

# Lorsque le chercheur en SIC s'exprime sur Internet.

par SPIES Virginie « vic.spies@wanadoo.fr »  
Laboratoire Culture et Communication - Université d'Avignon

Avec le développement d'Internet, de plus en plus de chercheurs en Sciences de l'Information et de la communication s'expriment sur leur blog personnel. Il s'agit de poser la question de savoir ce qu'est une parole scientifique en SIC lorsqu'elle prend place à l'intérieur de ce nouveau lieu de médiation. On observe que les blogs de chercheurs s'articulent autour de trois grands genres, qui induisent chacun des formes textuelles différentes, et que le statut de l'énonciateur est essentiel. De plus, ces blogs permettent de s'adresser à différents types d'interlocuteurs, ce qui invite à penser autrement la relation du chercheur à ses différents publics.

*Mots-clés* : Chercheur, Sciences de l'information et de la communication, Internet, Blog

With the expansion of the internet, more and more researchers in science of the information and the communication express themselves on personal blogs. The question is to know what is a speech or expression of an SIC scientist when it takes place in one of these new form of mediation. We can notice that the researcher's blogs articulate themselves around three principal styles ; styles that each self infers different literal forms, and that the position of the enunciator is central. Moreover those blogs allow to address oneself to different kind of interlocutors, and it can permit to think differently the researcher's relation with it's publics.

*Keywords* : Researcher, Science of the information and the communication, Blog, Internet

Avec le développement d'Internet, de plus en plus de chercheurs en Sciences de l'Information et de la Communication s'expriment sur leur blog personnel. Loin d'être un simple journal, le blog du chercheur en SIC est souvent un lieu de réflexion particulier. Il s'agit ici de tenter de mieux comprendre ce nouveau lieu de médiation et de poser la question de savoir ce qu'est une parole scientifique en SIC, lorsqu'elle prend place sur un blog. Comme nouveau lieu du discours des chercheurs en Sciences de l'Information et de la Communication, les blogs constituent de nouveaux supports et ils impliquent une autre façon de produire des savoirs, d'ailleurs différents d'un blog à l'autre. Les blogs de chercheurs s'articulent autour de trois grands genres, qui induisent chacun des formes textuelles différentes, et le statut de l'énonciateur est essentiel. Par ailleurs, ces blogs permettent de s'adresser à différents types d'interlocuteurs, ce qui invite à penser autrement la relation du chercheur à ses différents publics. Entre information sur les travaux de recherche et communication sur soi-même en tant que qu'enseignant-chercheur, le blog participe-t-il de la construction de l'identité du chercheur, et dans quelle mesure ?

## Genres du discours

Il n'est pas question ici de proposer une définition de ce qu'est ou doit être un blog, mais de partir de l'analyse de certains blogs qui sont eux-mêmes définis comme des blogs parce qu'ils se présentent sous la forme d'un journal, mis à jour de façon plus ou moins régulière par son auteur. Les textes sont diffusés par ordre chronologique, et l'arborescence n'est pas aussi élaborée que pour un site Internet. Ce travail part de l'analyse d'un petit nombre de blogs de chercheurs en Sciences de l'Information et de la Communication, ainsi que de questionnaires qui ont été envoyés à ces chercheurs. Les blogs de chercheurs en SIC s'articulent

