

Blog : si l'imitation fait genre...

Pascale Hellégouarc'h



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/itineraires/2075>

DOI : 10.4000/itineraires.2075

ISSN : 2427-920X

Éditeur

Pléiade

Édition imprimée

Date de publication : 1 juillet 2010

Pagination : 167-176

ISBN : 978-2-296-12012-9

ISSN : 2100-1340

Référence électronique

Pascale Hellégouarc'h, « Blog : si l'imitation fait genre... », *Itinéraires* [En ligne], 2010-2 | 2010, mis en ligne le 01 juillet 2010, consulté le 21 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/itineraires/2075> ; DOI : 10.4000/itineraires.2075



Itinéraires est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

Blog : si l'imitation fait genre...

Abstract

Imitation as intertextual activity bears upon the relationship between creation and reception, the enunciative context, the recipient's position, as well as upon the codes in use in a particular domain. All these aspects are particularly pertinent as far as blogs are concerned. The aim of the present paper is to examine the nature and effects of recorded blogs' literary diversion/pagejacking – whether these take the form of parody, of the reviving/reworking of a literary matrix, or of the reprocessing of a format for commercial purpose. If the question of blogs' literary genre still remains unsolved, that of their form seems clear enough to question the art of writing.

Keywords : intertextuality, blog, imitation, parody, pastiche

Mots clés : intertextualité, blog, imitation, parodie, pastiche

Questions de support ?

Le travail de l'imitation pose par son principe des questions fondamentales sur les rapports entre la création et la réception, la place du destinataire, le rôle du contexte d'énonciation, les codes en usage dans le domaine exploré. En effet, son sens est conditionné par l'aptitude à décoder ce qui est vu, lu ou entendu.

Les exigences habituelles de la réception sont décuplées puisque l'imitation n'est plus si son hypertextualité n'est pas perçue : cela implique du côté du destinataire une connaissance antérieure pour réagir à la reprise éventuelle. Ces principes pertinents pour les textes littéraires le restent-ils pour les blogs ? D'autant que ceux-ci cultivent une originalité qui tient au canal utilisé : en s'articulant à la fois sur une écriture et un support très codifié par ses usages et ses possibles, ils évoquent aussi un genre qui serait éditorial.

La tâche est ambitieuse car un état des lieux des détournements de blogs reste à construire : les parodies de blogs avancent souvent masquées, le format est régulièrement repris avec une grande variété dans les modalités,

la mystification pointe parfois. Cette contribution proposera des points de départ et des pistes à explorer sur un processus en constitution.

Après avoir rappelé dans un premier temps les principes fondateurs de l'imitation, les déclinaisons des détournements associés au blog seront évoquées, de la parodie en situation à la reprise d'un format hors écran.

Imitation en jeux

L'imitation apparaît à bien des égards comme une affaire d'indices déposés, à décrypter, parfois égarés en dépit d'éventuels garde-fous que constituent notamment ce que Gérard Genette appelle les seuils du texte. L'imitation se joue de ces indices matériels constituant des repères très précis dans l'acte de lecture et récupère – souvent avec humour – les garanties institutionnelles relevant de la publication.

Par son nécessaire second degré, l'imitation se place sous le signe du lien : celui-ci se désigne en tant que lieu et instance de mémoire, sollicite les allusions et, parallèlement à l'amusement, transforme ces éléments péritextuels en outil de sélection à l'adresse des lecteurs. L'idée de lien trouve un écho particulier dans le cas des blogs, si fondamentalement hypertextuels que les renvois densifient tout autant le contenu qu'ils désignent le réseau d'appartenance du blogueur et le statut du blog. La particularité de ce travail sur un fonds de référence tient à l'utilisation d'un acquis systématisée en mode de création. La récupération des procédés anciens ressemble dans ce cas à une protection : trop utilisés, ils basculent dans une mécanisation proche de l'inertie et l'imitation leur confère une signification nouvelle. Version accélérée du travail du temps, elle est beaucoup plus qu'un phénomène banal d'intertextualité.

