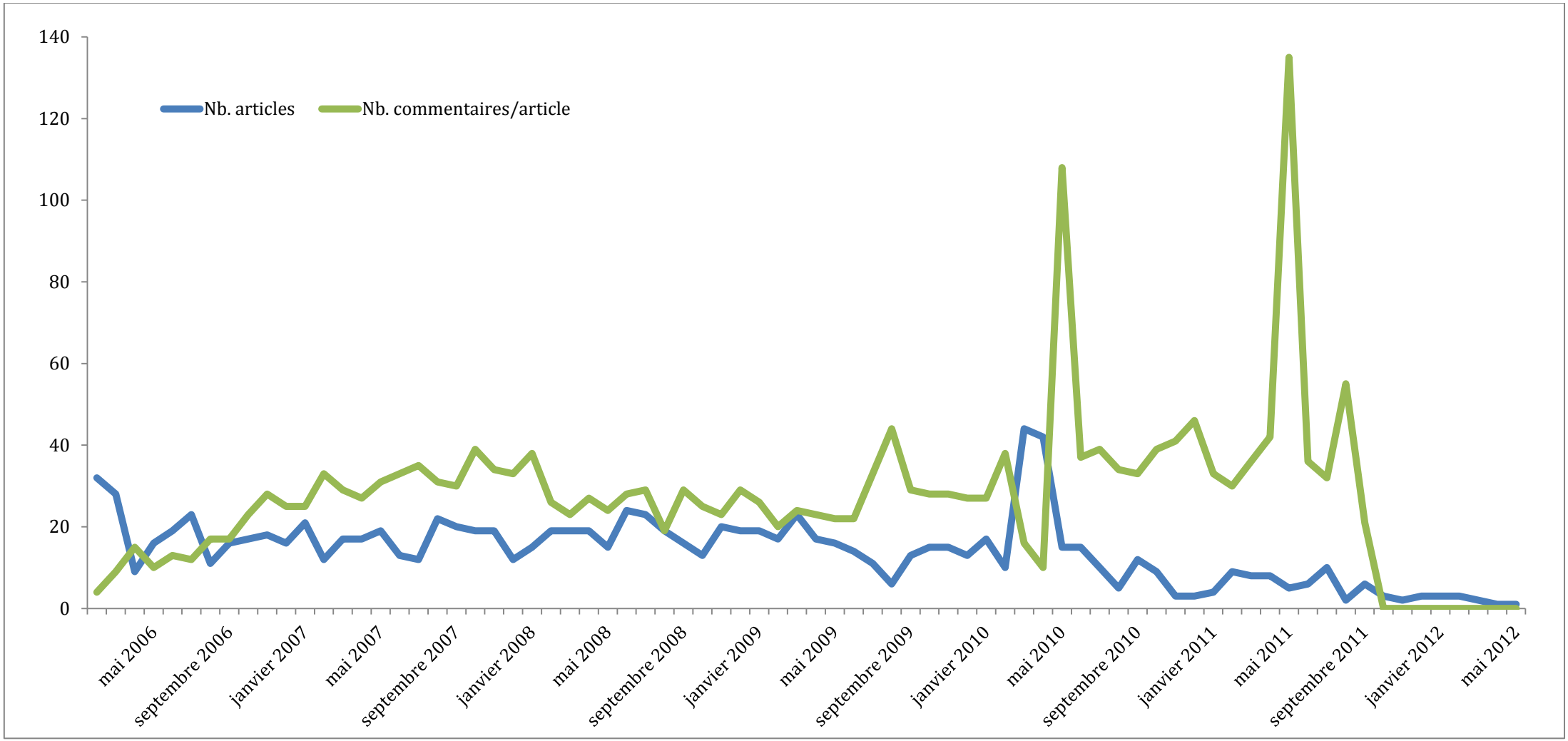
Apparence du blog en 2008

Apparence du blog en 2009

Apparence du blog en 2010

Apparence du blog en 2011

Apparence du blog en 2012



2. Evolution du nombre d'articles et de commentaires

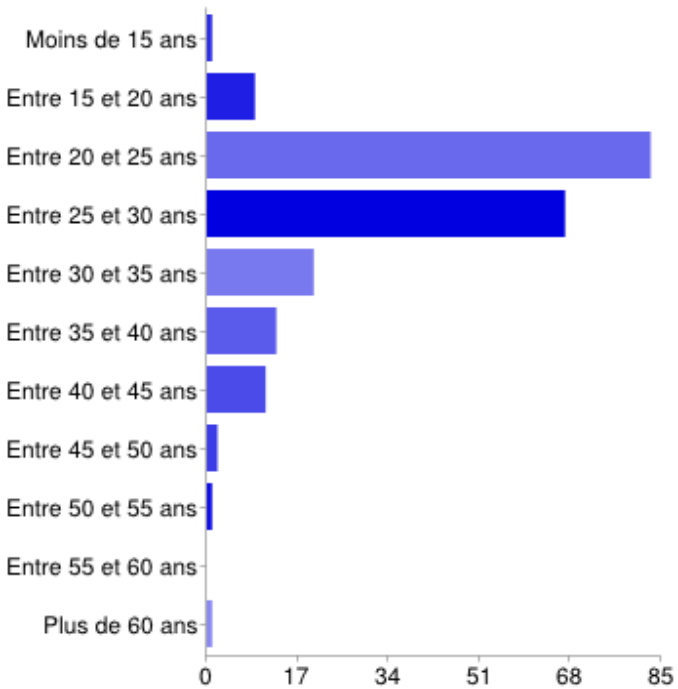
3. *Synthèse de l'enquête adressée aux blogueurs*

L'enquête a été menée auprès de 210 blogueurs. Le questionnaire nous a permis de recueillir des données quantitatives -ancienneté du blog, durée de rédaction d'un billet, etc.