essentiellement autour de trois grands genres. Certains blogs de chercheurs s'intéressent à l'actualité du champ de recherche. Dans ce cas, le blog est un espace de réflexion dans lequel le chercheur, porté par l'actualité de son domaine, émet une parole régulière, dans la continuité de ses travaux scientifiques. Le second genre que l'on peut repérer porte quant à lui plutôt sur l'actualité scientifique du champ et du chercheur. Les blogs ont alors un rôle d'information concernant des réunions de laboratoire, l'organisation de séminaires, la parution d'ouvrages ou plus largement l'agenda du chercheur. Il y a enfin des blogs qui ont pour fonction de communiquer les travaux de recherche, mettant en œuvre des réflexions d'ordre scientifique. Parfois, les textes publiés sont spécifiquement écrits pour la publication électronique, mais il arrive aussi que ces blogs publient des textes déjà parus par ailleurs dans des ouvrages ou revues scientifiques, ou bien qu'ils proposent au lecteur des textes susceptibles de paraître plus tard dans des ouvrages à venir. Moins « accrochés » à l'actualité que les premiers, les textes diffusés sur ces blogs sont souvent plus longs et assez élaborés. Le plus souvent, les blogs de chercheurs n'appartiennent pas à un seul et unique genre, et ils peuvent par exemple, traiter à la fois l'actualité de la discipline, comme celle du chercheur lui-même.

### Formes du texte

En étudiant la forme que prennent les différents textes, on constate qu'ils diffèrent selon le genre adopté. Dans le cas des blogs qui se penchent sur l'actualité du champ, le chercheur crée un nouvel espace de réflexion et nous sommes dans la situation où « les changements de supports sont en relation avec une évolution de l'espace des formes, ce qui se traduit par une métamorphose des messages » (Jeanneret, 2000 : 38). Dès lors, la technique influence les formes du discours qui sont soit modifiées (en devenant « écrit d'écran ») soit entièrement nouvelles parce que pensées spécifiquement pour le blog. En ce sens, l'écrit d'écran adopte une forme particulière parce qu'il est publié avec régularité, et les textes sont autant de rendez-vous entre les lecteurs et le chercheur. Entre l'écrit scientifique et la prise de position témoignant d'une opinion, ces textes sont en général relativement courts et sont pensés pour être lus chaque jour, sur un écran. Ces textes sont parfois proches de ceux que produisent des journalistes ou des blogueurs qui ne sont pas chercheurs. Le blog offre alors un lieu particulier d'écriture, simple et régulier, que le chercheur en Sciences de l'Information et de la Communication ne trouve pas forcément ailleurs. En ce sens, le blog qu'a tenu Jean-Louis Fabiani lorsqu'il était à Berlin proposait presque quotidiennement des textes du chercheur qui résidait alors en Allemagne. Qu'il s'agisse de réflexions concernant le champ de la sociologie, celui de la politique française, de l'art ou des médias *le piéton de Berlin* offrait aux blogueurs des exercices d'« anthropologie ludique », comme le disait son auteur. Dans la même catégorie, on peut ranger le *semioblog*, qui pose un regard analytique sur l'actualité de la télévision et des médias environnant la télévision.

Lorsqu'il est question de l'actualité scientifique du champ et du chercheur, il est fréquent que le blog relaye des informations qui ne soient pas seulement émises par le chercheur lui-même, mais aussi par ses collègues (information sur un séminaire à venir par exemple). *Le blog de Vincent Meyer* présente un grand nombre d'informations concernant son actualité mais aussi celle de son laboratoire et plus largement celle des sciences de l'information et de la communication. Qu'il s'agisse de colloques à venir, de séminaires ou de parution d'ouvrage, ce blog constitue une ressource qui dépasse largement l'actualité du chercheur lui-même, pour concerner celle des Sciences de l'Information et de la Communication.

Lorsqu'il est question de réflexions d'ordre scientifique, qu'il s'agisse d'écrits spécifiquement pensés pour le blog ou d'écrits qui ont eu ou qui vont avoir une existence sur un autre support (ouvrage, article, etc), l'inscription matérielle laisse son empreinte sur le texte. En paraissant sur un support électronique, le texte scientifique acquiert un nouveau statut et oblige le chercheur qui en est à la source, de concevoir le texte autrement. Il doit imaginer le texte comme étant lu sur écran ce qui va par exemple l'encourager à mettre des images et à faire exister son texte autrement. On observe qu'à l'intérieur des textes, le chercheur a tendance à s'impliquer plus personnellement que lorsqu'il écrit par le moyen d'articles ou d'ouvrages. Il peut être conduit à parler de lui-même assez facilement, et le blog offre dans ce cas des clefs d'accès à l'auteur et sa pensée.