Pour toutes ces raisons, elle peut apparaître comme un signe de confirmation de l'émergence d'un genre constitué ou en train de se constituer. Telle était l'hypothèse de départ de cette contribution, enrichie dans le cas des blogs par la pertinence des notions d'hypertextualité, de liens, de réception et de « place du lecteur ». Au fil des explorations, il est évident que le concept d'imitation se décline ici différemment. Influence du support, contamination des commentaires, le spectre est plus large : au-delà de l'imitation, il sera question des récupérations du blog qui prennent la forme de détournements, parodies et autres manipulations de ce qui est aussi une structure éditoriale de diffusion.

La parodie¹ comme sujet

Premier constat, la proximité du blog et de la parodie s'observe dans les très nombreux blogs consacrés à ou accueillant des parodies de toute

1. Rappelons que pour Genette (*Palimpsestes*, Paris, Seuil, 1982), la parodie procède de la transformation et le pastiche de l'imitation. Les formes hybrides sont cependant très fréquentes.

nature : films, émissions télévisées, publicités, sites, etc. Ces blogs sont actifs, régulièrement enrichis et mis à jour et ils suscitent des commentaires, des citations, des renvois. Fonds de commerce ou astuce pour actualiser un blog, créer un public et le fidéliser, ces parodies peuvent même être à l'origine de *buzz*². Le blog semble spontanément perçu comme un support adapté pour la parodie et l'imitation, qui s'inspirent de l'hyperactualité et qui appellent des réactions du public pour s'imposer et se déployer : le blog y répond par son parti-pris temporel, la place laissée aux commentaires, l'organisation rétro-chronologique et, surtout, la projection d'un public aux références partagées. Le détournement est ici traité comme un sujet et la réaction de l'internaute est bienvenue, garantie imparable de la réception du message, surtout quand il laisse un commentaire. C'est le cas par exemple sur le site *Pierrot le zygo* (www.pierrot-le-zygo.midiblogs.com) qui propose des parodies sous la forme de montages photographiques, de légendes, de textes brefs. Les commentaires sont nombreux et émanent souvent des mêmes signatures, dessinant un réseau de familiers à la culture commune. Cette vertu de décalage à l'égard d'un modèle est aussi une première étape d'un discours critique. Celui-ci est facilité par la proximité entre le blogueur et ses lecteurs/commentateurs qui s'invitent dans l'écriture : quelle que soit la nature du blog, cette reconnaissance culturelle par des pairs est fondatrice dans la construction du projet.

Le blog comme objet

D'autres blogs choisissent leur format pour sujet, proposant sinon une réflexion sur l'outil, tout au moins une mise à distance. Le blog *Parodie de blogs* (<http://parodiedeblogs.blogspot.com/>) intègre le terme de parodie à son adresse et propose une unique page, datée du 7 août 2007, consacrée à la reprise parodique de la « fiche d'identité » de l'auteur du blog, appelé Marc et surnommé « Bigboss » : jeunesse du scripteur (16 ans), réponses indigentes, orthographe approximative, tics de langage, vocabulaire perfectible. Un contrat de lecture adressé à un « Cher(e)s internaute(s) » annonce la parodie, appelle à une lecture indulgente et au second degré de ce qui se veut un plaisant divertissement conçu par amusement, et s'achève sur des remerciements anticipés pour la compréhension du lecteur. Le contraste radical entre le style de ce préambule et la carte de visite souligne une construction stylistique qui permet l'élaboration parodique. Reste à élucider le profil du public du blog : un seul commentaire, un an plus tard, le 23 juillet 2008, riche d'un mot en majuscules « LOL³ » et d'un *smiley*. Deux symboles qui confirment une familiarité des blogs : est-ce ce qu'il fallait démontrer ?

Parce que la forme s'y prête, la parodie de blog s'aventure régulièrement du côté de l'hyperactualité. Au moment de l'émission télévisée « Nice

2. Voir par exemple www.parodique.blogspot.com ; <http://gogol.librelogiciel.com/>. Tous les liens de cet article ont été vérifiés le 16 avril 2010.