- et qualitatives : choix de l'anonymat, évolution du blog, etc.
Pour les données quantitatives, nous avons réalisé un travail de synthèse dans le but de mettre en évidence les informations récurrentes.

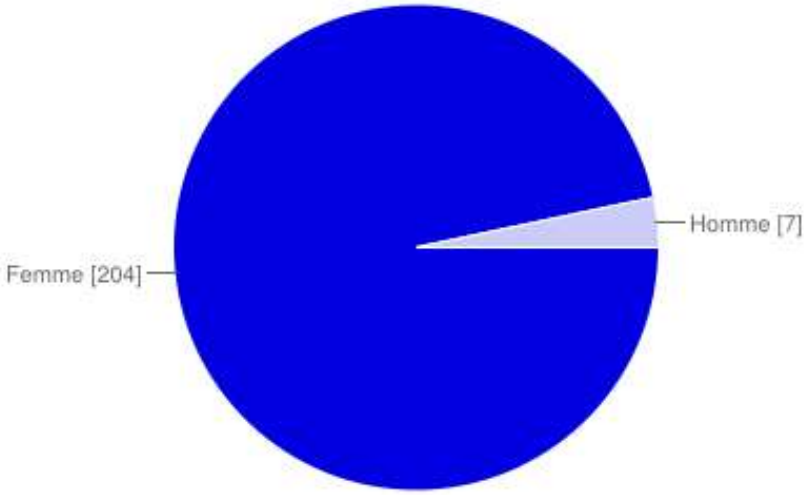
Notons enfin que le champ « other » permettait de développer la réponse. Toutes les réponses aux questions étaient facultatives.