La prise de parole est désormais facilitée, puisqu'il est très aisé de créer son blog et de l'entretenir au quotidien. Aucune connaissance en langage HTML est nécessaire, et quelques clics suffisent pour publier ses propres textes et les accompagner d'images. De ce fait, rares sont les blogs de chercheurs qui présentent des originalités graphiques, et ce n'est d'ailleurs pas ce qu'on leur demande. Dans de nombreux cas, ces blogs servent aussi d'annuaires car ils référencent en lien un bon nombre de sites très utiles pour les chercheurs, qu'il s'agisse de sites de revues scientifiques, des adresses de sites d'éditeurs, de diverses publications ou encore du référencement d'autres blogs. Se pose également la question de la trace, dans le sens où les textes produits sur Internet posent forcément le problème de leur conservation, comme lorsque que Jean-Louis Fabiani a décidé de supprimer son blog en estimant que l'expérience de l'écriture quotidienne sur ce support était arrivée à son terme. Cette décision a étonné les lecteurs assidus du blog qui en ont parlé longtemps sur la toile, comme d'un manque et d'un regret. De fait, il a été demandé au chercheur pense à remettre son blog en ligne, au titre de l'archive. Ce cas montre bien que la particularité du statut de l'énonciateur. Dans un univers d'écriture au quotidien, censé laisser peu de traces, le chercheur n'est pas un blogueur comme les autres.

### **Statut de l'énonciateur**

Plus qu'une simple carte de visite, mais loin d'être exhaustif comme un ouvrage, le blog est aujourd'hui un lieu de communication, dans lequel le « blogueur-chercheur » peut passer plusieurs heures par semaine. En posant la question du transport des théories sur des espaces publics ouverts comme Internet, on peut réfléchir à la question du statut du chercheur. L'image sociale des chercheurs en SIC est nécessairement transformée, lorsque ces chercheurs s'expriment sur Internet sur leur propre blog. Ici, se joue la question de l'identité du chercheur, la façon dont il se présente et dont il *dit* ce qu'il *est*, au fur et à mesure de ses écrits sur la toile. A travers la présentation de soi sur un blog, le chercheur en SIC devient un énonciateur dont l'espace de parole s'agrandit. Le choix de la plateforme comme lieu d'hébergement du blog a son importance. En effet, les plateformes sont signifiantes quant aux contenus véhiculés par les énonciateurs. Le *semioblog* a débuté son existence sur la plateforme de *Skyblog* mais a migré finalement vers *Overblog* parce que le premier hébergeur possédait un ton beaucoup trop adolescent et ne collait pas à l'identité du *semioblog*. Cette question des plateformes est très importante, et on constate que nombre de blogs de chercheurs prennent place chez des hébergeurs tels que *Le Monde*, dont l'identité renvoie l'image sérieuse nécessaire à ce type de blog. Les blogs de chercheurs ne sont pas (ou pas encore) hébergés par des plateformes qui leur seraient réservées ou par exemple qui appartiendraient aux sites des universités. Si de plus en plus de sites d'universités ou de laboratoires permettent aux enseignants-chercheurs de déposer leur curriculum ou la liste de leur publication, ces sites ne sont pas des lieux d'expression au sens des blogs. En

conséquence, la parole des chercheurs sur Internet reste le plus souvent une parole individuelle, et non celle d'un laboratoire ou d'une institution scientifique. En ce sens, le blog contribue à forger l'identité du chercheur, et non celle de son institution, ou alors indirectement parce que le chercheur représente son institution, mais il ne parle pas à partir d'un lieu proposé par sa structure d'appartenance. Dès lors, le blog efface les médiations qu'il pourrait y avoir entre le chercheur et son public, il offre une grande liberté dans une forme de transparence de la communication.

