

LONGUET Déborah

Domaine "Sciences humaines et sociales"



Master Histoire - Parcours développement culturel et territorial.

***Les Bloqueurs Théâtre, une  
communauté web au service de la  
communication et de la médiation  
numérique Théâtrale ?  
Entre Stratégie Personnelle et Hors  
Média.***

Mémoire de Deuxième Année

Sous la direction de : Valérie Auclair

Jury : Valérie Auclair et Élisabeth Pelon

Session Septembre / Octobre 2014



Remerciements :

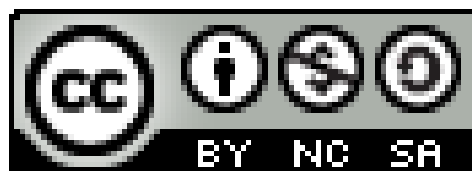
Je tiens à remercier, dans un premier temps, ma directrice pour l'aide, les conseils avisés et le regard neuf et neutre sur mon étude.

Ainsi que mon compagnon qui a supporté stoïquement mes interrogations, nuits blanche et crises d'angoisses.

Sans oublier ma sœur, Mel Amy, Marine et Flore Aline pour leurs corrections et suggestions.

Enfin je remercie toutes les personnes, blogueurs, journalistes et professionnels qui m'ont beaucoup donné d'eux en témoignant le plus sincèrement possible.

Ce document est sous licence *Creative Commons*





---

## *Sommaire*

---

|                                                                               |     |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Introduction.....                                                             | 7   |
| Chapitre 1 : Les blogueurs de théâtre.....                                    | 17  |
| Chapitre 2 : La blogosphère théâtrale – Fonctionnement d’un net système. .... | 61  |
| Chapitre 3 : Les relations complexes entre les blogs et les médias. ....      | 99  |
| Chapitre 4 : De l’usage des blogs par les professionnels. ....                | 115 |
| Conclusion .....                                                              | 141 |

---

---

## Introduction

---

### **1) Présentation et justification du sujet :**

Cette recherche a pour objet d'étude les blogs<sup>1</sup> de théâtre Parisiens en tant que stratégie de communication numérique

Si notre passion pour le théâtre préside ce travail, c'est particulièrement notre appartenance à la communauté polymorphe des blogueurs écrivant sur le thème du théâtre, qui nous fait nous interroger du point de vue le plus objectif possible, sur cette pratique particulière du *blogging*<sup>2</sup> ; ainsi l'idée de travailler sur ce sujet nous est apparue opportune.

Le format blog entendu comme dispositif complexe de publication en ligne, est sans précédent dans l'histoire des supports de communication. Il convient cependant de le replacer dans une histoire à la fois culturelle et sociale pour mieux en comprendre son utilité communicationnelle ainsi que dans le domaine du marketing digitale.

C'est pourquoi il faut se tourner vers la mutation culturelle qui se joue aujourd'hui à travers les écrans des ordinateurs « domestiques ». On observe alors à travers le réseau Internet en particulier, l'émergence d'une « cyberculture »<sup>3</sup> ou « culture sur mesure » hautement spécialisée, dans ses thèmes, ses modes de production et de réception. Cette « cyberculture » est, pour une grande part, une forme culturelle amateur, c'est-à-dire une forme qui émane de spectateurs et de lecteurs qui se passionnent à la fois pour le théâtre et par les opportunités infinies qu'offre le *World Wild Web*, à travers, ici, la possibilité d'avoir un site personnel. Analyser ces pratiques amateurs ou semi-professionnelles, qui se développent à travers les nouvelles technologies multimédia est le but de cette étude.

L'avènement d'une telle forme d'expression (émanant d'amateurs passionnés tant par le théâtre que par les nouvelles technologies numériques) est peut-être l'une des conséquences

---

<sup>1</sup> «Blog» est en fait la contraction de «weblog» et désigne ainsi une sorte de registre ou de livre de bord du web, néologisme forgé par Jorn Barger en 1997

<sup>2</sup> Blogging est le fait d'afficher le contenu d'un blog (un journal Web ou un journal en ligne) ou de poster des commentaires sur le blog de quelqu'un d'autre.

<sup>3</sup> Ensemble des techniques matérielles et intellectuelles, des pratiques, des modes de pensée et des valeurs qui se développent sur Internet

des politiques culturelles menées en France depuis les années Lang<sup>4</sup>. C'est pourquoi, dans cette étude sera explorée la centralité de la figure du blogueur, d'un « public-acteur », qui devient un publicateur voire même un médiateur dans le paysage artistique et culturel français.

Par ailleurs, indépendamment des choix personnels mentionnés ci-dessus, et de ce contexte socio-culturels de l'émergence de la figure du blogueur, les travaux universitaires en sciences de l'information et de la communication traitant de ce thème si riche nous ont paru peu abondants.

Les publications sur ce thème se limitent ainsi à trois principaux auteurs. En premier lieu, de Patrick Flichy dans *Le Sacre de l'Amateur : sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*<sup>5</sup>, identifie, un « internet de masse » dans lequel l'amateur s'impose comme la figure emblématique d'une nouvelle forme d'expertise. Le phénomène des blogs a également été étudié par Sébastien Rouquette<sup>6</sup> dans *L'analyse des sites internet. Une radiographie du cyberspace*<sup>7</sup> en particulier la partie cinq « Les blogs « extimes », une revendication identitaire interactive ? Analyse sociologique de l'interactivité des sites »<sup>8</sup> faisant écho à son article « Les blogs « extimes » : analyse sociologique de l'interactivité des blogs »<sup>9</sup> Enfin un article de Dominique Cardon et Hélène Delaunay-Teterel « La production de soi comme technique relationnelle - Un essai de typologie des blogs par leurs publics<sup>10</sup> » appréhende comme un répertoire relationnel permettant aux individus de tisser des liens avec les autres autour de discours à travers lesquels ils construisent de façon constante et interactive leur identité de blogueur.

---

<sup>4</sup> Années fastes, « âge d'or » de la politique culturelle, ces années sont aussi celles de la « culture sans frontières », qui englobe désormais les pratiques amateurs.

<sup>5</sup> Patrice Flichy. *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Seuil, 2010, 97 pages.

<sup>6</sup> Sébastien Rouquette est sociologue de la communication à l'Université Blaise Pascal. Il y analyse les stratégies des sites d'entreprises, de presse, etc. avec les étudiants en multimédia et en journalisme. Il est membre du groupe de recherche « Communication et solidarité » (Clermont Université, Université Blaise Pascal, Laboratoire de Recherche sur le Langage) ainsi que du « Ceisme » (la Sorbonne Nouvelle).

<sup>7</sup> ROUQUETTE, Sébastien. *L'analyse des sites Internet : une radiographie du cyberspace*, De Boeck, 2009.

<sup>8</sup> Cinquième partie, pp. 203-249.

<sup>9</sup> ROUQUETTE, Sébastien, « Les blogs « extimes » : analyse sociologique de l'interactivité des blogs », *tic&société* [En ligne], Vol. 2, n° 1 | 2008, mis en ligne le 15 mai 2008, Consulté le 12 mai 2014. URL : <http://ticetsociete.revues.org/412> ; DOI : 10.4000/ticetsociete.412

<sup>10</sup> Cardon Dominique, Delaunay-Téterel Hélène, « La production de soi comme technique relationnelle », *Réseaux* 4/ 2006 (no 138), p. 15-71. URL : [www.cairn.info/revue-reseaux-2006-4-page-15.htm](http://www.cairn.info/revue-reseaux-2006-4-page-15.htm).

## **2) Définition du sujet :**

Cette recherche « Les Blogueurs Théâtre, une communauté web au service de la communication et de la médiation numérique Théâtrale ? Entre Stratégie Personnelle et Hors Média.» se trouve au carrefour entre sociologie et communication digitale tout en entretenant des liens étroits avec le web marketing<sup>11</sup>.

D'après une infographie<sup>12</sup> réalisée par l'agence de marketing digital Acti, il existe près de 200 Millions de blogs dans le monde, en hausse de 3 Millions tous les mois. En France, 45% des internautes, soit 18 Millions de Français, consulteraient régulièrement un blog. 33% des internautes réaliseraient des achats sur la base d'informations trouvées sur des blogs. WordPress serait ainsi plus crédible que Twitter et plus influent que Facebook pour déclencher les décisions d'achats.

L'apparition des blogs ainsi que de divers systèmes d'édition de contenu (dits *Content Management System* ou CMS) et leur diffusion massive auprès des usagers d'Internet depuis quatre à cinq ans<sup>13</sup> a considérablement facilité les modalités de publication à l'écran. Il s'agit donc d'un véritable phénomène culturel sur lequel les chercheurs ont tout intérêt à travailler. En effet le blog se constitue peu à peu comme objet de recherche. C'est pourquoi dans cette étude nous nous pencheront particulièrement sur les blogs, dialoguant autour du spectacle vivant, que ce soit l'actualité scénique, les interviews, les critiques amateurs ...

Dans cette optique, nous serons aidés par des archives réunies et constituées avec l'aide des blogueurs, de journalistes, de chargés de relations publiques ou de communication, d'attachés de presse, mais également par la parole qui s'exprime sur les réseaux sociaux. La particularité de nos sources est qu'elles ne sont pas consultables et que leur quantité, en termes de volume de place, nous empêche de les joindre à ce travail.

Grâce à une bonne intégration dans le monde des blogueurs et plus largement dans la sphère des acteurs du milieu théâtral, l'identification et le recrutement des contacts n'ont pas posé

---

<sup>11</sup> Le webmarketing consiste à améliorer la visibilité et le trafic d'un site Web en utilisant internet comme canal de prospection et à développer une relation durable de fidélisation avec les internautes utilisateurs ou clients d'un site web et éventuellement des médias sociaux mise en place par le site internet.

<sup>12</sup><http://frenchweb.fr/infographie-3-millions-de-blogs-crees-chaque-mois-dans-le-monde/106032>

<sup>13</sup> Ce qui marque c'est la rapidité de l'appropriation par les internautes de ces outils de communication et de publication.

d'obstacle majeur. Pour des profanes, cette sélection serait passée par le recours à un moteur de recherche par le suivi des blogs de blogroll<sup>14</sup> en blogroll afin de faire le tour du périmètre informel de la blogosphère. Dans le cadre de notre travail nous avons privilégié, les blogs avec lesquels nous avons déjà des relations via les réseaux sociaux, permettant d'une part une plus grande facilité d'approche et d'autre part une participation des blogueurs à cette étude favorisée par des relations préexistantes. Sur la trentaine de blog recensés ayant donné leur accord, tous n'ont pas été étudiés en détail et cela à cause de la redondance ou de la très grande similitude des informations fournies par les blogueurs. La sélection finale a été aléatoire, suivant la disponibilité au moment où nous les avons sollicités. Cette méthode a permis de recueillir les données objectives et les perceptions des blogueurs les plus motivés par le sujet et la méthodologie, et par conséquent les plus sincères et exhaustifs dans leurs réponses.

De plus nous avons travaillé à partir d'une grille d'analyse méthodologique des blogs et de leur contenu en ligne que nous avons créé spécialement pour cette étude<sup>15</sup>. Nous nous sommes également appuyés sur les statistiques de fréquentation des blogs que certains ont bien voulu nous fournir.

En ce qui concerne les interviews nous avons opté pour la méthode décrite par Stéphane Rouquette dans « Les blogs « extimes » : analyse sociologique de l'interactivité des blogs », c'est-à-dire via l'ordinateur et ce pour plusieurs raisons.

- La difficulté technique de l'enregistrement et de la retranscription de chaque interview a constitué un frein majeur, en raison du temps que nécessite cette méthode du fait des contraintes d'agenda pour pouvoir fixer les rendez-vous, de lieux calmes et propices à la tenue d'une discussion en confiance et du temps nécessaire pour réaliser des retranscriptions intégrales.

- Le souhait, prégnant dans le recours à des formulaires à compléter, d'accorder plus de liberté aux blogueurs, les rendant libres de répondre au moment leur convenant le mieux, et évitant les biais liés à l'affect des deux côtés. Ainsi, le blogueur évitait le stress pouvant découler de l'interview physique et formulait des réponses claires et précises à chacun des points retenus pour l'analyse.

---

<sup>14</sup> Généralement situé à droite ou à gauche sur la page principale d'un blog, un blogroll est une liste de liens vers des blogs "amis". Présentés en colonne, ils forment une représentation communautaire des centres d'intérêt de l'auteur du blog.

<sup>15</sup> A retrouver en annexe 1.

« Cette méthodologie est d'autant plus intéressante ici que [...] le blog est l'une des activités sociales pour lesquelles l'entretien à distance, par mail interposé, respecte parfaitement la consigne selon laquelle il est préférable de mener les entretiens dans les lieux habituels de l'activité étudiée [...] car c'est dans son contexte quotidien que l'acteur social se remémore le plus facilement, le plus concrètement la somme des actions [habituelles caractérisant] le mieux son comportement, etc.. [...] Peut-être parce que cette démarche fait écho à l'intérêt que beaucoup de ces acteurs sociaux/blogueurs accordent à l'intérêt d'un positionnement réflexif sur leurs pratiques ou encore parce que ces entretiens passent par le biais de l'écriture qui est une forme de communication qu'ils valorisent quasi-unanimement [...] »<sup>16</sup>.

Néanmoins ce ne fut pas sans difficultés, en particulier celle d'obtenir le questionnaire rempli par le blogueur. En effet pour certains, il s'est écoulé plusieurs mois entre l'acceptation de participer à cette étude et le rendu du questionnaire complété. D'autres, malgré l'accord donné et les relances, n'ont jamais « rendu leur copie » tant du côté des blogueurs que des professionnels. Enfin, en avançant dans les recherches, quelques blogs ont dû être éliminés après avoir resserré notre objet d'étude.