a. Questions sur l'auteur

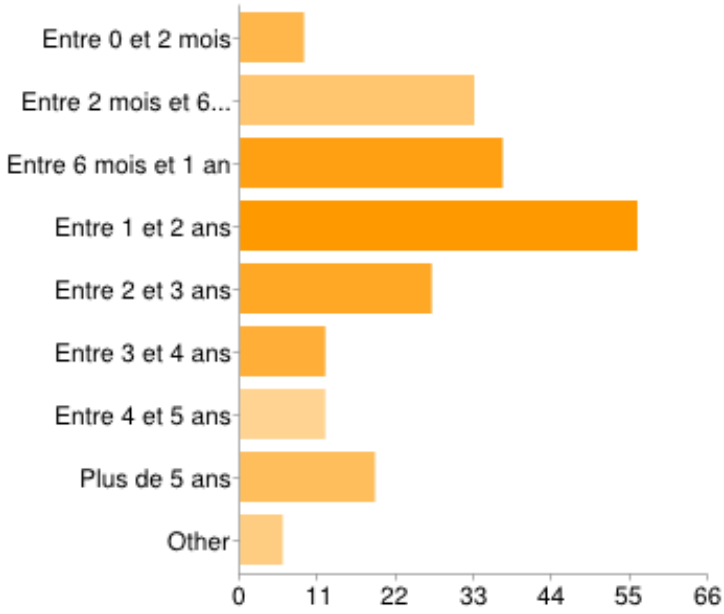
Âge:



Sexe:

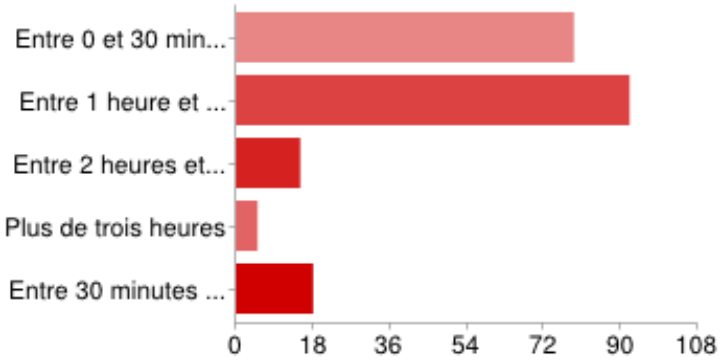


Ancienneté du blog:

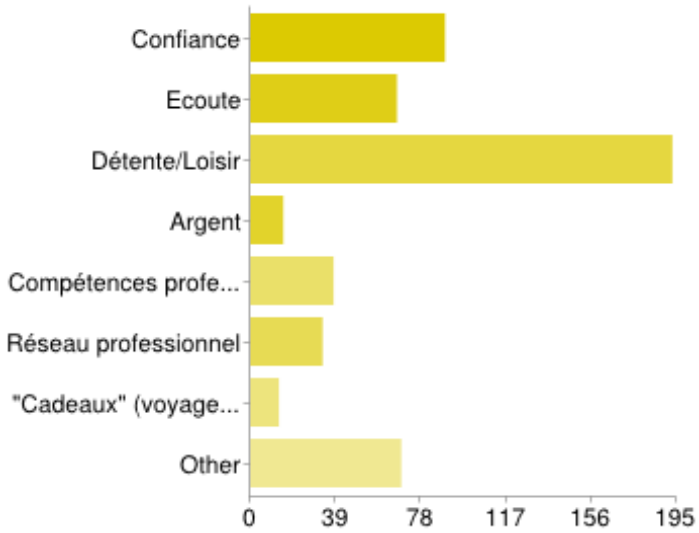


b. Questions générales:

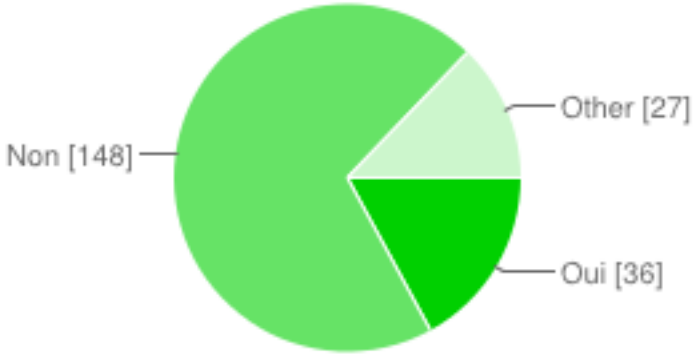
Combien de temps vous prend en moyenne la rédaction d'un billet de blog?