Ainsi, le statut du chercheur évolue au sein de la société, et le blog est un lieu qui peut entraîner la modification de ce statut ainsi que de son image. Il n'est pas ici question de d'émettre un jugement sur une modification positive ou négative de cette image, mais d'observer que la parole d'un chercheur en SIC, lorsqu'elle prend place sur un blog, contribue à modifier l'image de son créateur. Cette image peut être modifiée à deux niveaux. D'un point de vue strictement professionnel, puisque le blog touche des collègues et des étudiants. Ici, les étudiants peuvent retrouver leur professeur sur son blog, aborder avec lui certains thèmes des cours, ou discuter de questions qui n'ont pas été abordés. On constate que certains étudiants osent poser des questions sur les blogs de leurs enseignants, alors qu'ils n'osent pas forcément prendre la parole en amphithéâtre. Dans ce cas, le blog est un lieu supplémentaire de discussion, et même parfois de découverte mutuelle. A l'opposé, il peut être un lieu d'exclusion, si d'autres étudiants ne le fréquentent pas et, de fait, n'entrent pas dans la connivence que permet parfois le blog. D'un point de vue plus élargi, le blog modifie l'image du chercheur, dans le sens où le blog est lu par des personnes n'appartenant pas au milieu scientifique, mais à la société en général. Dans ce cas, le blog contribue à augmenter la notoriété (au sens large) du chercheur. Il occupe alors une fonction sociale élargie, expliquant les phénomènes informationnels et communicationnels de façon régulière sur son blog. Dans les deux cas, le blog permet d'enrichir le réseau des relations, qu'il s'agisse de personnes de l'entourage régulier ou non. Le statut de chercheur, s'il n'est pas modifié sur le fond (on reste chercheur), peut être quelque peu transformé du point de vue de certains lecteurs ou d'institutions. En effet, un certain nombre de chaînes de télévision ou de sociétés de production prennent très au sérieux les blogs qui concernent l'univers de l'information et de la communication et, de ce fait, font envers eux des campagnes de communication très structurées, en leur envoyant leur grille des programmes pour les uns, ou des communiqués de presse pour les autres. La fonction analytique peut alors perdre de sa force au profit d'une fonction d'information et de communication, et le chercheur peut finir par avoir une fonction plus journalistique.

A l'inverse d'autres blogs que l'on peut trouver sur Internet, aucun des blogs analysés ici ne peuvent être considérés comme émanant d'une pratique amateur. Ce sont bien de professionnels qu'il s'agit, des chercheurs et qui s'expriment à ce titre. En ce sens, le blog possède une fonction de carte de visite dans le sens où il est un vecteur de communication important. Un blog bien référencé permet à son auteur de se faire connaître dans un cercle élargi, et ceci à partir de ses centres d'intérêts les plus actuels. Il peut arriver qu'un journaliste cherchant par exemple à faire un reportage sur un sujet d'actualité, tape des mots clef sur Internet et trouve un article écrit par le chercheur sur son blog, ce qui le mène à contacter ce chercheur en SIC pour l'interviewer. Sans ces nouveaux moyens de communication, la publicisation du chercheur n'aurait pu se faire dans ces conditions et avec cette rapidité. Il apparaît que notre discipline est, encore plus que les autres, au cœur de ce phénomène. En effet, les sciences de l'information et de la communication sont souvent au cœur de l'actualité, et cette actualité est souvent « brûlante », et intéressante pour les médias. Les blogs de chercheurs en SIC posent un autre regard sur ces phénomènes communicationnels. Il