La méthodologie est tirée de l'article de Stéphane Rouquette « Les blogs « extimes » : analyse sociologique de l'interactivité des blogs », qui est intéressant à plus d'un titre car il aborde les motivations initiales des blogueurs et explique la perception, globalement positive, qu'ont les blogueurs des réactions des internautes. Il permet de comprendre les logiques sociales, stylistiques, conviviales, de facilité d'utilisation, de standardisation, économique ou professionnelle des sites personnels afin d'exercer un regard critique sur ces réalisations.

Pour mener à bien notre étude, nous nous sommes appuyés sur d'autres articles fondamentaux. Ainsi pour éclairer l'angle de l'interactivité et de la communication digitale, nous avons pris en compte les enseignements de « Constitution d'un espace de communication sur Internet: (forums, pages personnelles, courrier électronique...) »<sup>17</sup>. Cet article s'attache à expliquer comment se constituent, dans les faits, des interactions, écrites et médiatisées par les réseaux sociaux. L'analyse explore les différents types d'activité sur le net, la constitution des identités et la manière dont se construisent les relations.

---

<sup>16</sup> Sébastien ROUQUETTE, « Les blogs « extimes » : analyse sociologique de l'interactivité des blogs », *tic&société* [En ligne], Vol. 2, n° 1 | 2008, mis en ligne le 15 mai 2008, Consulté le 27 mai 2014. URL : <http://ticetsociete.revues.org/412> ; DOI : 10.4000/ticetsociete.412.

<sup>17</sup> Cardon Dominique, Delaunay-Téterel Hélène, « La production de soi comme technique relationnelle », *Réseaux* 4/ 2006 (no 138), p. 15-71. URL : [www.cairn.info/revue-reseaux-2006-4-page-15.htm](http://www.cairn.info/revue-reseaux-2006-4-page-15.htm).

<sup>18</sup> Directeur d'Adverbia, une agence de communication publique et territoriale.

En ce qui concerne les ouvrages, nous ne manquerons pas de mentionner *Blogs territoriaux et réseaux sociaux : les nouveaux enjeux du Web 2.0 pour les collectivités* de Franck Confino<sup>18</sup>. Ce livre donne des clés de compréhension, d'action et de méthodologie pour créer et alimenter un blog dédié à une collectivité territoriale. Il présente également les articulations et les complémentarités entre le blog et l'écosystème web contemporain : les réseaux sociaux notamment (Facebook, Twitter...), le site internet de la collectivité et les services Web 2.0.

Pour finir, nous avons utilisé l'ouvrage de Patrice Flichy<sup>19</sup> *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*<sup>19</sup>, qui défend l'idée que les technologies de l'information et de la communication ont encore plus accentué le phénomène d'apprentissage, permettant à la mise en réseau de faire émerger une « intelligence collective ». Ils observent la tendance des blogueurs à se regrouper au sein de communautés dans lesquelles ils peuvent partager leurs opinions, confronter leurs points de vue et parfois même, gagner en notoriété.

La bibliographie et l'étude documentaire ayant précédé le choix des références retenues ont été majeures pour la méthodologie, la précision scientifique et la structure que nos lectures ont donnée à notre propre recherche.

### **3) Le centralisme et la prédominance parisienne :**

Si notre recherche s'attache principalement à explorer la Blogosphère<sup>20</sup> Parisienne, c'est parce que les sources et archives disponibles en la matière y sont plus abondante, mais aussi de par la domination culturelle de Paris<sup>21</sup> dans le modèle français et la tendance à la concentration des équipements culturels théâtraux en île de France. En effet la capitale rassemble, à elle seule, la plus grande partie de la vie théâtrale française et ouvre l'accès à un immense marché que nul ne peut ignorer. A Paris, les théâtres, les comédiens, les metteurs en scène, ... tout comme les blogueurs sont présents en nombre. Ainsi il existe près de 200 salles et café-théâtre pouvant servir de lieux de représentations. C'est pourquoi les « affaires en matière de théâtre » s'effectuent principalement dans la capitale française, malgré les efforts de décentralisation théâtrale<sup>22</sup>.

---

<sup>18</sup> Professeur de sociologie à l'Université Paris-Est Marne-la-Vallée et chercheur au Laboratoire Techniques, territoires et sociétés (LATTs).

<sup>19</sup> Patrice Flichy. *Le sacre de l'amateur. Sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Seuil, 2010, 97 pages.

<sup>20</sup> Une blogosphère désigne indifféremment un ensemble de blogs ou l'ensemble de ses rédacteurs.

<sup>21</sup> Gravier, J-F ; *Paris et le désert français*, Flammarion, 1972.

<sup>22</sup> La décentralisation théâtrale ou décentralisation dramatique est une politique culturelle française, initiée sous la Quatrième République, visant à développer la production et la diffusion théâtrale dans les régions.

#### **4) Une recherche transversale : A travers la communication digitale, les technologies de l'information et la Médiation Numérique Théâtrale :**

La communication numérique à savoir l'utilisation du web comme un canal de diffusion, de partage et de création d'informations, est un des axes que cette étude abordera. La communication sur les médias numériques se distingue de la communication traditionnelle par son évolution constante en termes d'usages et de technologies et supports utilisés.

La consommation de l'information numérique se fait de plus en plus hors des supports d'origine grâce à la mobilité que permet la communication moderne (smartphones, tablettes électroniques,...), qui en se démocratisant, place internet à portée de mains, partout en France. En conséquence la présence d'un individu sur Internet s'est banalisée en particulier pendant ses temps libres, propices à la recherche d'informations.

Plusieurs types d'usages de la communication numérique existent aujourd'hui dans lesquels s'insèrent les blogueurs : la création de contenus (vidéos, articles, photos, animations...) et le web social (création, animation, modération d'une communauté...).

Les outils numériques font émerger de nouveaux usages mais aussi de nouveaux moyens de mesure d'efficacité ; ainsi les plateformes de blogs mettent désormais à disposition de leurs utilisateurs des outils de suivi afin de cerner le nombre et le profil des visiteurs ainsi que de nombreux détails sur leurs pratiques de navigation et de lecture (combien de temps restent-ils sur une page, quelles pages consultent-ils etc.). Ces statistiques permettent par la suite d'adapter sa stratégie et son contenu aux profils des usagers. Cette problématique est centrale pour aborder les questions de stratégie d'affluence des blogueurs afin de faire venir les lecteurs sur leur site personnel.

Les métiers de la communication ont ainsi considérablement changé depuis l'avènement du Web 2.0 et exigent de nouveaux savoir-faire et compétences pour élaborer une stratégie de communication numérique, rédiger des contenus percutants, construire des projets numériques, etc. Comme le montrent les travaux du Théâtres Médiations Numérique<sup>23</sup> ces éléments sont une des préoccupations majeures des personnes travaillant dans les théâtres, qu'elles soient chargées de relations publiques, de relations presses ou de responsable de communication. En effet elles se doivent d'intégrer l'évolution technique et technologique dans leur profession.

Selon un autre axe cette étude s'interroge sur le rôle du blogueur théâtre en tant que producteur de contenu culturel et sur l'usage qu'il fait des technologies de l'information et de la communication.

---

<sup>23</sup> <http://www.tmnlab.com/>

Les notions de technologies de l'information et de la communication (TIC) et de nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) regroupent « les techniques principalement de l'informatique, de l'audiovisuel, des multimédias, de l'Internet et des télécommunications qui permettent aux utilisateurs de communiquer, d'accéder aux sources d'information, de stocker, de manipuler, de produire et de transmettre l'information sous toutes les formes: texte, document, musique, son, image, et vidéo »<sup>24</sup>.

Enfin, la médiation théâtrale numérique a constitué le dernier axe de recherche. Il s'est agi de bien comprendre les spécificités de cet espace intermédiaire entre la création des artistes et la réception des spectateurs, tout cela via le web et ses outils. Ce champ ouvre aux professionnels et aux amateurs de nouveaux projets et moyens, dans un rapport dématérialisé à l'art et à la culture.

Ainsi la pratique de blogging entre de plein pied dans cette culture numérique participative. En effet les blogs, tant sites web que systèmes de management de contenus réalisés à l'aide d'outils d'auto-publication (Blogger, Wordpress...), renouvellent à plus d'un titre les genres de la communication numérique culturelle et constituent un atout pour le hors média<sup>25</sup>.

### **5) Problématique et structure du Mémoire :**

Si notre travail aborde diverses interrogations, son objectif central est de démontrer, comment les blogs de théâtre, tout en répondant de prime abord à une stratégie personnelle, renouvellent la communication numérique théâtrale, en tant que support de médiation, elle-même instrumentalisant les blogueurs. Cette approche nous amènera à mettre en évidence un certain nombre de spécificités susceptibles de rendre compte de la singularité de la pratique du blogging.

Cette étude permettra en corollaire de réfléchir aux enjeux sociaux, organisationnels et culturels soulevés par la profusion des pratiques amateurs dans l'univers numérique. Cet essor de la place des amateurs aboutit aujourd'hui à la reconnaissance des blogs de théâtre comme une forme culturelle authentique née des réseaux de communication informatisés, et d'un besoin, tant personnel que professionnel.

---

<sup>24</sup> <http://www.dfrmedia.com/reference/123-tic-technologies-de-l-information-et-de-la-communication>

<sup>25</sup> Le hors médias regroupe historiquement l'ensemble des techniques de communication marketing n'utilisant pas les 5 grands médias publicitaires traditionnels (Presse, TV, Affichage, Radio, Cinéma).

Pour commencer, suivant une idée du Laboratoire Théâtres et Médiations Numériques (TMNLab)<sup>26</sup> dans un article intitulé : « Conquérir de nouveaux publics via les réseaux sociaux »<sup>27</sup> qui préconise de créer « une liste des blogueurs avec [leur] qualité (généraliste culture, danse, opéra, théâtre, contemporain...) [...] et mise en commun et enrichissement de cette base commune ». Notre première partie consistera en une présentation des blogueurs de l'étude, mais également en une classification, tout en admettant en exergue les stratégies personnelles des blogueurs. Le but étant de faire émerger, de manière inductive, des typologies sur la base des corrélations observées

Dans une deuxième partie, grâce aux interviews réalisées, il s'agira de traiter de la thématique du « public-acteur », au sens où tout spectateur peut potentiellement devenir auteur et éditeur/diffuseur d'un site dont il établit son propre modèle esthétique. « Les productions culturelles qui naissent de l'expression de soi, de la présentation de soi à travers ses goûts, ses passions sur le réseau de communication Internet, nous paraissent déployer ce que nous appellerons une « culture sur mesure » ou une « self culture »<sup>29</sup>. Devant ce régime d'autoréférence culturelle, l'accroissement des échanges grâce aux réseaux de communication pose la question de la reconnaissance auprès d'une petite communauté d'échange, un cercle de pairs ayant le même type d'intérêt et avec qui échanger autour de sa production ce que dans le cas des blogs nous appelons communément blogosphère<sup>30</sup>. Cette dimension nous a conduits à traiter de la thématique de l'interactivité sociale et numérique qu'entraîne cette pratique culturelle dans la « biosphère du net », lieu dématérialisé où se créent des communautés d'amateurs de théâtre autour de règles formelles qui ne sont pas nécessairement en usage chez les professionnels

Dans une troisième partie ce sont les relations avec des professionnels du monde de l'écrit, c'est-à-dire les journalistes qui seront abordés. En premier lieu sera abordée la nécessaire présence du journalisme sur le net qui doit avec ces nouveaux outils et supports numériques et notamment repenser son métier avec de profondes mutations en perspective. Nous traiterons ensuite de la question de la concurrence des modes d'écriture mais également de la nécessaire validation et reconnaissance de ces formes singulières d'expressions personnelles que sont les blogs tenus par d'autres que les professionnels, ici les journalistes qui se posent en référence.

---

<sup>26</sup> <http://www.tmnlab.com/>

<sup>27</sup> <http://www.tmnlab.com/2014/02/14/conquerir-de-nouveaux-publics-via-les-reseaux-sociaux/> <sup>29</sup> Culture, formation, ou l'éducation de soi-même par ses propres efforts. <sup>30</sup> L'expression la blogosphère désigne ainsi l'ensemble de tous les blogs.

Enfin cette partie permettra de traiter des avantages et des inconvénients des blogs par rapport au journal.

Dans une quatrième et dernière partie nous nous exprimerons sur les rapports ambigus qu'entretiennent les professionnels du monde du théâtre et les blogueurs, dans ce rapport de co-dépendance, qui fait que chaque partie a besoins de l'autre pour exercer sa fonction. En effet selon l'article du TMNLab intitulé « Conquérir de nouveaux publics via les réseaux sociaux »<sup>28</sup>, « les blogueurs sont aujourd'hui une communauté [de laquelle il] est impossible de passer outre sur le web. [C'est pourquoi] des initiatives ont été menées envers certains blogueurs [afin de permettre] un décroisement entre les disciplines et surtout la diffusion de l'information auprès de nouveaux publics potentiels », que nous détaillerons et analyserons dans cette dernière partie.

---

<sup>28</sup> <http://www.tmnlab.com/2014/02/14/conquerir-de-nouveaux-publics-via-les-reseaux-sociaux/>

---

## *Chapitre 1 : Les blogueurs de théâtre*

---

Le développement de l'internet et surtout du haut débit depuis le milieu des années 1990 tend à rendre obsolètes les anciennes formes d'information basées sur une logique propriétaire des médias, et met à la disposition du plus grand nombre des outils et services informationnels. Le blog est un outil de communication qui ressemble à un carnet d'actualité, de faits ou d'opinions ante-chronodatés (des plus récents aux plus anciens). « Blog » est en fait la contraction de « weblog » et désigne ainsi une sorte de registre ou de livre de bord du web, néologisme forgé par Jorn Barger en 1997.

Le plus souvent il est réalisé par une personne, un animateur qui poste une ou plusieurs fois par jours des billets contenant du texte, mais aussi des images, de l'audio ou encore de la vidéo. Ces notes d'information concernent généralement l'actualité, elles sont plus ou moins longues et éclairent, sous l'angle que l'auteur a choisi, (subjectif ou objectif ; analytique ou descriptif etc.) des sujets qu'il souhaite mettre en avant. Enrichies de liens externes, elles sont ensuite susceptibles d'être commentées par les lecteurs.