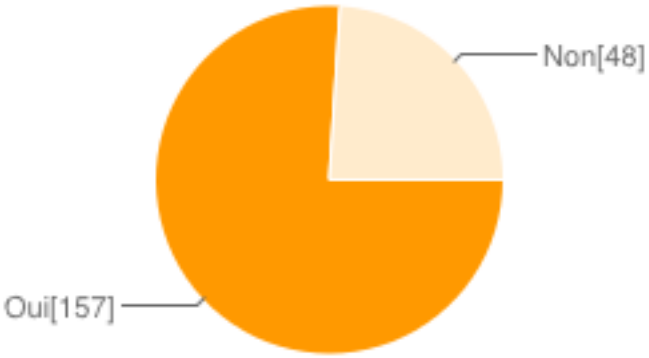
Que vous apporte votre blog ?



Avez-vous une fréquence de publication bien définie ?



Votre blog vous a-t-il permis de développer certaines compétences (rigueur, rédaction, photographie, etc.) ?



Si la réponse est positive, pouvez-vous citer ces compétences ?

Les compétences qui ont été le plus souvent citées sont les compétences rédactionnelles – orthographe, qualité d'écriture, style plus fluide – et techniques : photographie, notion en développement web et d'harmonie visuelle. Ensuite, plusieurs blogueurs ont mis l'accent sur le développement d'une plus grande rigueur et de leur curiosité. Grâce au rythme de publication, la pratique du blogging demande en effet une organisation rigoureuse et une réactivité.

Enfin, les dernières compétences sont celles concernant la communication. Elles reviennent avec une moins forte récurrence dans les réponses au questionnaire.

Qu'évoque pour vous l'expression « professionnalisation des blogs » ?

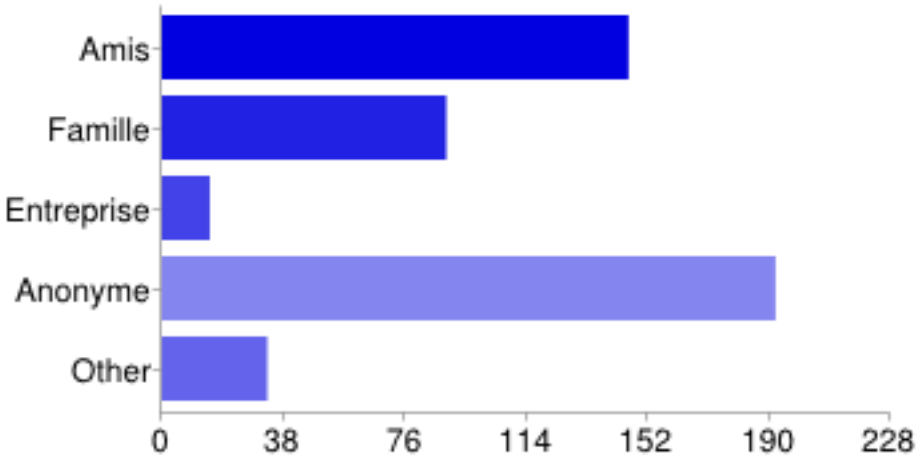
Tout d'abord, pour beaucoup, l'expression de « professionnalisation des blogs » renvoie directement à la question de la rémunération. Peu de réponses ont souligné qu'un blog professionnel pouvait être une carte de visite pour son auteur. Certains blogueurs ont également pensé aux blogs d'entreprises.

Les réponses obtenues nous ont permis de dégager la notion de contrainte et d'obligation. Les sujets opposent le blog de loisir, qui se veut être une activité de détente, au blog professionnel qui devient une tâche.

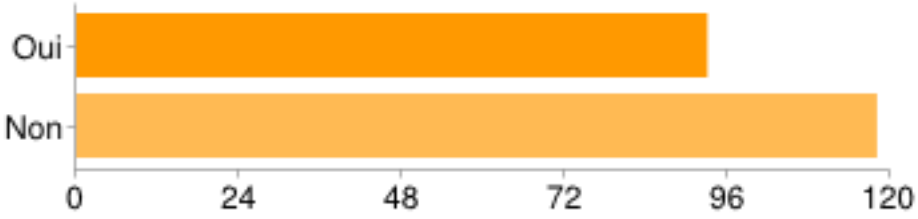
Nous retrouvons également dans les réponses une définition par la négative. Il perd ainsi en spontanéité, en liberté d'expression et en sincérité. Les réponses soulignent enfin la responsabilisé qu'un tel type de blog demande.

c. Blog et vie privée:

Quel est votre lectorat ?