3. Acronyme récurrent dans les blogs. Littéralement *laughing out loud*, « rire aux éclats ».

People », une parodie de blog prenant la vie dans la maison pour sujet a vu le jour⁴, actualisée irrégulièrement du 10 au 20 juin 2003. Nulle mention de parodie, aucune information sur l'auteur du blog, l'alerte vient ici de la saturation des titres et des contenus qui invite à une lecture au second degré : six billets sont intitulés « Qui va quitter la villa? », six autres donnent les « dernières informations sur les candidats », et six encore portent le titre « Nominations ». Le mercredi 11 juin décrit par le menu une journée type : « 10h20 : Mohamend et Ramazan sont les premier debout. / 11h00 : Les Nice People mange. / 15h55 : Ramazan parle pour une fois a Laura. », etc., l'orthographe est d'origine. La vacuité régulièrement présente dans les parodies de blog est ici densifiée par l'indigence du sujet pris pour modèle. Le blog s'interrompt avant la révélation finale. Lassitude? Constat d'une tentative impossible? Incapacité à rendre attractif l'ennui du modèle relayé par un blog trop fidèle? Cet abandon interroge sur la viabilité d'une pratique mimétique : quelle pertinence, quel public, quelle pérennité au-delà du sourire initial⁵?

Un constat similaire s'observe dans la démarche du site *Les graves infos* (www.lesgravesinfos.fr) imaginant une rubrique consacrée aux « graves blogs ». Un seul exemple a vu le jour, un blog consacré aux « Carnets de brousse de Bernard Lavilliers⁶ » : actualisé du 22 au 30 avril 2009, cinq billets, deux photos, deux commentaires écrits par le même visiteur, déposés le même jour et qui s'amuse du détournement. La forme du blog est ici respectée et la parodie signalée d'emblée : les billets sont signés « les graves auteurs », nulle confusion possible. Le détournement se signale par l'outrance, au détour des billets dont quatre commencent par « Le jour où... », complété selon les cas par « j'ai participé à un rallye », « j'ai découvert un lieu inconnu », « j'ai failli faire s'effondrer une multinationale »... La carte de visite du blogueur supposé est illustrée par son portrait et s'ouvre sur ces mots : « Ceci est mon blog, je suis Bernard Lavilliers, ici sera un peu comme le Carnet de Bord de ma vie. Et non le Carnet de Bord, mon album que j'ai autoproduit en 2004. Au passage, si vous pouviez l'acheter... » Le détournement cultive une vacuité des propos et un égocentrisme absolu, deux spécificités qui se retrouveront dans d'autres imitations de blogs.

Le blog *Albertine Monnier, elle en a des choses à dire*⁷ est plus radical et performatif : du 30 octobre 2005 au 24 février 2009, à raison d'un billet quotidien – sauf rares exceptions –, la formule est identique : « aujourd'hui rien à dire ». Se remarquent çà et là des *coming out* porteurs de variations (« y

4. <http://nicepeople.monblogue.com/>.

5. Une tentative de parodie de blogs en réaction au classement des Blogs d'or 2003 s'observe mais ces hyperblogs n'ont pas survécu : « La parodie de blogs : l'effet soufflé qui retombe », *Mediatic blog – actualité du blog et des blogs*, 30 avril 2003, <http://mediatic.blogspot.com/2003/04/la-parodie-de-blogs-leffet-souffli-qui.html>.

6. http://www.lesgravesinfos.fr/Blogs_Les_camets_de_brousse_de_Bernard_Lavilliers.

7. <http://albertinemeunier.blogspot.com/>. Reprise des billets du 15 octobre 2009 au 28 février 2010.

a les moins que rien, et pire y a les Less Than Zero. et si le zero et l'infini se rejoignent, sont-ils si nombreux à rejoindre le rien ? » le 24 février 2009), des « nothing to say », des « aujourd'hui rien à médire » ou encore « aujourd'hui rien à me dire ». La cible est là.