La simplicité technique d'utilisation des blogs est l'un des éléments ayant contribué à leur développement considérable, devenant un média des masses : un auteur diffuse une information, expose un problème ou une question sur son blog, et il reçoit en réponse selon son audience, des commentaires, de nouvelles informations, laissées par les lecteurs. C'est donc cette simplicité qui a permis l'appropriation du média par le grand public, béotien, sans connaissances préalables dans le domaine de la diffusion d'information sur le web. Désormais n'importe qui peut créer son blog en quelques minutes et cela sans aucune connaissance technique. Cette démocratisation technique ouvre la voie à la « blogmania » actuelle.

Ici ce sont ceux ayant une ressemblance thématique, le théâtre, dont nous allons faire émerger, de manière inductive, des typologies sur la base des corrélations observées, qui vont faire l'objet de toute notre attention.

Comme le signale l'article « *Conquérir de nouveaux publics via les réseaux sociaux* » du Laboratoire Théâtre Médiation Numérique (TMNLab), « démarcher les blogueurs nécessite de faire le distinguo entre les blogueurs journalistes professionnels, et les blogueurs spectateurs qui revendiquent parfois leurs contributions comme professionnelles ». C'est pourquoi « une liste des blogueurs avec qualité (généraliste culture, danse, opéra, théâtre, contemporain...) et appréciation pourrait être un des apports du TMNlab. [Avec une] mise en commun et enrichissement de cette base commune ».

Dans cette optique nous avons établis une liste de blogueurs en réunissant à la fois nos relations, les relations de nos relations et ainsi de suite afin d'étendre la limite informelle de la blogosphère culturelle. De plus nous nous servirons des Interviews réalisées avec certains blogueurs, mais également de l'observation de la conception graphique et idéologique de leur Site. Tous cela dans le but de savoir qui sont les blogueurs et d'explorer notre échantillon en profondeur.

Dans une première partie nous explorerons les blogs théâtre, qui constituent la majorité de notre échantillon. Puis dans un second temps les blogs culturels ayant une section spectacle / théâtre, les « cousins » des précédents. Et enfin dans une troisième et dernière partie les blogs de théâtre / spectacle affiliés à un autre site et / ou une institution.

### 1) Les blogs de théâtre à un seul rédacteur

A – Coup de Théâtre !

Adresse Web du Blog : <http://coup2theatre.wordpress.com/>

Ce blog est animé par [@LisaDonetti](#), suivit sur Twitter par près de 870 followers, une responsable de communication de 38 ans qui a une pratique amateur du Théâtre, en effet elle avoue avoir fréquenté cinq cours en dix ans.

Il s'agit de son premier blog, elle a choisis de l'héberger sous *WordPress* parce qu'elle « connaissais cet hébergeur de nom et j'ai été d'emblée séduite par la facilité d'utilisation et le choix des modèles graphiques », dans lequel elle a sélectionné le thème *Forever*<sup>29</sup>.



A la question « Comment l'avez-vous conçu ? » elle a répondu « au niveau du contenu, je l'ai articulé autour de deux rubriques principales : les critiques (« critiques<sup>30</sup> ») et les interviews (« un café avec<sup>31</sup> »). J'ai conçu quelques rubriques secondaires mais importantes pour créer du lien avec les lecteurs (« prochaines pièces<sup>32</sup> », « qui suis-je<sup>33</sup> » [...] et « Festival<sup>34</sup> » qui regroupe « l'actualité des festivals de théâtre à Paris, en France ou ailleurs. Au niveau de la forme, j'ai privilégié une interface très sobre et très lisible. J'ai repris dans la charte graphique

<sup>29</sup> <http://theme.wordpress.com/themes/forever/>

<sup>30</sup> Qui est sa rubrique principale : <http://coup2theatre.wordpress.com/>

<sup>31</sup> <http://coup2theatre.wordpress.com/un-cafe-avec/>

<sup>32</sup> <http://coup2theatre.wordpress.com/spectacles-a-venir/>

<sup>33</sup> <http://coup2theatre.wordpress.com/about/>

<sup>34</sup> <http://coup2theatre.wordpress.com/festivals/>

le rouge profond des fauteuils de théâtre, que je trouve seyant et cohérent par rapport au thème.  
»

Son blog est encore jeune, il fut créé sous l'impulsion d'une rencontre de bloggeuses autour d'un événement théâtrale ayant lieu en Décembre 2013 au Théâtre des Mathurins<sup>35</sup>, « Le Paris des Femmes<sup>36</sup> ». « Je n'avais qu'un compte twitter à l'époque. Je me suis retrouvée au milieu de cinq ou six bloggeuses théâtre. Au moment du tour de table, j'ai eu un déclic : j'adore écrire, j'adore le théâtre, je dois créer quelque chose dans ce domaine. Et le lendemain, en trois heures, je l'ai créé ».

« Le blog s'appelle *Coup de théâtre* ! Je cherchais un nom simple, facilement mémorisable et corrélé bien sûr au thème du blog. J'ai tout de suite pensé à l'expression « Coup de théâtre » qui cumule tous les critères cités, sauf peut-être celui de l'originalité ». En effet l'originalité n'est pas de mise avec ce nom de blog puisqu'il s'agit à la fois de nom du festival de théâtre de France Télévisions<sup>37</sup>, mais également du nom d'un Blog affilié au journal *Le Monde*<sup>38</sup> sur lequel nous reviendrons dans cette étude, ou bien encore d'une compagnie théâtrale<sup>39</sup> et enfin d'une association<sup>40</sup>. Cela ne peut que contribuer à brouiller les pistes, surtout pour les professionnels qui rechercheraient son blog.

Néanmoins elle se distingue des autres en misant « sur l'originalité, la qualité et la variété de mes interviews, quand la plupart des blogs ne postent que des critiques. J'essaye notamment de rencontrer et de mettre en lumière des professionnels du théâtre qui exercent des activités peu connues (ex : compagnie de théâtre à domicile, coach de comédiens, etc. ....) ».

C'est pourquoi elle définit son blog comme « un blog de partage et de découvertes, que je souhaite à la fois convivial, qualitatif et interactif. L'idée est de donner mon avis sincère sur les pièces que je vois, qu'il soit positif, mitigé ou mauvais. Mais je ne voulais pas me limiter à des critiques, j'avais envie d'aller à la rencontre des professionnels du théâtre, qu'ils soient comédiens, auteurs, metteurs en scène, directeurs de compagnie, professeurs de théâtre,... et de mettre un coup de projecteur sur des personnes qui n'ont pas forcément beaucoup de notoriété mais qui font le théâtre d'aujourd'hui ». A elle de conclure « voilà pourquoi le sous-titre du blog est Découvertes et rencontres théâtrales ».

---

<sup>35</sup> <http://www.theatremathurins.com/>

<sup>36</sup> <http://parisdesfemmes.blogspot.fr/>

<sup>37</sup> <http://culturebox.francetvinfo.fr/coups-de-theatre>

<sup>38</sup> *Coup de Théâtre-Le spectacle Vivant dans tous ses états* : <http://theatre.blog.lemonde.fr/>

<sup>39</sup> <http://coupsdetheatre.blogspot.fr/>

<sup>40</sup> <http://coupdetheatre.over-blog.fr/>

## B – Théâtrices

Adresse Web du Blog : <http://theatrices.wordpress.com/>

Il est rédigé par Mélina Kéloufi, âgée de 17 ans lors de l'interview, elle est à la fois Elève-comédienne au Cours Florent, et étudiante en 1ère année de licence Arts du spectacle – Théâtre à l'université Paris 8 Vincennes-Saint-Denis. On l'a retrouvé sur Twitter sous [@Amriquebecoise](#) où elle est suivit par près de 1200 personnes et 280 sur [@Théâtrices](#).

C'est son deuxième blog, *Ameriquebecoise*<sup>41</sup> étant un blog personnel où elle se raconte. Comme l'animatrice de *Coup de Théâtre*, c'est la rencontre autour du *Paris des Femmes* qui a déclenchée son envie de Blogger « l'élément déclencheur [a été] le Paris des Femmes, un événement dédié aux auteures de théâtre qui eut lieu en janvier 2014. Je le raconte ensuite avec ces mots : ce blog est né d'un constat : on n'accorde pas suffisamment de visibilité aux femmes du milieu théâtral. Ce blog est né de ma volonté d'un meilleur équilibre et d'une plus grande équité quant à la reconnaissance de leur contribution. Ce blog est né de mon intérêt pour les créatrices, pour leurs ambitions, leurs visions, leurs projets, leurs parcours ».

Quand a son nom, *Théâtrices*, elle « voulais un nom original qui indique tout de suite ce sur quoi les billets portent. Le nom de *Théâtrices* résulte du mariage entre «théâtre» et «créatrices», agréable à entendre, facile à retenir » il a pour but de faire « entendre les voix et les voies des femmes artistes ».

Comme pour son premier blog il est hébergé sous *WordPress* « une plate-forme très souple et très complète. Je maîtrise l'outil, que j'ai pu explorer avec mon premier blog ». Elle, c'est le thème *Liquorice*<sup>42</sup> qui l'a séduite « ayant tendance à être synthétique, à ne garder que l'essentiel, je voulais un design ressemblant à ma façon de m'exprimer : épuré et coloré. Une mise en page sobre qui mette en valeur les titres des articles et les liens. Très peu de rubriques, car d'une façon générale j'ai horreur des catégories ».



<sup>41</sup> <http://ameriquebecoise.wordpress.com/>

<sup>42</sup> <http://theme.wordpress.com/themes/liquorice/>

Malgré cette dernière précision cinq rubriques viennent animer son site :

- *Accueil*<sup>43</sup> : regroupe l'ensemble de ses billets dans une présentation classique anté chronodaté ;
- *Présentation*<sup>44</sup> : présente notre bloggeuse, du moins ce que publiquement et à la vue de tous elle dévoile d'elle-même. ;
- *Si elles étaient Ministres de La Culture ...*<sup>45</sup> : « Dans le cadre de la campagne électorale québécoise 2014, le Conseil Québécois du Théâtre invitait des personnalités publiques à s'exprimer sur le thème "Si j'étais ministre de la Culture". M'inspirant de cette idée qui me semble originale et pertinente, j'invite les théâtrices lors de nos entrevues à jouer également ce jeu-là. » ;
- *Rideau* !<sup>46</sup> : présente les centres d'intérêt de Mélina Kéloufi. ;
- *Contact*<sup>47</sup> : un formulaire de contact

Son blog se démarque par « un angle de traitement original et inattendu concernant le théâtre, hors des cadres habituels de la critique et du partage d'actualités ». Mélina le définit comme « un blog engagé, mais sans militantisme. Il offre aux lecteurs et à moi-même un regard sur les femmes dans la création théâtrale ».

### *C – Mes Illusions Comiques*

Adresse Web du Blog : <http://www.mesillusionscomiques.com/>

Ce blog est tenu par Audrey Natalizy, son identité est clairement affichée sur son blog, une journaliste à France 3 Région Île de France, âgée de 30 ans. Il est hébergé sur *Haut Et Fort*<sup>48</sup>, une « plateforme conseillée par un intervenant lorsque j'étais étudiante en école de journalisme ».

Ouvert depuis Janvier 2011, car elle ressentait « la nécessité à un moment en dent de scie sur le plan professionnel de créer quelque chose tout en partageant cette passion », elle l'a nommé en l'honneur de la pièce de Corneille *L'illusion Comique*<sup>49</sup> qu'elle affectionne.

Il a été conçu « au fil du temps, en tâtonnant, en fonction des besoins pour les rubriques » : A l'affiche, A voir bientôt, Avignon, Du théâtre en DVD, En coulisses, Entracte, Jeune Public, Trop tard !, Vidéos.

---

<sup>43</sup> <http://theatrices.wordpress.com/>

<sup>44</sup> <http://theatrices.wordpress.com/presentation/>

<sup>45</sup> <http://theatrices.wordpress.com/si-elles-etaient-ministre-de-la-culture/>

<sup>46</sup> <http://theatrices.wordpress.com/rideau/>

<sup>47</sup> <http://theatrices.wordpress.com/contact/>

<sup>48</sup> <http://www.hautetfort.com/>

<sup>49</sup> [http://www.ebooksgratuits.com/pdf/corneille\\_illusion\\_comique.pdf](http://www.ebooksgratuits.com/pdf/corneille_illusion_comique.pdf)



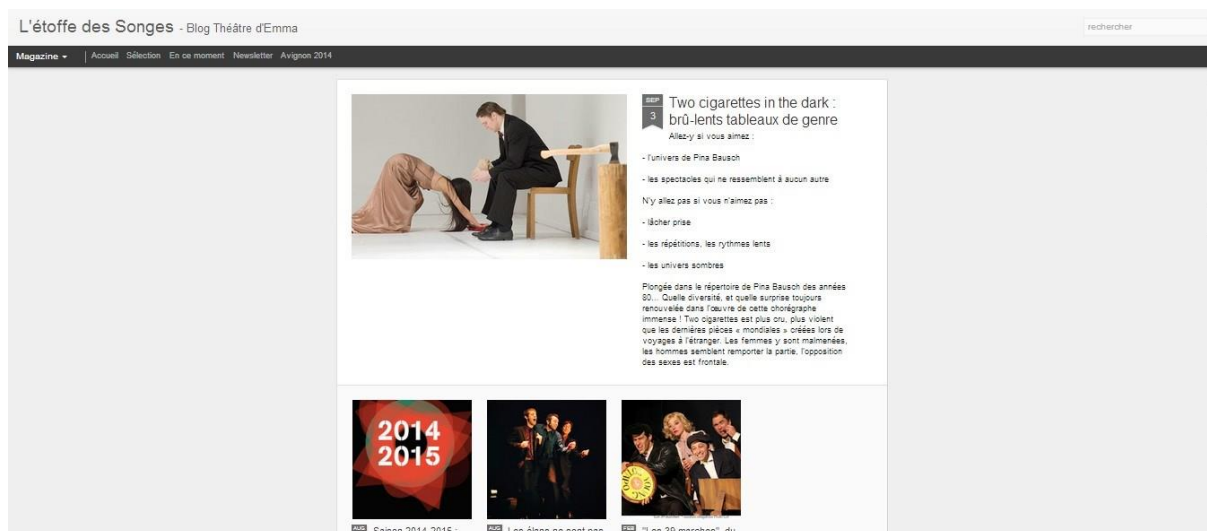
Elle définit son blog comme étant « les coups de cœur théâtraux d'une journaliste passionnée de théâtre ». A travers lui elle s'adresse « aux lecteurs de façon plus personnelle que dans un article au sens propre mais avec la rigueur journalistique (déontologie, respect des règles élémentaires du droit de la presse, recoupement des info ...) ». Il a pour objectif de « partager mes coups de cœur (pour des pièces, des comédiens ou des metteurs en scène) et des informations théâtrales intéressantes à mes yeux ». Comme près de 720 personnes suivez la sur Twitter : [@audreynatalizy](https://twitter.com/audreynatalizy)

#### D – L'Etoffe Des Songes

Adresse Web du Blog : <http://www.etoftedessonges.com/>

Avec près de 660 abonnées [@MA\\_Théâtres](https://twitter.com/MA_Théâtres) (Emma), 39 ans, ingénieur, a ouvert son blog « le 2 juillet 2011, juste avant le festival d'Avignon. Il est né dans une période d'ennui professionnel profond, où je cherchais à m'occuper. J'ai rédigé la liste de mes envies, et le blog est apparu ».