faut aussi tenir compte de la manière dont les propos tenus sur les blogs sont relayés et cités sur la toile. Les discours connaissent alors plusieurs existences, sont repris sur d'autres blogs ou sites Internet, ce qui contribue également à modifier l'image du chercheur. En règle générale, le chercheur ne maîtrise plus sa parole qui va être reprise par d'autres énonciateurs. Si chacun peut voir ses propos repris sur la toile (même ceux qui ne s'expriment pas sur un blog), le chercheur qui écrit régulièrement sur son blog peut s'attendre à voir ses propos repris sur de nombreux autres blogs sans qu'on lui en demande l'autorisation. Dans ce cas, il s'agit le plus souvent de reprendre des propos du chercheur pour alimenter un thème, traiter d'un sujet particulier sur lequel le chercheur s'est exprimé. Il existe un autre phénomène de reprise, à partir de sites qui ont demandé l'autorisation de reprendre les propos du blog. A ce titre, le site *Paperblog* propose de « mettre en avant les meilleurs articles créés sur les blogs » et il s'alimente des articles d'autres blogs. C'est un moyen d'être lu dans d'autres lieux que son propre blog, tout en étant bien référencé et donc aussi une façon d'acquérir de nouveaux lecteurs. *Paperblog* permet aux internautes d'accéder rapidement aux blogs cités et donc d'augmenter leur notoriété. Comme le commun des bloggeurs, le chercheur en sciences de l'information et de la communication est susceptible de s'intéresser à son audience et peut avoir envie de l'augmenter. « Cyber chercheur », il devient alors le rédacteur d'un média comme les autres, ce qui peut poser la question de la réflexivité et de ses enjeux dans le sens où certains blogs sont eux-mêmes consacrés aux médias.

Peut-on dire que la rédaction d'un blog est une contrainte, et que le blog donne du travail supplémentaire au chercheur ? Du point de vue de la perception des auteurs eux-mêmes, il semble que non, parce que les chercheurs qui ont leur blog considèrent en fait qu'alimenter leur blog fait désormais partie intégrante de leur activité, et ne le pensent pas comme un travail supplémentaire. Il s'agit pourtant de quelque chose qui prend du temps mais qui devient comme un réflexe au bout de quelques mois de pratique. La gestion du blog est moins considérée comme une contrainte que comme une évidence.

## **Publics**

Les objets considérés par les sciences de l'information et de la communication, sont des objets susceptibles d'intéresser un public qui dépasse largement les universitaires ou les spécialistes de la question. Dès lors, ces objets peuvent trouver leur place dans un espace à l'intérieur duquel peuvent émerger de nouveaux discours, qui s'adressent à d'autres publics grâce à cette médiation. Nous avons vu que par leurs blogs, les chercheurs en SIC voient leur public s'élargir. Souvent, les blogs ont un public assez fidèle de personnes qui viennent chaque jour le consulter. Lorsqu'il s'agit de personnes qui ne sont pas concernées par le domaine dans leur vie professionnelle, elles ont accès à des discours auxquels elles n'auraient pas accès par ailleurs puisqu'elles ne fréquentent pas habituellement les lieux de discours du chercheur. Il s'agit dans ce cas le plus souvent des blogs qui se préoccupent de l'actualité de leur champ, et qui permettent donc d'élargir le cercle des interlocuteurs. Dans le cas des blogs qui proposent un regard scientifique et qui publient des textes de recherche comme le *socioblog* d'Emmanuel Ethis par exemple, on peut dire que le public va voir ses habitudes de lectures modifiées puisqu'il va trouver sur Internet des textes qu'il ne trouvait alors que sur un support papier. C'est bien d'une nouvelle forme de lecture qu'il s'agit alors, puisque le travail de lecture est différent, entre le livre et l'écran. De blog en blog, le lecteur des écrits de chercheurs sur le web peut être appelé à surfer en passant du site d'une grande chaîne de télévision à l'analyse de l'une de ses émissions sur le *semioblog*, de passer de celui d'un film de cinéma à une réflexion sur la place du spectateur sur le *socioblog*. Lorsqu'il visite les blogs des chercheurs en SIC, l'internaute est un navigateur qui se promène dans l'univers des

sciences de l'information et de la communication en recueillant la parole de certains de ses auteurs.