Les *skyblogs*, du code de langage au pastiche de genre

La simplicité de la mise en page et de l'interface d'administration de la plate-forme *Skyblog.com* (*Skyrock.com* depuis 2007) lui a assuré d'emblée un grand succès auprès d'un jeune public devenant, grâce à des fonctionnalités associées, un véritable réseau social en concurrence avec d'autres plates-formes. Selon la page d'accueil du site, le 23 août 2009 à 17h, 26 746 390 blogs sont répertoriés et 17 256 530 profils déposés. Ces chiffres considérables abritent de grandes disparités quant à la qualité des contenus⁸.

Des mouvements « antiskyblog » par exemple se sont multipliés⁹, raillant des billets indigents, le narcissisme des auteurs répartis entre « dépressif » et « *fashion* », l'abus du copier/coller et le non-respect du droit d'auteur, la course aux commentaires, l'orthographe, l'invasion publicitaire, la facilité technique qui ouvre l'exercice à n'importe qui et l'ennui suscité par leur lecture. Ces railleries, le plus souvent distillées au cœur d'un blog de préférence hébergé par un concurrent, peuvent aller plus loin, à l'image de ces deux jeunes *crackers* qui, en septembre 2007, ont modifié les pages de plus de cinq cents blogs jugés médiocres, les rendant inaccessibles à leurs créateurs en changeant les codes d'accès¹⁰.

C'est avant tout le style de ces blogs qui se trouve épinglé, résumé par certains internautes à travers quatre expressions récurrentes : « kikoolol », « lashtëcomz », « j'tekiffitarace », « sosex ». Comme en témoigne cette définition d'un *skyblog* :

Le skyblog est le blog préféré des jeunes gens de 10 à 14 (et parfois bien plus) ans. Le principe du skyblog est simple, le détenteur poste une photo de son meilleur copain *Geroges* et met une description à côté du style « *wa jtm tro toa t kom l frer pr moi ! bigup man lol* ». « Les visiteurs peuvent laisser des commentaires comme sur tout autre blog. Seulement sur les skyblogs, les commentaires sont codés : « *klr i dchir tro stip jtfé l kyss mdr lol* ». Le détenteur du skyblog poste ensuite un autre article contenant une photo de sa

8. Simon, « Les anti skyblog, de la parodie au piratage », *Skybloscope*, 10 mai 2006, <http://skybloscope.blogspot.com/2006/05/les-anti-skyblog-de-la-parodie-au.html>.

9. Simon, « Le Comité Anti-Skyblog », *Skybloscope*, 19 avril 2006, <http://skybloscope.blogspot.com/2006/04/le-comit-anti-skyblog.html>. *Skyblog* anti *skyblog*, <http://tachikoma.skyrock.com/> a été censuré. Un répertoire des horreurs des *skyblogs* résiste : <http://inutilementutile.skyrock.com/>.

10. Simon, « Piratage de Skyblogs : X-Kev.59 et Loop interpellés après 500 blogs defacés », *Skybloscope*, 27 septembre 2007, <http://skybloscope.blogspot.com/2007/09/piratage-de-skyblogs-x-kev59-et-loop.html>.

meilleure amie *Jenni* avec une description « *Crieu t 1 gde ser pr oam jtkiff tro lol* ». S'en suivra un commentaire toujours codé « *klr el dchir tro el on stap dsé dlr mdr lol* ». Et ainsi de suite¹¹...

Ce profil si codifié invite à la récupération moqueuse afin de dénoncer en action les abus constatés. Un pastiche de *skyblog*, revendiqué en tant que tel (« Article en mode Skyblog »), daté du 24 février 2009, épingle tous les égarements relevés ci-dessus¹². Les commentaires suscités par le billet apprécient le détournement, certains y multiplient les « Lol » : clin d'œil amusé ou contamination ? Dans le même esprit, l'idée de parodie n'y est pas mentionnée cependant, le blog *Kant 2-4: la philosophie.. Mais en Périgord!* (<http://kant24.skyrock.com/>) cultive avec jubilation ironie et second degré à l'égard de ces « philosophes » destinataires de son « contrat de lecture » : convaincu que les skyblogueurs ne comprennent rien, il conclut « un grand hommage à eux donc, vous êtes la matière grise de France, la future élite de la nation, à l'évidence ». Le blog, éphémère dans son actualisation (du 3 juin au 7 août 2007), comporte sept billets à l'origine de vingt-trois commentaires et joue à la fois sur le texte, les visuels et une ambivalence quant à la réception : le « vous » du lecteur supposé, associé aux skyblogueurs, est celui d'un lecteur impossible car jugé inapte à une quelconque compréhension. Ce « vous » est de fait destiné à ceux susceptibles de saisir le second degré du destinataire : pour apprécier le détournement d'un blog, il faut connaître son modèle, son « hypoblog », avec assez de finesse et de distance pour repérer sans sombrer. C'est ainsi résumer l'équilibre fragile qui fait la force d'une imitation et en constitue la principale faiblesse.