Lancé sous le nom *Quel spectacle ?* à ses début, il doit son nom actuel a « une traduction d'un vers de La Tempête, de Shakespeare : *We are such stuff. As dreams are made on.*



Hébergé sous *Blogger* « pour la facilité du référencement et de l'accès » en ce qui concerne sa conception graphique « le *layout*<sup>50</sup> est un standard de *Google* en affichage dynamique. J'ai juste creusé un peu pour ajouter des sections et des rubriques supplémentaires dans les pages, en utilisant des outils existants. Il n'y a pas eu de développements spécifiques ».

Elle l'a ouvert autant pour elle que pour les autres « je partage mes impressions et cherche à orienter les lecteurs vers les spectacles qui leur correspondent. D'où l'introduction des articles (« allez-y si vous aimez, n'y allez pas si vous n'aimez pas ») et la volonté de maintenir à jour une « sélection » et une liste de spectacles en cours « en ce moment » pour aider à la programmation ».

### E- *Marsupilamima*

Adresse Web Du Blog : <http://marsupilamima.blogspot.fr/>

Ce Blog est rédigé par Martine Silber, une ex journaliste du *Monde* à la retraite âgée de 67 ans.

Ce n'est pas son premier blog en effet elle a « déjà tenu un blog pour *lemonde.fr* pour traiter du Festival Off d'Avignon<sup>51</sup> et un autre toujours sur *lemonde.fr* pour les Assises Internationales du Roman (AIR) organisées par la Villa Gillet à Lyon<sup>52</sup> ».

<sup>50</sup> La mise en page.

<sup>51</sup> <http://avignon.blog.lemonde.fr/>

<sup>52</sup> C'est une semaine de rencontres, de lectures, tables rondes avec des écrivains du monde entier, à Lyon et en Région Rhône-Alpes.

Néanmoins c'est son premier blog non professionnel, ouvert en Septembre 2008, dès que son contrat avec *Le Monde* eut pris fin<sup>53</sup>, notons qu'elle fait aussi « du cross posting<sup>57</sup> sur *Mediapart*<sup>54</sup> ».



Son Pseudo c'est sa famille qui lui a trouvée : « Marsupilamima est un surnom que m'ont donné mes enfants parce qu'ils trouvaient « que je sautais partout. » pour la partie *marsupilami* et *mima* est mon nom de grand-mère (mamie en verlan) ». C'est sous ce Pseudo que l'on la retrouve sur Twitter : [@marsupilamima](https://twitter.com/marsupilamima) (suivit par environ 1460 personnes).



Pour l'habillage elle « utilise ce que *Blogspot* propose et sur *Mediapart*, je crois que c'est *WordPress*, mais la mise en page est celle qui se met en place toute seule. »

<sup>53</sup> <http://ericmainville.com/2008/05/22/discussion-avec-une-journaliste-du-monde/> <sup>57</sup>

Publication croisée

<sup>54</sup> <http://blogs.mediapart.fr/blog/mima>

Sur son blog hébergé sous *Blogspot* « par facilité », les rubriques ont le même contenu c'est uniquement la présentation qui change. « Ce qui m'importe, c'est que ce soit simple, clair et que l'on puisse ajouter photos et vidéos rapidement. La fonction recherche est également importante et doit être simple : les spectacles tournent parfois sur plusieurs années et des gens peuvent lire un billet longtemps après qu'il ait été écrit. Il m'arrive d'ailleurs de « recycler », en le précisant, un billet si un spectacle que j'ai vu en province ou dans un autre lieu est repris sur une scène parisienne. Ou de renvoyer sur une critique précédente... ».

Elle le définit avant tout comme un blog de critiques de théâtre, même si à son commencement elle traitait d'autre sujet, les articles se sont, avec le temps, orienté uniquement vers le Théâtre.

### F – Mordue de Théâtre

Adresse Web du Blog : <http://mordue-de-theatre.over-blog.com/>

Étudiante en 1ère année de Prépa scientifique PCSI (physique-chimie & sciences de l'ingénieur), âgée de 18 ans, Mordue de Théâtre a ouvert son blog en Octobre 2010 pour « ne pas oublier ce que je vois, pour partager les choses que j'aime, et pour éviter à d'autres spectateurs de s'ennuyer au théâtre lorsque moi-même je m'y ennuie ».

Il est hébergé sur *OverBlog* car elle « ne connaissait que ça à l'époque ». Elle l'a conçue en trois rubriques : « *critiques*<sup>55</sup>, *avis divers*<sup>56</sup> (pour faire connaître les troupes, acteurs, ou salles que je préfère), et *MDT divague*<sup>57</sup> (autre, type annonce d'un spectacle que j'attends). Pour l'habillage, le plus simple possible, c'est-à-dire fond [Gris foncé]. Le reste je n'y ai pas passé beaucoup de temps ».



<sup>55</sup> 145 articles le 05/06/2014 : <http://mordue-de-theatre.over-blog.com/tag/Critiques/>

<sup>56</sup> Aucun article à ce jour (voir note précédent) : [http://mordue-de-theatre.over-blog.com/tag/Avis%20divers%20sur%20le%20th%C3%A9%C3%A2tre%20\(troupes,%20salles,%20...\)/](http://mordue-de-theatre.over-blog.com/tag/Avis%20divers%20sur%20le%20th%C3%A9%C3%A2tre%20(troupes,%20salles,%20...)/)

<sup>57</sup> 15 articles : <http://mordue-de-theatre.over-blog.com/tag/MDT%20divague/>

Néanmoins depuis août 2014, elle a changé l'hébergeur de son blog désormais passé sous *Wordpress*, parce qu'*Over Blog* avait comme finalité de lui imposer la publicité, ce qu'elle explique dans un article intitulé « Le blog change d'adresse »<sup>58</sup>.



Elle a repris la charte graphique de son ancien blog, parce que représentant son identité graphique et donc une véritable carte de visite pour elle, et a fait migrer ses articles sur le nouveau qui garde le même nom, tout en changeant d'adresse internet, « Mon ancien blog a entièrement été transféré sur mon nouveau, de manière à conserver une trace de ces trois années riches théâtralement écoulées. C'est donc ici : <http://mordue-de-theatre.com> que vous pourrez lire mes prochaines critiques. »<sup>59</sup>

Ses « critiques franches et assumées des spectacles parisiens » sont publiées « En moyenne, une fois par semaine, mais ça dépend des périodes (en période plus lourde niveau travail, ça ne peut être que deux fois par mois) ».

Sur la question du nom du blog elle répond : « Son nom est banal : *Mordue de Théâtre* : Pour les fans de théâtre. Je ne me suis pas posée beaucoup de question le jour où j'ai créé ce blog : devant la case « nom », ça m'est venu tout seul, *mordue de théâtre*, alors j'ai suivi cet instinct ». Son identité de bloggeuse est renforcé par sa présence sur Twitter sous le pseudo [@ MDT](#) suivi par sensiblement 1650 comptes.

<sup>58</sup><http://mordue-de-theatre.over-blog.com/2014/08/le-blog-change-d-adresse.html>

<sup>59</sup><http://mordue-de-theatre.over-blog.com/2014/08/le-blog-change-d-adresse.html>

Adresse Web du Blog : <http://le-theatre-cote-coeur.blogspot.fr/>

Cette chargée de clientèle dans les assurances âgées de 50 ans a été très prolifique lors de nos échanges. Ouvert depuis novembre 2012, ce blog est celui « d'une spectatrice qui laisse parler ses émotions pour donner envie aux autres d'aller plus souvent au théâtre ou voir du spectacle vivant ». Il a été ouvert « sous l'impulsion d'amies avec lesquelles je vais au Festival d'Avignon depuis cinq ans et avec qui je partage le théâtre aussi à Paris. Dès mon premier jour dans le festival Off j'ai acheté un cahier et à la sortie de chaque spectacle je notais mes impressions et collais les flyers des spectacles vus ou que j'aurai voulu voir. Pour la saison parisienne le cahier est devenu classeur. A force de me voir écrire mes amies m'ont convaincue de partager ces notes sur un blog. Personnellement je pensais que mes petits commentaires n'intéresseraient personne mais l'idée évoquée en juillet 2012 a fait son chemin et le blog est né en novembre 2012. Depuis je ne le regrette pas. Je prends plaisir à écrire mes billets. Et surtout il m'a permis de rencontrer d'autres passionné(e)s de théâtre et de faire de très belles rencontres qui chaque jour m'enrichissent ».

Trouvez un nom de Blog attractif et inédit c'est « la croix et la bannière » pour un blogueurs et c'est un choix crucial car fondateur de sa nouvelle identité. « Ma première idée pour le nom du blog tournait autour de « *Au théâtre ce soir* » en hommage à l'émission télévisée qui m'a fait aimer le théâtre dans mon enfance. Par des recherches *Google* j'ai pensé que le nom était protégé. De plus, compte tenu du nombre de liens existants vers des vidéos liées à l'émission j'ai estimé qu'avec ce nom les chances que le blog soit vu dans les premières pages lors d'une recherche Google étaient assez faibles (sur ce point le nom que j'ai trouvé n'est pas mieux si on cherche « critique théâtre » ou « blog théâtre »). J'ai donc cherché un nom qui corresponde à l'esprit que je voulais donner au blog et très rapidement « *le théâtre côté cœur* » s'est imposé. Parce que plus que des critiques ce que je voulais transmettre c'est mes sensations, mon ressenti sur un spectacle, pas de longues analyses littéraires sur le texte ou très techniques sur la mise en scène ou le jeu des comédiens, mais des commentaires simples d'une spectatrice non professionnelle mais passionnée ».

Notons également que sa passion n'est pas seulement celle d'une spectatrice mais aussi celle d'une actrice puisqu'elle a pratiqué cet art en amatrice étant plus jeune, puis « avec une vigueur renouvelée depuis huit ans ».



L'habillage est une trame *Blogger* personnalisée. Le modèle général s'appelle *Picture Window* et l'image de fond *Rion819* offert par la plateforme via *ISTockPhoto*. Le visuel actuel a été changé il y a un peu moins d'un an. Quand elle a conçu son blog la plateforme lui donnait le choix entre plusieurs design d'onglet pour les rubriques, elle a sélectionné ceux ressemblant à des intercalaires, qu'elle a choisis de faire apparaître au-dessus des articles. Pareillement leur nombre et leurs dénominations étaient libres, il y en a six qui contrairement à l'habillage général du site, n'ont pas changé depuis l'origine (excepté pour la rubrique « *Qui Suis-je ?* » qui a vu son apparition après le changement d'habillage) :

- *Lever de Rideau* : C'est la rubrique principale de son site, l'accueil, celle qui recense et archive tous les billets écrits sur son blog.
- *Mon Coup de Cœur du Mois* : Cette rubrique a sa propre note d'Intention : « Le principe de cette rubrique : vous donner envie d'aller voir un spectacle que j'ai vu dans le mois précédent, pour lequel j'ai eu un coups de cœur et surtout qui est toujours à l'affiche le mois pendant lequel je le mentionne sur cette page. [...] ». Une rubrique qu'elle actualise selon ces propres mots « normalement au début de chaque mois ».
- *Si j'avais (eu) le Temps* : Cette rubrique a pour but de « mettre en avant les spectacles que j'aurai aimé voir mais que je vais ou que j'ai manqué faute de disponibilité ». Visuellement les pièces sont présentées en de court billet avec l'affiche du spectacle, lieu et heure de représentation, deux ou trois lignes pour résumer la pièce et « Les Bonnes raisons d'y aller » listées par point.

- *Du Coté des Théâtres* : Cette rubrique est peu remplie mais lors de notre interview elle m'a donné sa note d'intention « l'idée de cette page était de présenter les théâtres que je fréquente, que j'aime bien, et d'y ajouter des références pour manger ou boire un verre près du lieu. Par manque de temps la rubrique est peu renseignée ».

- *Qui suis-je ?* : Comme son nom l'indique c'est une rubrique de présentation de notre bloggeuse, celle-ci est la plus récente, avant le changement de thème du blog ces informations se trouvaient sur la page d'accueil.

- *Sur Mon Agenda* : Cette Rubrique contient le programme des spectacles programmés, comprenant l'affiche, le théâtre où aura lieu la représentation, des indications sur la distribution, et le choix qui l'a guidé à prendre ses places. La Rubrique est actualisée tous les débuts du mois.