Votre blog est-il anonyme ?



Pouvez-vous justifier votre choix ? Si vous avez perdu l'anonymat de votre blog, pourquoi ? Est-ce un choix assumé ?

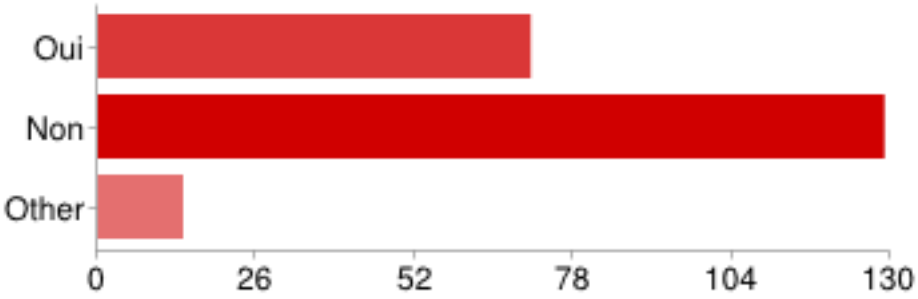
Plusieurs réponses ont mis l'accent sur un anonymat limité, dans le sens où les auteurs ne se cachent pas derrière un pseudonyme sans rapport avec leur vie réelle : ils dévoilent des indices sur leur identité réelle, à savoir le lieu de vie, la profession ou l'âge. Pour autant, ces individus ne souhaitent pas donner l'adresse de leur blog à leur entourage.

Vous êtes-vous fixé des règles concernant votre vie privée lors de la création du blog? Avez-vous conservé ces règles ? Ont-elles évolué?

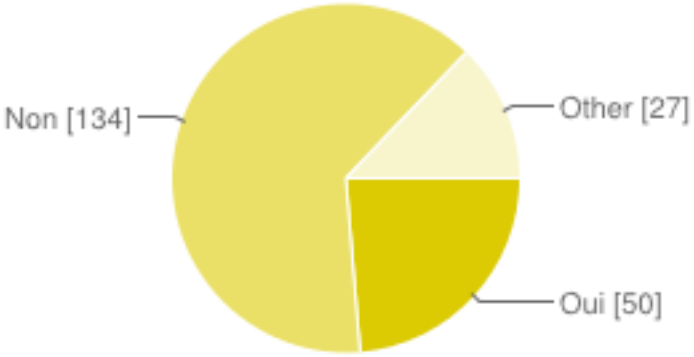
Plusieurs réponses ont préféré les termes « bons sens » ou « pudeur » au terme « règles » qui paraissait trop strict. La plupart des blogueurs ne désirent pas donner trop de détails sur leur vie privée ou alors de manière totalement anonyme.

d. Blog et vie professionnelle

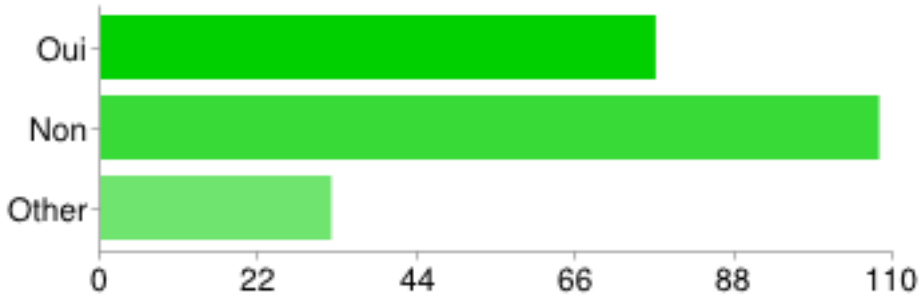
Votre blog vous a-t-il permis d'acquérir des compétences professionnelles ?