Ces constats confirment l'existence d'un modèle stylistique implicite particulièrement sensible dans les blogs en général et les *skyblogs* en particulier. Cette tendance est accentuée par le palmarès des *skyblogs* les plus regardés régulièrement actualisé par la plate-forme. Alain Giffard y voit une inquiétante invitation à la conformité :

[...] on guide les jeunes. On les incite à se conformer à tel ou tel thème, en donnant des exemples de ce que les bons élèves de l'école *Skyblog* doivent accomplir. On insiste, par exemple, pour qu'ils adoptent un certain style, en encourageant l'utilisation de photos et de textes courts rédigés dans un langage courant¹³.

Il semble bien qu'une parodie blanche, partout présente mais masquée, investisse l'espace de ces blogs : une forme d'autopastiche de la communauté sur la base de modèle proposé, de conformité, de censure, de concurrence

11. <http://bfgft.metawiki.com/skyblog>.

12. Decoster, « Article en mode Skyblog », *La decosterattitude*, 24 février 2009, <http://de-costerattitude2.canalblog.com/archives/2009/02/24/12693507.html>.

13. Alain Giffard, « Skyblog, la grande "secte" molle ? », *Alain Giffard. Culture, technologies, lecture, mémoire, hypertexte*, 21 mars 2009, <http://alaingiffard.blogs.com/culture/2009/03/skyblog-la-grande-secte-molle.html>.

et de course à l'audience par l'intermédiaire des commentaires. L'image du gabarit est alors très prégnante : à la facilité technique s'ajoute celle d'une mise en page préformée, dès lors le pas est vite franchi vers une conformité intellectuelle qui passe aussi par un langage codifié et appauvri. La nature de certains commentaires laissés à la suite de billets ironiques montre bien la difficulté de perception du second degré, signe d'une acceptation sans critique d'un modèle.

À l'école du gabarit : la récupération commerciale

Les atouts du blog en terme de communication ont été parfaitement compris et récupérés par les entreprises et les agences de communication. Ces blogs commerciaux peuvent devenir la base d'une stratégie de communication articulée sur la diffusion de l'information, l'ouverture d'un dialogue et le lancement de *buzz*. D'autres vont plus loin et récupèrent la structure du blog. C'est le cas des clones de blogs qui, en raison de délicatesses avec la justice, sont en général fugaces, certains survivant en changeant leur nom de domaine pour le rendre distinct du modèle, devenant alors sites miroirs. Plus radicalement, les *splogs* sont au blog ce que le *spam* est au courrier électronique : une pollution dont l'objectif est de vendre, retenant du blog un gabarit dont le texte vide de sens conduit vers le lien commercial qui en constitue la finalité¹⁴.

Plus subtile est la question des vrais-faux blogs. Alain Giffard s'émeut au sujet de certains *skyblogs* qui dissimulent à peine leur opportunisme commercial :

Skyblog est bourré de faux blogs pilotés par les agents de changement, décrits par Naomi Klein que l'on voit ici en pleine action. Il ne s'agit pas de personnes mais de sociétés. Sous l'apparence d'un blog de jeune, un agent de changement raconte sa journée : il se lève, commence à enfiler son survet Adidas et ses baskets Nike... Une fois qu'on a lu 20 posts, on se rend compte qu'il passe sa journée à mettre ses tee-shirt de marques¹⁵...