A droite des articles se trouve une colonne permettant de naviguer dans le blog autrement :

- Une grille de Notation, qui existe depuis seulement six mois, afin de repérer immédiatement la recommandation de la bloggeuse.

- Le lien vers le compte Twitter de la Bloggeuse : [@th\\_cote\\_coeur](https://twitter.com/th_cote_coeur) crée sous l'impulsion d'une amie en Juin 2013, qui compte désormais approximativement 1200 followers.

- Un Nuage de « Libellé » : plus il y a d'occurrence d'un même libellé, plus il prend de l'ampleur dans sa taille.

- Un accès aux archives mensuelles du Blog.

- « Pour Réserver vos places » : recense les trois plus grandes billetteries en ligne.

- Une Mention spéciale pour *VisioScène*<sup>60</sup> qui en plus de faire les bande annonce de spectacle propose une carte d'abonnement avantageux au Comité d'Entreprise, précieux sésame que détiens notre bloggeuse.

- Le BlogRoll, c'est-à-dire la liste des Blogs que fréquente notre Bloggeuse et auxquels elle s'identifie, faisant partie d'une même communauté de partage. Il recense 14 blogs de critiques théâtrales venant de différente plateforme : *Blogger*, *WordPress*, *Over Blog*, ...

- Un Formulaire de Contact qui permet de lui adresser un mail, de plus en plus utilisé, en particulier par les professionnels du monde du Théâtre.

- Un Formulaire d'abonnement qui permet à l'abonné soit de recevoir les nouveaux articles automatiquement dans sa boîte mail, soit dans *le Reader* de son Site.

---

<sup>60</sup> <http://www.visioscene.com/>

## H – Hier au Théâtre

Adresse Web Du Blog : <http://hierautheatre.wordpress.com/> ancien blog :  
<http://thomasletheatrophile.over-blog.com/>

Thomas Ngo-Hong, 22 ans, en Master de littérature Générale et Comparée, a ouvert son Blog *Hier au Théâtre* depuis Février 2014 parce qu'il était insatisfait du design de son ancien Blog *Thomas Le Théatrophile* ouvert l'année précédente « en mai 2013 car je voulais partager mes critiques avec les internautes. Jusqu'à ce moment, je me contentais de tenir un cahier de critiques personnelles. J'ai voulu que d'autres personnes voient mon travail et donnent leur avis ! Un blog est vraiment pratique dans ce cas-là »<sup>61</sup>



Ouvert sous *WordPress*, alors que le premier l'était sur *Over Blog*, dont il trouve l'« Habillage plus pro, beaucoup plus d'options, plus accessible », il l'a conçu avec un « design sobre et claire. Rubrique *critiques* avec sous catégories, plus *concours* et *contact* ». Ce blog qu'il a ouvert « Pour faire partager mes coups de cœur et de gueule au public » il le veut « Sans concession, passionné, argumenté, fournis, exhaustif au possible ».

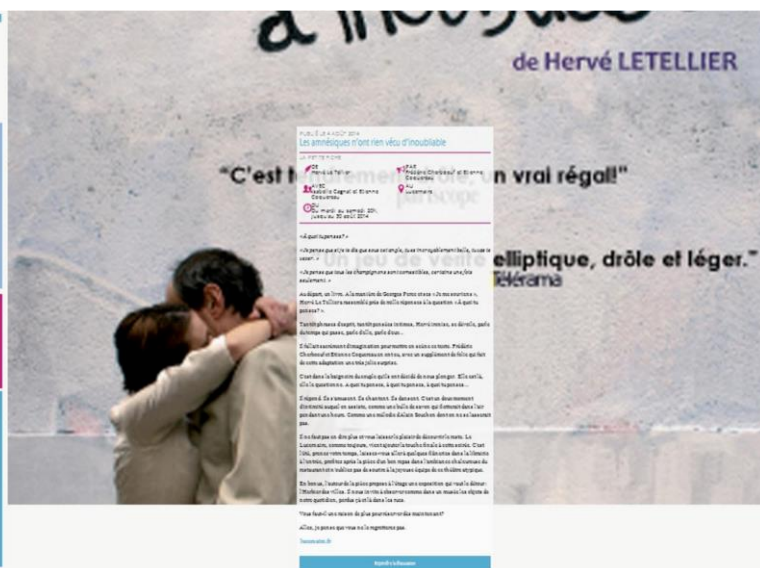
Thomas est l'un des blogueurs les plus assidus puisque chaque spectacle vus fait l'objet d'une critique, en effet dans une interview accordé à *Gladscope* il déclare « je rédige mes critiques tout de suite après avoir vu la pièce, souvent dans le train. Je finalise ensuite sur l'ordinateur pour la publier sur mon blog »<sup>62</sup>, de plus « Mes critiques sont très longues et détaillées. C'est ma marque de fabrique, j'aime écrire et détailler ». Extrêmement prolixe et loquace [@thomasngohong](https://twitter.com/thomasngohong) poursuit et discute de ses analyse sur Twitter avec ses 1150 « suiveurs ».

<sup>61</sup><http://gladscope.fr/blog/2013/06/27/dans-mon-photomaton-thomas-le-theatrophile/>

<sup>62</sup><http://gladscope.fr/blog/2013/06/27/dans-mon-photomaton-thomas-le-theatrophile/>

## I - Gladscope

Adresse Web Du Blog : <http://gladscope.fr/>



Il est conçu sous *OverBlog*, dont la bloggeuse a acheté le nom de domaine, avec un design personnalisé par un ami.

Plusieurs rubriques viennent enrichir le blog de cette « Grande passionnée de théâtre »

:

- *Critique*: qui regroupe donc ses billets critiques où elle indique toujours le lieu, la date et l'heure de la pièce ainsi que l'auteur, le metteur en scène et la distribution et parfois le meilleur prix sur internet ;
- *Festival d'Avignon*: les articles écrits spécialement lors de la plus importante manifestation de l'art théâtral et du spectacle vivant en France, et l'une des plus importantes au monde par le nombre de créations et de spectateurs réunis ;
- *Idées de Sorties*: ses conseils sorties pour des événements spéciaux ;
- *Un peu de moi*: des articles plus personnels mais toujours en rapport avec le Théâtre ;
- *Concours* : des billets dans lesquels elle propose à ses lecteurs de gagner des places de Théâtre ;
- *Soirée Gladscope* : Les articles annonçant ou relatant les soirées *Gladscope* réunissant passionnées et professionnels du monde du Théâtre ;
- *Bilan* : Des articles dans lesquels elle retrace toute sa saison théâtrale, toutes les pièces y compris celles qu'elle n'a pas chroniquée ;
- *Événements* : des billets relatifs aux événements médiatiques liés au Théâtre ; et enfin *Rencontres/Interviews* et *Sélection du Moment*

Notons enfin que toutes les archives du Blog sont accessibles dès la page d'accueil et qu'il n'est possible de contacter la bloggeuse que via les commentaires, néanmoins 1640 « fans » suivent [@Gladscope](#) via Twitter.

### *J– Fous De Théâtre*

Adresse Web Du Blog : <http://www.fousdetheatre.com/>

Sous ce pseudonyme se « cache » Thomas Baudeau. Ce blogueur prolifique a fait faire le design de son site personnel, ouvert depuis six ans, par une agence de Communication *Wiipix*<sup>63</sup>. Au fil du temps il est « devenu bien plus qu'un amateur éclairé. Chaque mois, 15000 à 20000 visiteurs réguliers lisent les critiques bien troussées, toujours mesurées, rédigées après le tomber de rideau par ce Parisien de 35 ans, reporter télé le jour, spectateur assidu la nuit »<sup>64</sup>.



Plusieurs rubriques viennent émailler son site :

- *Accueil* : Tous ses articles sont réunis dans cette rubrique de manière anté-chronodatée ;
- *Critiques* : Les billets critiques se retrouvent sous les différents catégories de spectacles égrainées dans le menu déroulant ;
- *FousdeThéâtre TV* : Les vidéos tournées par le blogueurs lors de rencontres dans les théâtres ;
- *Concours* : Des articles pour faire gagner des places à ses lecteurs, souvent à la *Comédie Française* avec qui il a un partenariat ;
- *DVD / Lecture* : Compte rendue critique des pièces vues après Captations ; - *Diffusions TV* : Annonce des captations diffusé à la télévision pendant la semaine ;
- et pour finir *Actu*, *Liens* et *Contactez-nous* ... Avec presque 4000 abonnés sur le réseau social Twitter [@FousDeTheatre](#) est le plus suivit des blogueurs théâtre.

---

<sup>63</sup> <http://www.wiipix.fr/>

<sup>64</sup> <http://www.leparisien.fr/espace-premium/culture-loisirs/au-theatre-ce-soir-01-11-2013-3276567.php>

Adresse Web Du Blog : <http://annwvynsurlesplanches.blogspot.fr/>

Victoria, 25 ans, a ouvert son blog depuis avril 2013 alors qu'en parallèle elle entreprends des études de droit pour devenir notaire tout en pratiquant le théâtre depuis 8 ans dans une troupe amatrice. Il s'agit de son deuxième blog, le premier *Annwyns' Factory*<sup>65</sup> un blog consacré à la culture général, a été mis en *Stand-By* à l'ouverture de *Sur Les Planches* « en ayant au préalable fait basculer tous mes articles consacrés au théâtre d'un blog à l'autre ».

« Mon blog s'appelle *Sur les planches*. La question du nom est une question difficile. Je voulais qu'on sache d'emblée que c'était un blog consacré au théâtre, mais il y a déjà tellement de blogs de ce type que c'était difficile pour moi de trouver quelque chose de nouveau [...] Je ne sais pas si j'ai bien choisi, parce que finalement, le nom de mon blog est bien peu original, introuvable sur la toile avec son seul nom... et il semble que des sites de planches à voile aient le même nom ! ».

Son blog est hébergé par *Blogger* parce que « je ne connaissais rien du monde des blogs et des sites, et j'avais besoin d'une plateforme facile d'accès pour arriver rapidement à faire quelque chose de sympa ». Elle a choisi le modèle *Ethereal* fourni par la plate-forme.



« J'ai eu un mal fou à arriver à un design qui me convienne [...] Et puis je n'ai jamais pris le temps de connaître tous les outils qui s'offraient à moi. *Sur les planches* fait donc propre, sans faire professionnel, mais sans faire amateur désordonné pour autant. J'ai ajouté des images sur la gauche, qui parlent de ce que je l'aime et me touchent, et qui apportent un peu de couleur au blog afin que celui-ci me ressemble. J'écris toujours avec une petite police (mes articles étant tellement longs...) et en justifiant mon texte. Sur la colonne de droite, rien d'original non plus : les archives, les catégories, les tags, et une liste des blogs que je fréquente ».

Malheureusement Victoria n'arrivant plus à concilier ses deux vies, elle a mis le blog en *Stand-By* en février 2014 « arrive un moment où je ne parviens plus à tout faire. Entre mes cours, mon travail, mes sorties au théâtre, mes cours de théâtre, je ne tiens plus, physiquement et nerveusement »<sup>66</sup>. C'est sur Twitter qu'elle continue à promouvoir le spectacle vivant en relayant sur le fil [@Sur lesplanches](https://twitter.com/Sur_lesplanches) a ses 400 followers les infos du monde théâtrale.

---

<sup>65</sup><http://annwvynsfactory.blogspot.fr/>

<sup>66</sup><http://annwvynsurlesplanches.blogspot.fr/2014/02/bon-voyage-donc-ceux-qui-partent-et-bon.html>

## L – Ma Boite à Spectacle

Adresse Web Du Blog : <http://ma-boite-a-spectacles.over-blog.com/>

Ce blog est ouvert sous overblog depuis Septembre 2013, petit à petit, Laurianne Cronier, cette bloggeuse « grande amatrice de spectacle vivant et passionnée par la culture » a enrichi son blog de critique culturelle. En effet la rubrique *Musique* ne date que du 6 mai 2014, la rubrique *Cinéma* du 24 avril et la rubrique *Littérature* du 28 mai de la même année. « La particularité de ce blog : se consacrer majoritairement aux spectacles d'humour »<sup>67</sup> avec près de 70 articles liés à cette catégories à la date du 01/09/2014.



[@InstantsTheatre](#) est consulté par 1680 personnes via son fil Twitter.

## M – En Coulisse

Adresse Web du Site Personnel : <http://theothea.com.free.fr/forum.htm>

[@TheotheaParis](#), avec près de 1100 followers sur son fil twitter ne se considère pas comme blogueur, mais il est néanmoins très inséré dans cette communauté. Son site il l'a fabriqué par lui-même, en tant que webmaster, lorsqu'Internet balbutiait, en 1997.



<sup>67</sup><http://ma-boite-a-spectacles.over-blog.com/2013/10/bienvenue-dans-ma-boite-a-spectacles.html>

Néanmoins outre publier ses articles sur son site Personnel, il publie également depuis Juin 2005 « la plupart de [ses] chroniques sur Agoravox<sup>68</sup> et cela remplit avantageusement cette fonction de visibilité sur le web ».



## Theothea.com

EN COULISSE Theothea.com - La Chronique critique du Théâtre à Paris - Actualité du spectacle vivant / mise à jour hebdomadaire / archives depuis 96.

EN COULISSE Theothea.com est un magazine de critique théâtrale, en ligne et indépendant. Nos chroniques souhaitent valoriser un point de vue éditorial positif à l'égard de chaque pièce, après avoir assisté à l'une de leurs représentations tout en restant équitables avec leurs faiblesses éventuelles et en évaluant notre appréciation subjective de une à quatre étoiles. Agoravox accueille les articles de Theothea.com depuis juin 2005.