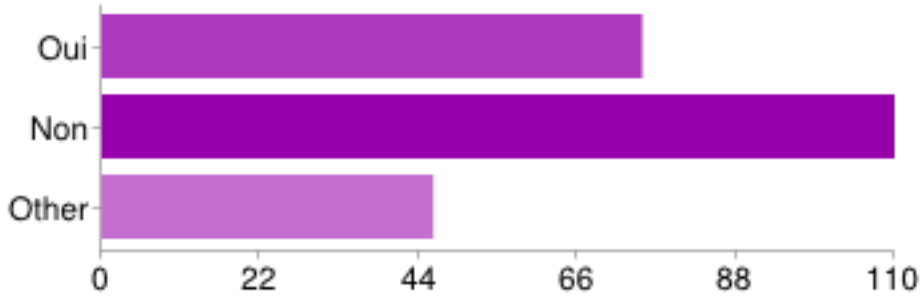
Indiquez-vous votre blog sur votre CV ?



Pensez-vous que votre blog pourrait vous être utile pour trouver un emploi ?

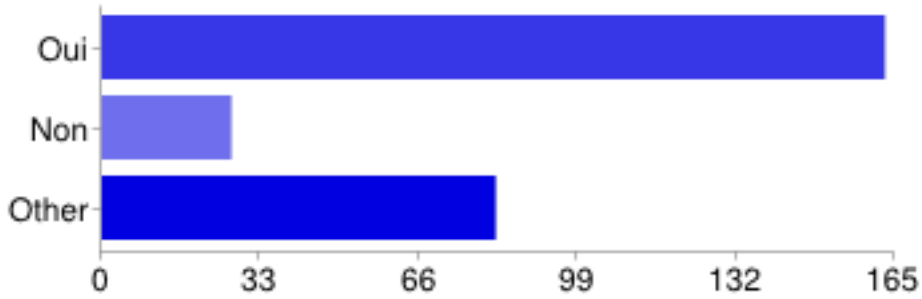


Votre emploi a-t-il un rapport, plus ou moins éloigné, avec votre blog ?

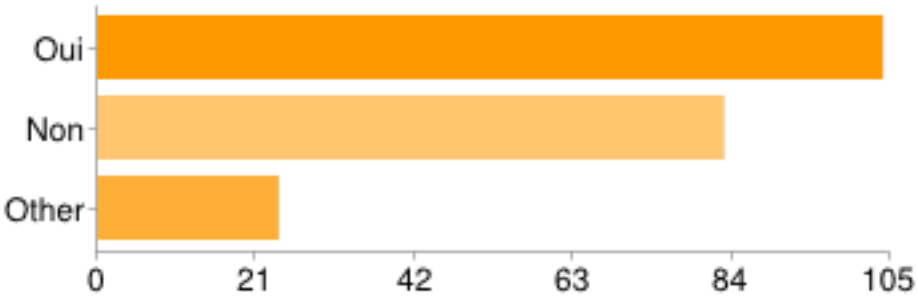


e. Blog et identité

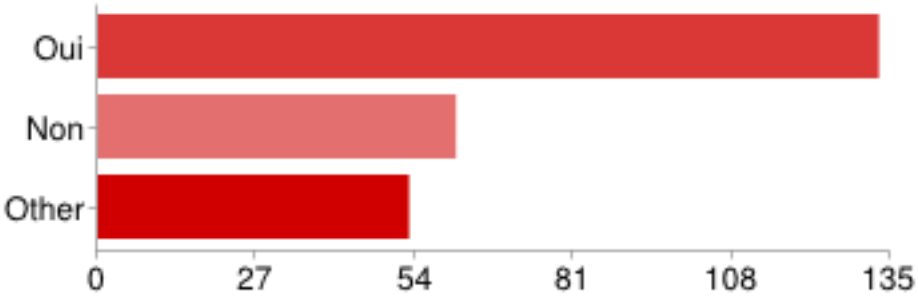
Pour vous, votre blog est-il le reflet de votre identité réelle ?