Les blogs de chercheurs en SIC ouvrent-ils à un nouvel espace de discussion ? A cette question, on peut apporter deux types de réponse. La fréquentation d'un public d'habitues donne parfois naissance à certaines discussions intéressantes ou même à des disputes entre bloggeurs, qui partent d'un article posté par le chercheur. Cependant, les publics des blogs de chercheurs s'expriment en général assez peu car ils viennent plutôt pour lire que pour discuter ou donner leur avis. Il est donc moins question d'un échange que d'un espace de discours. Mais, outre les mesures d'audience quotidiennes qui permettent de savoir combien de personnes sont venues visiter le blog la veille, il reste difficile pour les chercheurs de savoir qui sont les visiteurs de leurs blogs. Certains visiteurs laissent des messages, d'autres vont directement voir les chercheurs lorsqu'ils les rencontrent pour leur dire qu'ils sont des visiteurs de leurs blogs, mais l'essentiel du public de ces blogs est une majorité silencieuse. Reste alors au chercheur à imaginer son interlocuteur à la manière d'un média plus « traditionnel » qui pose en face de lui un public fictif pour pouvoir lui parler (Esquenazi, 2003). Du point de vue du public lui-même, l'un des intérêts pour le visiteur, est qu'il est certain d'avoir ici une « signature » qu'il peut identifier celui qui parle, ce qui n'est pas toujours le cas sur Internet. Durant sa visite, l'internaute a donc une sorte de « garantie » sur l'énonciateur, et les audiences sont la preuve que les visiteurs des blogs de chercheurs sont souvent des visiteurs fidèles.

Si les blogs de chercheurs n'ont pas inventé la vulgarisation scientifique qui a trouvé depuis longtemps de nombreux lieux d'expression (Jacobi, 1999), ils sont pourtant à la source d'un nouveau discours. Comme c'est le cas dans d'autres lieux de vulgarisation, les blogs de chercheurs utilisent fréquemment le temps présent. De plus, ces blogs partent souvent d'exemples pour illustrer un propos ou une réflexion et les images servent à agrémenter les dires, mais n'ont en général, pas un rôle important. Le plus souvent, elles ne divulguent pas d'information scientifique et elles ne servent qu'à illustrer les propos du chercheur. L'étude des différents blogs de chercheurs en Sciences de l'Information et de la Communication montre que la plupart de ces blogs tiennent un discours de vulgarisation, si l'on considère qu'est « considérée comme vulgarisée toute pratique discursive qui propose une reformulation du discours scientifique » (Jacobi, 1986, 15). Le discours scientifique est une communication de spécialiste destinée à d'autres spécialistes, alors que le discours de vulgarisation tend à reformuler pour s'adresser à d'autres personnes que les spécialistes, et c'est bien à un public de non-spécialistes que s'adressent les blogs étudiés ici. Nous avons vu que ce discours est pluriel, qu'il peut prendre différentes formes et avoir diverses ambitions. Les chercheurs, qui produisent un savoir scientifique écrit, sur un support papier et traditionnel sont donc parfois aussi ceux qui s'expriment par des moyens extrêmement modernes de communication.

Les blogs de chercheurs sont en ce sens de nouveaux lieux de production du savoir, et ils diffusent une autre forme de discours, inhérente à la forme imposée par les écrits d'écran. Dès lors, « si la bibliothèque à laquelle on s'adosse est toujours un symbole de savoir pour l'universitaire interrogé sur une question quelconque, l'ordinateur garantit la modernité de sa démarche » (Vandendorpe, 1999, 179). Carte de visite électronique mais qui en dit bien plus long que de nombreux documents, le blog du chercheur en SIC dévoile son identité, ses travaux et ses manières de penser. Il peut permettre d'élargir son public tout en rendant la pensée plus applicable et opératoire car elle quitte le cadre du laboratoire, du centre de