 [EN COULISSE Theothea.com](#)

 [Ses articles par RSS](#)

### Tableau de bord

Premier article le 18/06/2005  
Modérateur depuis le 02/07/2005

| Rédaction | Depuis        | Articles publiés | Commentaires postés | Commentaires reçus |
|-----------|---------------|------------------|---------------------|--------------------|
|           | L'inscription | 789              | 279                 | 1222               |
|           | 1 mois        | 3                | 2                   | 4                  |
|           | 5 jours       | 1                | 0                   | 0                  |

| Modération | Depuis        | Articles modérés | Positivité | Négativité |
|------------|---------------|------------------|------------|------------|
|            | L'inscription | 147              | 147        | 0          |
|            | 1 mois        | 0                | 0          | 0          |
|            | 5 jours       | 0                | 0          | 0          |

### LES THEMES DE L'AUTEUR

Culture Théâtre Culture Musique Cinéma

### Articles les plus lus de cet auteur

365 derniers jours

1. « Si on recommençait » avec Michel Sardou à La Comédie des Champs-Élysées
2. « Hôtel Europe » Vive Jacques Weber à L'Atelier - BHL !
3. « Le Bal des Vampires » se joue à nleines dents à Mogador

Mais aussi sur un blog du même nom hébergé sur la plateforme Haut et Fort<sup>69</sup> alimenté moins régulièrement que ses autres plates-formes.

## THEOTHEA.COM - Theoblog

La chronique critique du Théâtre à Paris



04/12/2014

" KINSHIP " Bain de jouvence d'Isabelle Adjani avec Niels Schneider au Théâtre de Paris

À propos

[contact@theothea.com](mailto:contact@theothea.com)

**EN COULISSE**  
**Theothea.com**

[Accueil](#) [Editorial](#)  
[Les Molières](#)  
[Les Portraits de CailS](#)  
[Publication Agoravox](#)

**Blogs Théâtre**

Au théâtre ce soir [R. Pélissier](#)



Janvier 2015

| D  | L  | M  | M  | J  | V  | S  |
|----|----|----|----|----|----|----|
|    |    |    |    | 1  | 2  | 3  |
| 4  | 5  | 6  | 7  | 8  | 9  | 10 |
| 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 |

**Catégories**

- Blog
- Festival
- Film
- Loisirs
- Musique
- Spectacle vivant
- Théâtre

**Notes récentes**

<sup>68</sup> <http://www.agoravox.fr/auteur/theothea-com>

<sup>69</sup> <http://theothea.hautetfort.com/>

## N – Mon Coup de Théâtre

Adresse du site Web :

<http://www.arcgis.com/apps/MapTour/index.html?appid=ef345dccce834d5c9ac602ec794df69e>

Julian est un cartographe de 30 ans, il a ouvert son site depuis près de 2 ans, pour partager ses « coup de cœur » autant que ses « coup de gueule », pour « pour avoir une trace de [ses] sorties théâtrales afin de [s'en]souvenir ». Son blog est « unique dans le milieu. Il reflète [son] métier au service de [sa] passion » en effet Julian a une pratique amatrice du Théâtre qui tend à se professionnaliser. Ainsi son blog est hébergé sur une Plate-Forme cartographique nommée ArcGIS Online afin de se démarquer des autres. Retrouver le sur Twitter sous le Pseudo de [@Melusyne](https://twitter.com/Melusyne)



## 2) Les Blogs avec une section Théâtre/Spectacle

### A) Les Blogs à un seul rédacteur

#### *A– Esprit Paillettes*

Adresse Web Du Blog : <http://www.esprit-paillettes.com/>

*Esprit Paillettes* c'est « le blog culturel en mode paillettes ... mais pas que ». Ouvert en Juin 2009 « pour réunir [et laisser consultable les] anciens articles de Journaliste cinéma web » de Lætitia Heurteau, rédactrice web et *community manager* théâtre et Cinéma en Freelance, qui a créé en mai 2011 sa société de communication rédactionnelle *Esprit Plume*<sup>70</sup> proposant de la rédaction de contenu, du *community management* ainsi que de l'expertise en développement du scénario.



Son nom elle l'a trouvé pour « mixer l'idée de réflexion (esprit) et celui de la fantaisie (les paillettes). Rendre hommage à ce qui est festif, fait rêvé au cinéma et au théâtre. Avoir une critique parfois sous-jacente aussi de ce milieu ». « La ligne éditoriale, c'est le plaisir d'écrire, la passion du cinéma et du théâtre [qu'elle] souhaite transmettre, l'actualité culturelle [qu'elle] souhaite traiter avec un regard parfois humoristique, critique ou plus attentif à retranscrire les inquiétudes du milieu artistique. »

<sup>70</sup> <http://www.espritplume.com/>

Son blog c'est près de 120 critiques théâtre et cinéma, des entretiens avec les acteurs, réalisateurs, auteurs et une présence sur le web qui lui a permis d'asseoir sa réputation. Si son « blog ne traite pas uniquement du théâtre [c'est] parce qu'à l'origine, [elle] viens du journalisme cinéma. Mais il est intéressant de voir combien avec les années, le théâtre y prend de plus en plus de place. »

Son blog est hébergé sous WordPress sur le conseil de son Webmaster, Valerian Lohéac<sup>71</sup> qui a son agence à Nantes. Elle « voulais un blog épuré, dans des couleurs pastels, facile d'utilisation » avec un hommage à Romy Schneider son actrice préférée dans le logo.

A cause de sa profession cette bloggeuse possède deux comptes Twitter distinct [@EspritPaillettes](#) qui compte 1800 abonné et [@EspritPlume](#) associé au blog professionnel du même nom où Laetitia Heurteau prête sa Plume aux projets sue lesquels elle est engagée. « ? J'utilise mes compétences rédactionnelles et journalistiques pour développer un contenu spécifique pour [...] l'événement dont je m'occupe de la promotion. Dans ce contexte, je développe une écriture promotionnelle qui met en valeur le travail des artistes. Ce sont des entretiens, des portraits, etc. ».

#### B– Plume Chocolat

Adresse Web Du Blog : <http://plumechocolat.wordpress.com/>

[@Lactimelle](#), 32 ans, directrice d'études a ouvert son blog en novembre 2012. Il est « Hébergé sur WordPress parce que je lisais plusieurs blogs dont certains hébergés sous [cette même plate-forme] et que l'ergonomie et les fonctionnalités me paraissaient meilleurs que sur d'autres plateformes ».

Son nom associe deux choses que notre bloggeuse affectionne particulièrement « la plume (écrire) et le chocolat (la douceur) ».

Cette amoureuse du théâtre qui s'y rend en moyenne 70/80 fois par an et qui le pratique en amatrice depuis 13 ans se définit volontiers comme « une passionnée de théâtre qui aime parler des pièces vues » mais pas que, c'est pour cela que « Le blog n'est qu'en partie consacré au théâtre. Mais y allant beaucoup, j'ai eu envie d'écrire sur les bonnes pièces vues, de façon plus personnelle que je ne le faisais jusque-là sur billetreduc<sup>72</sup> ».

---

<sup>71</sup> <http://www.clickbusters.fr/>

<sup>72</sup> <http://www.billetreduc.com/>



## C- Crises et Spectacles

Adresse Web Du Blog : <http://crisesetspectacles.wordpress.com/category/spectacles/>

Léopoldine, « passionnée de spectacles vivants depuis dix ans »<sup>73</sup> a ouvert son blog sous WordPress en l'habillant du thème Origin.



« Au bout de quelques semaines, une rubrique "*La Bouche*" (restaurants) est venue s'ajouter aux critiques de spectacles, pour les mêmes raisons, des milliers de restaurants à Paris, certains délicieux, d'autres mauvais, et beaucoup fades ... Puis une rubrique *Bar d'hôtels* pour prendre un verre ou un thé dans les nombreux hôtels parisiens... lequel choisir ? Lequel bannir ? En plus souvent le thé n'est que quelques euros plus chers que dans une brasserie un peu moche, donc pourquoi se priver du luxe d'un hôtel ? Et enfin une rubrique "*Escapades*", car on veut toujours s'évader ! »

Sous le même Layout [@BlogLeopoldine](http://BlogLeopoldine) a fait migrer son blog vers un autre blog, même présentation, même hébergeur mais avec un nouveau nom « Les Escapades de Léopoldine »<sup>74</sup> afin de redéfinir son identité bloggeuse et que son blog lui soit directement identifiable.

<sup>73</sup><http://crisesetspectacles.wordpress.com/qui-suis-je/>

<sup>74</sup><https://lesescapadesdeleopoldine.wordpress.com/>



Cette bloggeuse d'une trentaine d'années a ouvert son blog personnel depuis 11 ans, sa migration vers la capitale l'a mise naturellement en contact avec les paillettes parisiennes, et sa rubrique Théâtre / Spectacles s'est donc étoffée « lorsque je chronique un spectacle, il s'agit toujours d'un spectacle que j'avais décidé de voir et, que j'ai été invitée ou non, n'influence en rien mon ressenti et la façon de le partager »<sup>75</sup>. Au total c'est plus de 40 pages dans cette rubrique c'est-à-dire plus d'une centaine d'articles spectacles depuis son arrivée à Paris.

Créé en 2004, son blog était initialement dédié à la Chirurgie réparatrice, en effet l'auteure devait subir plusieurs « plasties » après une perte de poids importante et voulait

<sup>75</sup> <http://www.plastieetcie.com/blog/a-propos/>

partager son expérience ayant trouvé très peu de témoignage sur le sujet. @Plastie est devenu aussi le nom de son pseudo Twitter où seulement 300 personnes suivent ses pérégrinations, car comme elle l'explique « sur twitter, je sélectionne les gens qui ME suivent (je supprime ceux qui ne me plaisent pas en fait), donc je n'en ai que 260 environ contre 600 sur Hellocoton<sup>76</sup> ou un peu plus de 3000 sur Facebook et zéro sur Instagram (car je ne veux pas d'abonnés Instagram, je relaye mes photos sur twitter, ça suffit pour que mes followers les voient) ».

Avec le temps son blog est devenu un « blog de fille, un blog lifestyle qui partage ses humeurs, ses coups de cœur (beauté, théâtre, ciné ...) et ses bonnes adresses (souvent parisiennes) ». Le Théâtre est « devenu une évidence [lorsqu'elle a] emménagé à Paris en 2008 et [qu'elle a] commencé à pouvoir assouvir [sa] passion des fauteuils rouge et à avoir envie de partager sur ce sujet ». En effet l'objectif de la rubrique théâtre est de « de convaincre mes lecteurs que ce n'est ni un loisir bobo, ni un loisir intello, ni un loisir cher, mais qu'au contraire c'est un loisir accessible à tous, tant financièrement qu'intellectuellement. L'objectif est donc de redonner, même par ma modeste contribution, sa popularité à cet Art et de donner ENVIE aux gens qui n'y vont pas d'OSER tenter l'expérience ! »

Au commencement son blog était hébergé par Canalblog<sup>77</sup> « par facilité et parce qu'il n'y avait pas beaucoup d'alternative en 2004 » mais elle a fini par créer son site sous WordPress en prenant un nom de domaine avec un hébergement mutualisé chez OVH.

Lors de notre entretien Plastie & Cie nous a surprise en révélant qu'« entre 2009 et 2011 [ses] articles théâtre avaient déménagé sur un blog 100% théâtre [qu'elle] avait créé avec une autre bloggeuse<sup>78</sup>. Les Pestaculaires<sup>79</sup> était un blog théâtre à quatre mains qui prolongeait ce [qu'elles faisaient] l'une et l'autre sur [leurs] blogs respectifs, à savoir faire tomber les clichés et autres idées reçues sur le théâtre et convaincre le public que ce loisir était un loisir intellectuellement et financièrement accessible à TOUS. [Elles avaient] créés Les Pestaculaires parce qu'à l'époque il existait peu ou pas de blog théâtre et que cela [leur] paraissait important et aussi plus « fort » [...] d'en créer un. Au départ, [leurs] lectrices [les] ont suivis sur Les Pestaculaires, et certains professionnels aussi. [Elles ont], par exemple, été à l'époque invitées par la production du Montreux Festival du Rire à passer huit jours en Suisse pour animer la WebTV du festival. Mais très vite, [leurs] lectrices, qui n'étaient pas des passionnées de théâtre comme [elles], mais juste des personnes qui, entre deux lectures beauté, humeur etc.,

---

<sup>76</sup> <http://www.hellocoton.fr/mapage/plastieetcie>

<sup>77</sup> <http://www.canalblog.com/>

<sup>78</sup> Qui elle aussi tenait un blog généraliste – qui n'existe plus – et chroniquait sur les pièces qu'elle voyait.

<sup>79</sup> Le nom avait été collégialement trouvé par nos lectrices respectives dans un billet « boîte à idées » dédié.

acceptaient de « s'ouvrir » à un art qui n'avait a priori pas leurs faveurs, ont cessé de [les] lire car la démarche d'aller sur un blog dédié au théâtre n'était pas « naturelle » pour elles. Néanmoins le blog « marchait » (moins que [leurs] blogs respectifs c'est certain, mais la fréquentation pour le sujet et pour l'époque était correcte) mais le lectorat, constitué de gens aimant assez le théâtre pour lire un blog, qui lui était dédié, n'était plus du tout « dans [leur] cible grand public » et donc plus du tout en adéquation avec [leur] contenu : des critiques « faciles à lire » et donc accessibles au plus grand nombre car basées essentiellement sur l'émotion. [Les] nouveaux lecteurs eux cherchaient à lire de « vraies critiques » [...] mais ce n'était pas ce [qu'elles voulaient] écrire et encore moins « transmettre ». C'est donc pour retrouver [leurs] publics respectifs d'origine et pour continuer [leur] « combat » (« populariser » cet art aux yeux de ceux pour qui il ne l'est pas) qu'en 2011 [elles ont] fait machine arrière, fermé Les Pestaculaires et remis [leurs] articles sur [leurs] blogs d'origine ». Voilà un témoignage riche et nous aborderons dans un chapitre suivant les enseignements que notre bloggeuse a retirés de cette expérience.