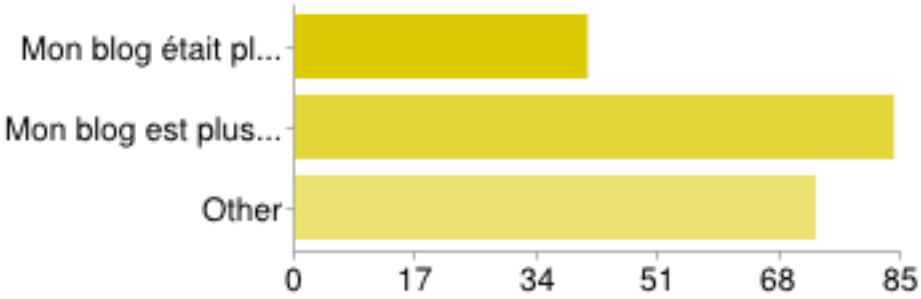
Est-ce que votre identité en ligne a évolué depuis l'ouverture de votre blog ?



Selon vous, votre blog a-t-il une influence sur votre propre vie ?

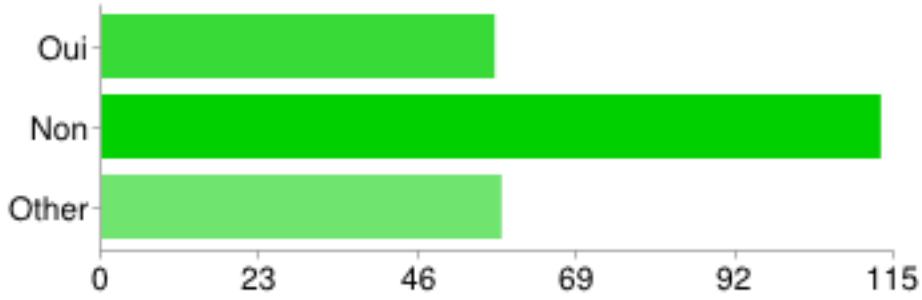


Diriez-vous que le « je » de votre blog est plus (ou moins) intime et personnel aujourd'hui que lors de la création du blog ?

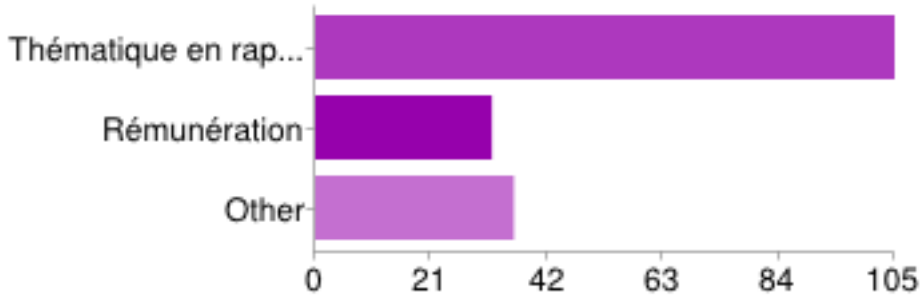


La première réponse est « mon blog était plus intime avant », la seconde est « mon blog est plus intime aujourd'hui ».

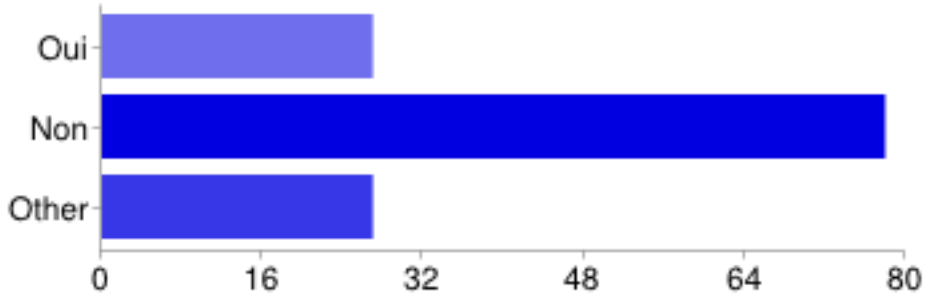
Acceptez-vous la publicité sur votre blog ?