recherche ou de l'université qui n'encadrent pas ces nouveaux lieux de discours. Plus analytiques que d'autres blogs qui ne sont pas des blogs de chercheurs, ces blogs sont encore en train de s'inventer comme des médias d'un autre genre, libérés des contraintes que peuvent présenter des médias plus formels. En créant de nouvelles communautés de publics, les blogs de chercheurs peuvent cependant devenir une contrainte pour leurs auteurs car les lecteurs viennent chaque jour, s'inquiètent parfois de ne pas voir de nouveaux articles, et se plaignent lorsqu'un blog disparaît. En ce sens, les publics renvoient aux chercheurs une nouvelle image d'eux-mêmes, et ils créent une autre demande sociale vis-à-vis du chercheur en Sciences de l'Information et de la Communication, qui a tendance à devenir un nouvel interlocuteur du monde social.

Et comment réfléchir par ailleurs aux nouveaux réseaux sociaux tels que *Facebook*, dans lesquels figurent déjà un certain nombre de chercheurs ? *Facebook* permet d'étendre son réseau, en étant « ami » avec un nombre croissant de personnes, dont de nombreux étudiants. *Facebook* permet également de créer des groupes, qui peuvent même concerner certains thèmes de recherches. Mais il faut bien entendu entretenir ces groupes régulièrement, ce qui peut vite apparaître comme une nouvelle contrainte. Il faut également relever que les réseaux tels que *Facebook* peuvent comporter des inconvénients en matière de confidentialité. Enfin, c'est bien la question de l'identité du chercheur en SIC qui se joue ici, dans le sens où les chercheurs, même s'ils ne possèdent pas de blog, sont de plus en plus cités sur la toile, et ses textes se déplacent, prenant différentes formes. La parole s'exerce dans de nouveaux espaces à l'intérieur desquels le chercheur doit trouver sa place, non seulement en tant qu'individu mais aussi comme quelqu'un qui appartient à une institution scientifique et à une discipline qui peut être elle-même sujet et objet.

## **Bibliographie**

Dirs. Cardon D., Jeanne-Perrier V., Le Cam F., Pélissier N., 2006, *Autopublications*, Réseaux n°137, Paris, Editions Hermès, 202 p.

Esquenazi JP., 2003, *Sociologie des publics*, Tournai, La découverte, Repères, 122 p.

Goffman E., 1973, *La mise en scène de la vie quotidienne*, Paris, Les éditions de minuit, coll. Le sens commun, 251 p.

Jacobi D., 1986, *Diffusion et vulgarisation, itinéraires du texte scientifique*, Besançon, Les belles lettres, Annales littéraires de l'université de Franche-Comté, 182 p.

Jacobi D., 1999, *La communication scientifique, Discours, figures, modèles*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble, 277 p.

Jeanneret Y., 2000, *Y a-t-il (vraiment) des technologies de l'information ?* Lille, Presses Universitaires Du Septentrion, 134 p.

Vandendorde C., 1999, *Du papyrus à l'hypertexte – Essai sur les mutations du texte et de la lecture*, Paris, Editions La Découverte, Coll. Sciences et Société, 271 p.

Weissberg J-L., 1999, *Présences à distance*, Paris, L'Harmattan Communication, 301 p.

## **Principaux blogs étudiés**

Ethis, E, Socioblog. Disponible sur : <http://ethis-e.blogspot.com>

Fabiani, JL, *Le piéton de Berlin* [n'est plus en ligne]. L'auteur a créé un autre blog au mois de mars 2008 : <http://www.mediapart.fr/club/blog/fabianix>

Jost, F, *Comprendre la télévision*. Disponible sur : <http://mathias012.vox.com>

Meyer, V, Le blog de Vincent Meyer. Disponible sur : <http://www.vmeyer.canalblog.com>

Spies, V, *Semioblog*. Disponible sur : <http://Semioblog.over-blog.org>

Facebook : <http://www.Facebook.com>

Paperblog : <http://www.paperblog.fr>