## E– Critikator

Adresse Web Du Blog : <http://critikator.blogspot.fr/>

L'ex journaliste [Gilbert Jouin](#)<sup>80</sup> a ouvert son Blog sous *Blogspot* en Octobre 2007. « Mon métier de journaliste me permet de découvrir des films en avant-première, des pièces et des spectacles à leur tout début, de recevoir des livres, des CD et des DVD. Ce privilège, j'ai envie de le partager via ce blog [...] la seule motivation de ce blog est de vous faire partager mes coups de cœur, mes élans, mes petits émerveillements, mon admiration et ma tendresse pour les artistes »<sup>81</sup> Pas de menu pour ce blog ce qui freine quelque peu la navigation et seul les libellés sous les articles permet de les classer.



Nous continuons cette classification avec les blogs de théâtre tenus par plusieurs personnes.

<sup>80</sup><https://www.linkedin.com/pub/gilbert-jouin/12/52a/944>

<sup>81</sup> <http://critikator.blogspot.fr/>

## B) Les Blogs à plusieurs rédacteurs

### *A – United States Of Paris*

Adresse Web Du Blog : <http://blogs.paris.fr/unitedstatesofparis/category/au-theatre-ce-soirspectacles-danse-et-autres-formes/>

USOP est un blog culturel parisien ouvert en 2011 par [Alexandre](#), 35 ans, chargé de production audiovisuelle. Mais il n'est pas seul dans l'entreprise puisque « [Emmanuel](#), mon acolyte qui a débuté en tant que monteur des vidéos mises en ligne, participe activement au blog, en réalisant des billets, retouchant les photos, m'aidant à la mise en ligne... ».

Le nom de son blog, hébergé par la Mairie de Paris (jusqu'en Octobre 2014) il le doit à « la série américaine *United States of Tara*<sup>82</sup> [dont il est fan]. La première partie du nom reflète bien le caractère international et cosmopolite de la ville. Ce pourrait être un nom de marque aussi ! ».

Quand a la rubrique *Théâtre* il l'a ouverte « parce que je suis passionné de culture depuis toujours : théâtre, danse, nouveau cirque, spectacle vivant... J'avais envie de partager aussi mes découvertes et parfois mes déceptions (Joseph Nadj au Théâtre de la Ville). Avoir aussi la possibilité de faire des interviews d'artistes dont j'apprécie le travail (Julien Boisselier, Sara Giraudeau, Sébastien Castro, Jarry...) ».

Son blog est à son image. « Il n'est pas centré sur un domaine en particulier : je suis incapable de parler uniquement de théâtre, de musique ou de restos ».



<sup>82</sup> Une série américaine, créée en 2009 pour *Showtime*, dont le synopsis officiel est « Tara Gregson est une épouse et une mère de deux adolescents. D'apparence normale, elle souffre en réalité d'un trouble dissociatif de l'identité. Sa famille devra alors gérer au quotidien les manifestations de ses différentes personnalités ».

En octobre son partenariat avec la Mairie de Paris a pris fin et il a dut trouver un nouvel hébergeur et donc une nouvelle adresse : <http://www.unitedstatesofparis.com/> sur lequel il a fait migrer tous ses articles.



### **3) Les Blogs affiliés à ...**

#### **A) Un Théâtre**

*A - L'Athénée – Louis Juvet*

Adresse Web Du Blog : <http://blog.athenee-theatre.com/>

Le blog a été ouvert en septembre 2008, sous l'impulsion de Patrice Martinet, Directeur de l'Athénée, et de sa directrice de la communication, Dorothée Burillon. Répondant à un appel à projet Clémence Héroult, 28 ans diplômés de Sciences Po Paris en spécialité « management de la culture » a été recruté.

De 2008 à 2012, c'est elle qui en a assuré la responsabilité complète : définition de la ligne éditoriale et des sujets, réalisation du contenu (textes, photos, vidéos), relecture, correction, mise en ligne, réponse aux commentaires. Depuis septembre 2012, elle travaille en alternance avec *Le Tone*<sup>83</sup>, un artiste, qui crée des illustrations pour le blog.

---

<sup>83</sup> <http://blog.athenee-theatre.com/page.cfm/ilsbloguentpourathenee> <sup>81</sup>  
<http://www.canalcast.com/>

Techniquement le blog a été conçu par l'agence *Canal Cast*<sup>81</sup> qui gère également le site internet de *l'Athénée*, en concertation avec le service communication du théâtre et Clémence elle-même.

Lors de notre entretien Clémence a paru très au fait de la dichotomie du blog qu'elle définit comme « une chronique des coulisses du Théâtre de l'Athénée » et de son « poste » ; « c'est un blog au positionnement particulier, puisque ses rédacteurs sont payés par le théâtre tout en étant indépendants ».



Un article par jour, excepté les week-ends, vient enrichir les différentes catégories du blog : Coullisse, pleins feux, entretien, Perspectives, d'Hier à aujourd'hui, la corde verte du lapin qui siffle, coup de Théâtre, ... dans le but d'accompagner les spectateurs vers la programmation du Théâtre.

## B - Le Théâtre des Champs Élysées

Adresse Web du Blog : <http://blog.theatrechampselysees.fr/>

Ouvert en Octobre 2013 afin de faire « vivre le Théâtre des Champs-Élysées autrement » parce que « le blog est le meilleur média pour faire découvrir et connaître le lieu autrement que par notre communication institutionnelle et développer la médiation »<sup>84</sup>.



« Suite à une formation dans le domaine du web et du graphisme, Pierre a développé entièrement le blog [sous WordPress] avec l'aide de notre informaticien »<sup>85</sup>



Adoptant pour la saison 2014/2015 la même charte graphique que le site officiel du Théâtre, avec une visibilité du blog sur le site, invitant des échanges entre l'une et l'autre page Web.

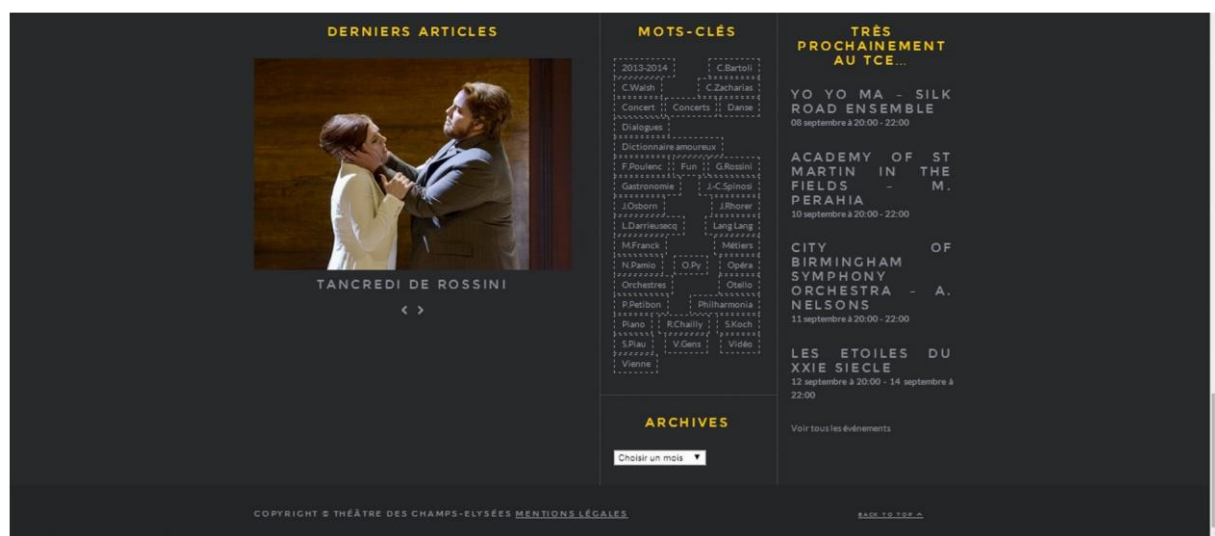
<sup>84</sup><http://www.tmnlab.com/2014/04/14/le-blog-du-tce/>

<sup>85</sup><http://www.tmnlab.com/2014/04/14/le-blog-du-tce/>



Chrystel Folcher Bouby, chargée des relations avec le public jeune/étudiant au Théâtre des Champs Élysées a défini quatre objectifs lors de la conception du blog :

- « Ouvert » : vers un public jeune, curieux d'en savoir plus sur la musique classique, les coulisses, les métiers du spectacle vivant, les artistes etc...
- « Participatif » : faire appel à des contributeurs (blogueurs, étudiants, publics...), fédérer des spectateurs et les rendre collaborateurs du blog.
- « Médiation » : possibilité de promouvoir nos axes de médiation en s'appuyant sur la programmation de la saison.
- « Numérique » : permettre de valoriser les contenus du blog via les réseaux sociaux.



Reprenant les mêmes codes que les blogs avec le menu, les archives du blog afin d'accéder à d'anciens articles, les mots clés, .... Le blog s'enrichit également d'un contenu lié à la programmation du Théâtre et à, bien sûr, une fonction publicitaire comme le prouve la partie « Très prochainement au TCE ».

Cependant d'après Chrystel Folcher Bouby « il est encore trop tôt pour faire un bilan complet, mais les premiers retours et chiffres sont encourageants » déclare-t-elle sans nous donner plus de précision sur ces « chiffres encourageants » ... en terme de fréquentation du blog ?, en terme de commentaires appréciateurs ?, en terme de réservations suite à la consultation du blog ? ....

Dans une optique de faire « parler » le public, le blog s'est ouvert à des contributeurs extérieurs, souvent des bloggeurs, comme Laura Darrieussecq<sup>86</sup> à qui le site doit trois articles<sup>87</sup> ; mais également des « avis spectateurs » vidéo à la suite des représentations<sup>88</sup> dans la rubrique « C'est à Vous » où le public est invité à partager ses impressions sur la programmation du [@TCEOPERA](http://TCEOPERA).

## B- Un Journal

### *A- Le Figaro*

- Armelle Heliot : <http://blog.lefigaro.fr/theatre/>

Armelle Heliot a ouvert son blog *Le Grand Théâtre du Monde* via *Le Figaro*, pour lequel elle travaille depuis 1994, en mars 2008. Nos tentatives de contact sont restées lettres de morte nous ne savons donc pas si elle a ouvert ce blog par envie ou par simple prolongement professionnel. En effet Armelle Héliot est l'une des critiques théâtrales les plus renommées de Paris, ainsi elle fut récompensée en 2005 par le prix Hachette de la presse écrite. Pour finir elle participe à l'émission de France Inter *Le Masque et la Plume*<sup>89</sup> depuis 1986.

A la date du 04/08/2014 le blog est déjà porteur de 1322 billets répartis en plusieurs catégories (*Analyse* (23) / *Chronique* (73) / *Critique* (482) / *Hommage* (109) / *Humeur* (9) / *Informations* (354) / *Note* (46) / *Portrait/Entretien* (4) / *Récit* (18)).

---

<sup>86</sup> <http://www.leschroniquesdunpetitratparisien.com/>

<sup>87</sup> <http://blog.theatrechampselysees.fr/author/lgedin/>

<sup>88</sup> <http://blog.theatrechampselysees.fr/category/cest-a-vous/>

<sup>89</sup> Le Masque et la Plume est une émission de radio de France Inter créée en 1955, présentée depuis 1989 par Jérôme Garcin et diffusée tous les dimanches de 20 h 05 à 21 h. Cette émission est consacrée soit à la critique des livres, soit aux pièces de théâtre, soit au cinéma.

Son but est affiché dès la page d'accueil « un blog remis sans cesse à jour est idéal pour informer sur les spectacles à l'affiche, les projets, pour mettre en lumière tous les artistes qui constituent ce grand théâtre du monde qui fascine, divertit et enseigne la tolérance »<sup>90</sup>.



**LE GRAND THÉÂTRE DU MONDE**

**Michèle Guigon : la vie, trop vite**  
 Par Armelle Héliot le 4 septembre 2014 19h03 | Réactions (2)  
 Elle était unique. Une artiste complète, un cœur d'or, autant d'imagination que de générosité, une femme à part dans le paysage du spectacle vivant. Elle s'est éteinte après avoir lutté contre une longue maladie qu'elle avait un temps vaincue...  
 On lui rend hommage longuement dans les heures qui viennent.

**Maria Mauban : adieu à une belle comédienne et une belle âme**  
 Par Armelle Héliot le 3 septembre 2014 19h45 | Réactions (2)  
 Son fils, Jean-Claude Dauphin nous l'annonce. Sa mère, Maria Mauban, une comédienne à la longue et jolie carrière au théâtre et au cinéma, s'est éteinte le 26 août dernier.  
 Nous rendrons hommage sur le site du figaro.fr à cette personnalité forte, née à Marseille le 10 mai 1934 et qui avait été l'épouse de Claude Dauphin. Elle écrivait, elle était aussi belle que spirituelle et pendant la guerre elle avait aidé des personnes en danger.

**À propos de ce blog**  
 Le Figaro est le seul journal au monde dont le titre soit le nom d'un héros de théâtre.  
 C'est bien en effet le Figaro de la célèbre trilogie dramatique de Pierre Corneille de Scudéry qui occupe la première page du quotidien de sa formule superbe : « Sans la violence de l'homme, il n'est point d'allége (l'élève) ». Traditionnellement, le théâtre a toujours eu une place très importante au cœur du Figaro.  
 La vitalité de ces arts est telle, que, pour en rendre compte, un blog remis sans cesse à jour est idéal pour informer sur les spectacles à l'affiche, les projets, pour mettre en lumière tous les artistes qui constituent ce grand théâtre du monde qui fascine, divertit et enseigne la tolérance.

**Tic Tac.com**  
 Sortez malin !  
 ★ Bons plans sur plus de 600 spectacles parisiens  
 ★ Vos places en moins de 5 mn !  
 CLIQUEZ ICI !