Quels sont vos critères pour accepter une publicité ?



Selon vous, est-il difficile pour vous de faire la distinction entre votre "je" personnel et le "je" que vous prêtez à la publicité ?



4. *Questionnaire à Capucine Piot*

Nous avons posé quelques questions à Capucine Piot après une annonce de sa part sur le besoin ressenti de se protéger sur internet.

1. *Comment faire pour se protéger ?*

Je dirais qu'il n'y a pas de solution miracle : en dire le moins possible, en montrer le moins possible. Appliquer l'adage "pour vivre heureux vivons cachés". Les gens qui me lisent connaissent Babillages et très peu Capucine. Bien sûr, il y a une part de moi dans ce blog, la sincérité, l'impulsivité, l'envie de partager, etc. Mais sur mon blog, on ne sait pas vraiment ce qu'il y a dans ma vie de Capucine Piot. Au mieux on saura que j'ai un mec, un frère, des parents... Que je suis partie en vacances à tel ou tel endroit. Mais c'est tout. Ce que je raconte sur le net, je le délivre de mon fait en toute conscience et connaissance de cause. Contrairement à ce que j'ai pu faire au début, sans me méfier de l'Internet.

2. *Quand as-tu ressenti ce besoin de protection ?*

Ca s'est fait petit à petit. Quand on est très peu lu, on s'en fiche, on est moins bridé par toutes ces considérations. Et puis, quand le blog grandit, quand on se rend compte que Babillages est une véritable carte de visite, on fait un peu plus attention. Mais ce qui me fait vraiment réagir, ce sont les trolls. Des filles sur des forums décortiquent les moindres faits et gestes que je daigne partager sur le web. Elles interprètent, extrapolent, sortent des propos hors de leur contexte. Je ne veux pas, plus, donner d'os à ronger à ces gens là. Le pire a été la semaine dernière quand une blogueuse que je connais peu s'est amusée à raconter des choses fausses sur ma vie personnelle et intime, en évènement blogueuse. Elle s'est amusée à prendre mon mec - qu'elle connait encore moins - comme caution afin de me nuire. Là, je me suis dit que je me mettrai à moins tweeter, à répondre quand on me demande quelque chose, mais que je n'irai plus de

moi-même vers les gens, par pure gentillesse. En soi, je m'en fiche : la jalousie fait dire des énormités. Mais à partir du moment où cela commence à toucher mon entourage, je deviens folle.

3. Quelles en sont les conséquences sur ton blog ?

Je ne réponds plus aux questions trop perso : on me lit pour Babillages, pour l'amour des cosmétiques, pour une part de Capucine Piot. Et pas pour ce qui peut bien se passer dans ma vie. Surtout pas, d'ailleurs. Sur Twitter, où tout est beaucoup plus instantané, j'essaie d'en dire encore moins depuis quelques jours. De moins « tweeter ». J'ai besoin d'air... et de profiter de ma "vraie" vie.

Résumé :

Les blogs sont devenus un phénomène de société. Des milliers d'individus relatent en ligne et au fil des jours, leur quotidien et leurs pensées. A travers un récit intime, ils se sentent libérés, ils mettent des mots sur leurs ressentis. Un blog ne constitue pas un simple journal intime en ligne : à travers l'espace commentaire, le blog parait « répondre ». Une interaction se met en place entre blogueur et lecteurs, interaction qui amène le blogueur à se questionner et à faire évoluer le blog. L'influence est mutuelle. A travers ses propos, le blogueur parvient à influencer les pensées et envies de son lectorat. C'est d'ailleurs dans cette brèche que les publicitaires et marques s'engouffrent pour proposer de la publicité ou des billets rémunérés. Le degré d'importance du lectorat révèle des nouveaux enjeux, usages et contraintes du blog. La frontière entre l'espace privé et public apparait alors ténue : le blogueur exprime une parole personnelle avec une portée publique.

Mots-clefs : identité, représentation de soi, blog, professionnalisation, intimité, vie privée, stratégie identitaire, sphère publique, sphère intime.