Le faux blog peut également se faire passer pour ce qu'il n'est pas : la marque Vichy a lancé en 2005 *Le journal de ma peau*, blog présenté comme personnel alors qu'il émanait du service de communication de la marque : ce sont les erreurs jugées grossières par les blogueurs qui révéleront la supercherie¹⁶.

14. Voir les analyses de Jean Véronis : « Web: Google, Blogger et le splog », *Technologies du Langage*, 9 septembre 2005, <http://aixtal.blogspot.com/2005/09/web-google-blogger-et-le-splog.html>.

15. Alain Giffard, « Skyblog, la grande "secte" molle? », *op. cit.*

16. Loïc Le Meur, « Vichy blog, le journal de ma peau, la capture d'écran du blog disparu », 17 juillet 2006, http://loiclemeur.com/france/2006/07/vichy_blog_le_j.html.

En mai 2009, le blog *À vélo Citoyens*, présenté comme celui de trois cyclistes, a rencontré un franc succès jusqu'à ce que sa finalité soit mise à jour : concocté par une agence de communication, il avait pour objectif de valoriser l'usage du vélo afin de favoriser l'arrivée à Montréal du Bixi, système de vélo en libre-service¹⁷. Faux blog dans son contrat de lecture, car il ne respecte pas le code de conduite de la forme, vrai blog cependant quant à sa structure et à son mode opératoire. La frontière conduit à s'interroger sur ce qui donne sens et pertinence à la démarche, sur les attentes associées au blog qui passe, du point de vue du destinataire, par une certaine authenticité favorisée par une logique de communauté. Paradoxalement, c'est dans ces usages commerciaux, et ces dérives aussi, que la question du détournement est posée avec une grande acuité : pas de parodie, mais du faux, de la contrefaçon, du plagiat, une mystification, suffisamment crédibles pour égarer dans un premier temps le lecteur.

Hors écran

Quitter son espace naturel pour une édition papier entraîne non seulement pour le blog une autonomie et une distanciation à l'égard d'un support qui l'a créé, mais surtout un changement de public et de réception. Les exemples ne sont pas rares – *Tumulte* de François Bon pour n'en citer qu'un –, certains intéressent particulièrement notre sujet car ils entretiennent des liens avec l'imitation.

*Le blog du Chi*¹⁸, mis en ligne le 9 février 2006 par Philippe Mollard, a pour projet de rendre publics les agacements de son créateur et de faire « partager ses impressions sans langue de bois¹⁹ ». Il met en scène un président qui tient son blog pour y commenter l'actualité. L'auteur reconnaît censurer les commentaires, en particulier ceux n'ayant pas saisi le second degré. En décembre 2006, la Maison du Dictionnaire a publié sous le même titre une édition papier de billets sélectionnés. Un deuxième volume était prévu début mars 2007, sous le titre *Da LeChi Code : l'énigme de l'Elysée*. Un troisième volume devait paraître à la rentrée 2007 : *Mémoires d'Outre-Chi*. Seul le premier volume a paru, signe sans doute d'une difficulté à inscrire un tel projet dans la durée et à lui faire franchir la frontière des supports. En l'absence de commentaires et organisée chronologiquement, la version papier ressemble à s'y méprendre à un bloc-notes assorti d'un visuel qui renvoie au blog. L'argument politique comme structure de parodie est une pratique fréquente et ancienne, qui use ici du blog comme d'un outil.

17. François Laurent, « Faux blog au Canada », *E-réputation, Buzz & Co*, 7 juillet 2009, <http://intelligencecollective.blogspot.com/archive/2009/07/05/faux-blog-au-canada.html>.

18. <http://blogduchi.canalblog.com>.

19. http://blogonautes.blogomaniac.fr/blogonautes-580-interview_de_philippe_mollard_auteur_du_livre_le_blog_du_chi.htm.

Paru en 2008 aux éditions Stéphane Million, *Petits pains au chocolat* de Roxane Duru est un roman qui emprunte la forme d'un blog : il est structuré par des billets – chronologiques néanmoins, donc calés sur le récit – auxquels font écho, ou pas, des commentaires. Avant d'être l'héroïne du roman, Lou est née un peu plus tôt, dans le blog créé par l'auteur sur la plate-forme *20six* et intitulé... « Petits pains au chocolat ». L'idée était de construire « un faux blog avec de faux commentaires²⁰ », ceux-ci permettant une forme d'autocritique de l'écriture qui invite à une double distance et à une mise en abîme de l'acte de création et de l'acte de lecture. La rédaction des commentaires souligne un travail stylistique appuyé sur la typologie de ceux rencontrés dans les blogs – certains y ont même retrouvé des pseudonymes de la plate-forme *20six* –, ce qui relève du pastiche dans le sens d'un travail sur le style, sans finalité satirique. Ceux-ci peuvent également être perçus comme une tentative de prise de pouvoir de la part des personnages : contrepoint du récit, ils participent à la création d'une polyphonie dans la narration qui n'exclut pas l'autodérision... L'auteur y saisit une image de l'écriture :

Ce pouvoir d'effacer la *parole* du commentateur qui est un lecteur, renvoie au sens même de l'écriture : on donne quelque chose au lecteur mais au final, c'est l'auteur qui a les pleins pouvoirs ! Dans la vie, on a le fantasme de pouvoir effacer des paroles qui blessent. Le blog, c'est le fantasme de l'hyper maîtrise²¹ !

La forme du blog, saisie comme structure fictionnelle, est dans ce cas l'occasion d'une interrogation sur la relation entre création et réception et sur l'autorité du créateur.

L'initiative n'est pas isolée et la vie du blog hors écran est à suivre : début 2009, est paru chez le même éditeur *Le Cœur à genoux* d'Alexandra Geysler, qui reprend la forme du blog ; le blog s'est aussi invité, entre autres, dans le dernier roman de Philippe Delerm *Quelque chose en lui de Bartleby* (Mercure de France, 2009).

Genre de matrice

Cette exploration souligne l'éventail des reprises et détournements : leur diversité reflète la variété des postures à l'égard du modèle et du principe de l'imitation. Parodie, travestissement, pastiche, charge, forgerie..., les pratiques hypertextuelles établies par Gérard Genette dans *Palimpsestes* rencontrent des échos, l'étendue des possibles est cependant redoublée par un modèle qui joue à la fois sur le fond et sur la forme et qui, surtout, autorise de multiples déclinaisons et appropriations.

20. L'expression est de Roxane Duru : <http://www.discordance.fr/Entrevue-nomade-avec-Roxane-Duru,751.html>.

21. http://www.zone-litteraire.com/entretiens.php?art_id=1504.

Les détournements de blogs sont le plus souvent brefs et non actualisés même s'ils restent accessibles. Contrainte de réception ? Réalité d'un public de l'hypertexte qui peine à se révéler ou difficulté à inscrire une mise à distance dans la durée ? Cela touche également à la maturité d'une lecture qui procède nécessairement d'une connaissance, d'un recul critique et d'une conceptualisation. Ce n'est pas un hasard si certains détournements voient le jour dans l'espace d'une rivalité entre les plates-formes de blogs : c'est alors l'occasion d'afficher une communauté de référence. En outre, l'interactivité densifie tout autant les liens d'une communauté – qui passe fréquemment par l'élaboration de codes de langage – qu'elle exacerbe le sentiment de propriété qui multiplie les autoréférences : cela participe de fait à une construction patrimoniale dans un espace par principe intertextuel.

La question du genre reste en suspens, partagée entre un gabarit qui signe le blog jusqu'au leurre – les usages commerciaux en témoignent – et les dérives d'une écriture parfois elle-même saturée jusqu'à la caricature avec, en filigrane, la notion centrale du destinataire dont la présence dépasse largement le cadre du commentaire. L'exemple de *Petits pains au chocolat* souligne que, si l'évidence du genre reste à confirmer, la forme du blog est suffisamment construite pour quitter son support et s'imposer à la fois comme matrice de création et outil de réflexion pour interroger l'écriture.

Pascale Hellégouarc'h
Université Paris 13 – CENEL