**L'auteur**  
 Armelle Héliot  
 (1322 billets)

**Rechercher**

**Notes récentes**  
 Michèle Guigon : la vie, trop vite  
 Maria Mauban : adieu à une belle comédienne et une belle âme  
 Théâtre National de Strasbourg : situation toujours bloquée  
 Jean-Claude Branneix, une vie pour la littérature  
 Jacques Beauvais, une tragédie  
 Boris Querrier d'été : Run-Vite ! On fait danser la Celline  
 Intermittents : le collectif du 19 d'Avignon demande mobilisation  
 Serge Bouillon, le théâtre comme accomplissement  
 NAYV : Jacques Lassalle donne l'étrange grâce d'Albee  
 L'Inouï : la sorcellerie virtuose

**Nuage de tags**  
 Avignon Bouffes du Nord Christian Schiaretti Comédie-Française Conservatoire national supérieur d'art dramatique Didier Sandre Festival

En ce qui concerne le reste du blog il est semblable à tant d'autre ; des billets antéchronodaté avec possibilité de commentaires, une présentation de l'objectif du blog sous la rubrique « *A Propos de ce blog* », une présentation de sa rédactrice sous la rubrique « *Auteur* »<sup>91</sup>, un lien pour s'abonner au flux RSS, un moteur de recherche interne au blog afin de retrouver un article plus facilement, des notes récentes, un nuage de tags qui améliore le référencement, les catégories, les archives du blog mois par mois, une liste de blog et enfin de la publicité ce qui le classe d'emblée dans la catégorie des blogs commerciaux mais cela va peut-être de pair avec son affiliation au journal *Le Figaro*.

<sup>90</sup> <http://blog.lefigaro.fr/theatre/>

<sup>91</sup> <http://blog.lefigaro.fr/theatre/armelle-heliot.html>

## B - Le Monde

- Sandrine Blanchard : <http://rires.blog.lemonde.fr/>

The screenshot shows the 'Scènes de rire' blog page on Le Monde.fr. The header includes navigation links for various sections of Le Monde. The main title is 'Scènes de rire' with the subtitle 'L'humour sur les planches, seul(e) ou à plusieurs'. The date is '22 juillet 2014'. The main article is titled 'Avignon Off: les « Chiche Capon » et « Blond and Blond and Blond », follement dingues'. It includes a photo of four clowns and a caption. To the right, there is a sidebar with 'A propos' and 'Articles récents'.

**Scènes de rire**  
L'humour sur les planches, seul(e) ou à plusieurs

Le blog de Sandrine Blanchard, journaliste au Monde

22 juillet 2014

**Avignon Off: les « Chiche Capon » et « Blond and Blond and Blond », follement dingues**

Petit préambule. Scènes de rire se met à l'heure du festival Off d'Avignon où la foire à l'humour bat son plein. On y trouve le pire comme le meilleur. Alors, je ne vous parlerai que du meilleur. Après la belle surprise Tom Novembre et le réjouissant Jérôme Rouger, place aux clowneries sans limite des Chiche Capon et à la loufoquerie musicale de Blond and Blond and Blond. Un quatuor et un trio dont les spectacles ont en commun d'avoir la musique comme terrain de jeu et un osse de Monty Python en héritage.

**La folie inénarrable du quatuor des Chiche Capon**

Il y a le gentil géant aux bras ballants, le petit malgre sans cesse bondissant, le jamais content aux faux airs de Philippe Katerine (en plus basé !), le "chef" rondouillard, bruiteur et arrondisseur d'angles, ce sont les Chiche Capon (Fred Blin, Mathieu Pillard, Ricardo Lo Giudice et Patrick de Valette). Quatre clowns-comédiens, faussement simples d'esprit, dont le délire scénique pousse le spectateur à lâcher prise, à éclater d'un rire franc et libérateur comme le font les enfants.

**A propos**

Parisienne d'adoption, Lyonnaise de cœur, graine de l'Am de naissance, je suis journaliste au Monde depuis 1996. Passée par les services Société (éducation puis santé) et Vous, j'ai poursuivi ma route au Monde magazine puis à la rédaction en chef du quotidien avant de rejoindre le service Culture. J'ai aussi, durant quatre années, tenu la chronique "Vie moderne". Parce que la vie serait intenable sans une dose d'humour, ce blog est consacré aux spectacles qui tentent d'éveiller nos zygomatiques et de mettre un zeste de comédie, tendre ou féroce, dans notre quotidien. Critiques, portraits d'artistes, interviews, récits des scènes d'humour francophone... Rions un peu, mais en bonne compagnie, tant qu'il est encore temps.

**Articles récents**

- Avignon Off: les « Chiche Capon » et « Blond and Blond and Blond », follement dingues
- Avignon Off: Jérôme Rouger réenchanté l'humour
- Avignon Off: Tom Novembre en pleine

Ce blog, *Scènes de Rire*, est celui de Sandrine Blanchard journaliste au service culture du *Monde* depuis 1996, le ton est donné dès le chapeau du Blog. Il est axé sur les « spectacles qui tentent d'éveiller nos zygomatiques et de mettre un zeste de comédie, tendre ou féroce, dans notre quotidien »<sup>92</sup>.

Ce blog est édité grâce au concours de *WordPress*, pour ouvrir un blog affilié au Journal Le Monde il faut être un abonné du Journal, mais nous supposons que cela doit être un peu différent dans cette situation du fait de l'appartenance de la rédactrice au dit Journal.

Pas de rubrique sur ce blog, ce qui ne permet pas une navigation facile dans le site.

A noter que la présence du Journal en terme publicitaire est partout.

<sup>92</sup> <http://rires.blog.lemonde.fr/>

- Judith Sibony : <http://theatre.blog.lemonde.fr/>

Judith Sibony est journaliste indépendante. Elle travaille notamment pour France 5 et France Culture. Son but à travers son Blog *Coup de Théâtre, le spectacle vivant dans tous ses états* est « d'observer le théâtre et son double. »<sup>93</sup>. Sur la page d'accueil une place est accordée à la présentation de cette bloggeuse mais aucunes rubriques particulières, de même que de moyens de contacter l'auteur des articles si ce n'est dans les commentaires comme le déplorent plusieurs professionnels dans les commentaires : « je n'ai pas trouvé de mail sur votre blog, c'est pourquoi je me permets de passer par ce biais »<sup>94</sup> ou bien encore « Je n'ai pas trouvé d'adresse directe mais je souhaite vous contacter. Pouvez-vous me faire parvenir votre mail ? »<sup>95</sup>.



The screenshot shows the 'Coup de Théâtre' blog page on Le Monde.fr. The header includes navigation links for various sections of Le Monde, a search bar, and a subscription button. The main article is titled 'Festival d'Avignon : le « in » fait du porte à porte avec un Othello génial' and is dated 15 juillet 2014. The article text describes the festival and the play 'Othello'. To the right of the article is a sidebar with a photo of Judith Sibony, a subscription button, and a list of recent articles. The sidebar also includes a section for 'Le journal daté du 5 septembre' with a preview of the newspaper's front page.

<sup>93</sup><http://theatre.blog.lemonde.fr/a-propos/>

<sup>94</sup><http://theatre.blog.lemonde.fr/a-propos/>

<sup>95</sup><http://theatre.blog.lemonde.fr/a-propos/>

Isabelle Aithnard : <http://blogs.lexpress.fr/styles/femme-qui-rit/>

Ce blog, *La Femme qui rit*, tenue par Isabelle Aithnard depuis février 2012, a pour but « de mettre en avant les talents de l'humour au féminin ».

Hébergé par le site internet de *L'Express* sous la Rubrique *Styles* le blog s'est écarté de son but d'origine puisqu'il contient également des articles Mode de, Beauté, Cinéma, ....



En ce qui concerne son agencement, un menu sur la droite fait apparaître de nombreuses rubriques : *A propos du blog*, qui présente le blog et son auteur ; *Présence Web*, un lien vers la page Facebook du Blog, *S'inscrire à la newsletter* pour recevoir dans sa boîte mail les articles actualisés ; *Articles récents* ; *Recherche* ; *Catégories* ; *Commentaires récents* ; *A La Une* ; *A la une en ce moment sur L'Express Styles* (des articles d'autres blogs de L'Express).

#### D- Le Nouvel Observateur

Odile Quirot : <http://odile-quirot.blogs.nouvelobs.com/>

Le blog *Théâtre et Compagnies* est celui d'Odile Quirot, critique de Théâtre au *Nouvel Observateur* depuis 1992<sup>96</sup>. Elle a ouvert son blog sur la plate-forme de son journal en Novembre 2013.

Avec une moyenne de trois articles par mois son blog met ainsi à disposition de ces lecteurs environ trente articles ayant trait au Théâtre, disponible dans la rubrique Archives. Il existe une rubrique présentation qui se contente d'une photo de la journaliste et de son statut au sein de la Rédaction. Nous observons également la présence d'une rubrique « Odile Quirot sur BibliObs » dont le lien est mort, un calendrier, « Notes récentes » c'est à dire les derniers articles publiés, « Commentaires récents » qui comme son nom l'indique indiquent aux lecteurs les dernier commentaires des lecteurs du blog et éventuellement les réponses de la bloggeuse (que nous n'avons pas trouvé) et « Catégories ». Notons qu'il n'y a pas de moyen de contacter la rédactrice, ce qui tend à prouver que le blog ici est plus une plate-forme de publication que d'interaction avec son public-lecteur.



<sup>96</sup><http://tempsreel.nouvelobs.com/journaliste/14928/odile-quirot.html>

## C) Une Billetterie en Ligne

Ticketac : <http://blog.ticketac.com/>

Crée pour le site de billetterie en ligne *TickeTac*<sup>97</sup> ce blog ouvert en Juin 2013. Il « a pour vocation, non seulement de vous faire part de nos avis et de nos sélections, mais surtout de vous donner la parole »<sup>98</sup>. Les « Billets du Spectacle » sont rédigés par plusieurs auteurs, six en tout, présentés dans la rubrique Auteur<sup>99</sup>.



Conçus sur le modèle d'un blog « classique » plusieurs catégories permettent de naviguer dans le site : *Accueil, Théâtre, Humour, Concerts, Opéra / Danse, Artistes , Idées sorties, Qui sommes-nous ?*, Ticketac.com (un lien qui renvoi au site de billetterie dont la publicité est présente partout sur le site ne serait ce que sans une rubrique « Pensez à réserver » sur le menu

<sup>97</sup> <http://www.ticketac.com/>

<sup>98</sup> <http://blog.ticketac.com/a-propos/>

<sup>99</sup> <http://blog.ticketac.com/les-auteurs/>

de Droite mais également un rappel à la fin de chaque article « Réservez vos places pour XXXXX sur Ticketac.com ».

L'affiliation du blog au site Ticketac.com n'est pas cachée au contraire.



Bien sur la question de l'impartialité d'un blog qui utilise « internet pour faire partager au plus grand nombre leur engouement pour la scène »<sup>100</sup> et ce faisant promouvant des spectacles dont il vend les billets se pose...

Et nous ne sommes pas les seuls à nous être posés cette question.



Le Blogueur *Hier au Théâtre* s'est en effet également interrogé sur la question de l'impartialité du blog comme l'atteste le *Hashtag*. La réponse du site a eu lieu quatre jours après et en ne mentionnant pas @thomasngohong en début de tweet a été rendue de fait visible pour tous les abonnés Twitter de @ticketacom en faisant une réponse publique et donc une déclaration de communication à part entière.

---

<sup>100</sup><http://blog.ticketac.com/a-propos/>

En conclusion la question de l'identité est intéressante quand on commence à s'intéresser au blog comme objet d'étude, mais nous n'avons pas souhaité nous aventurer sur ce chemin. Néanmoins le portrait dressé par l'auteur lui-même sur son blog dans une rubrique spécifique, relèvent de différentes règles. Certains blogueurs s'affichent totalement afin de justifier leur projet de blog. D'autres utilisent des pseudonymes laissant ainsi une part d'ombre : des éléments d'informations concernant l'auteur sont cachés, mais subsistent des indices (notamment dans les billets). Tous ces éléments qui façonnent l'identité du membre, font naître un imaginaire et agissent comme référents. Autre élément de dichotomie, durant l'enquête nous avons posés deux questions à ce sujet extrêmement révélatrices ; Premièrement « Quel est votre nom ? » et dans un second temps « Sous quel nom souhaitez-vous apparaître dans cette étude ? ». Selon leur réponse à ces questions plusieurs constats s'imposent ; tous les blogueurs interrogés nous ont donné leur véritable identité, ce fait résulte de plusieurs facteurs, un premier point étant que nous les avons déjà rencontrés dans un contexte privé (soirée, théâtre,...) mais également que leur véritable identité est affichée sur d'autres lieux sur Internet, comme sur les réseaux sociaux, sur lesquels ils partagent leurs articles. Mais tous n'ont pas voulu que leur identité officielle soit révélée, souvent pour préserver leur vie privée et professionnelle, afin que leur activité de blogging ne leur porte pas préjudice. Enfin le blog en lui-même est constitutif de l'identité, c'est pourquoi nous avons mis autant d'illustrations, des captures d'écran des blogs, qui sont constituant de l'identité graphique du blogueur, une sorte de photo virtuelle, tout en constituant sa carte de visite virtuelle. Cette pluri-identité affichée sur le net permet à chacun d'expérimenter différentes facettes identitaires. Ainsi les noms des blogueurs cités sont ceux que ces derniers auront choisis pour se définir au cours de notre étude (selon le cas, il s'agit parfois de leur vrai prénom, parfois de leur pseudonyme blogueur ou Twitter).

Nos entretiens ont eu pour avantage de recueillir des données sur l'expérience vécue, de pénétrer le système de représentation des personnes, d'en dessiner les lignes de forces et de pointer les contradictions des discours. Nos Blogueurs ont une légère préférence pour la plateforme *WordPress*, suivit par *OverBlog*<sup>101</sup> et *Blogger*<sup>102</sup> pour éditer leur blog. La pratique de blogging, dans cette catégorie de « blog de théâtre », est à dominante féminine (sur les blogueurs qui écrivent seuls, seize sont des femmes et trois sont des hommes), serait-ce dû au fait qu'il y a plus de femmes qui écrivent ? Ou bien encore à la nature du sujet traité par les blogs ? En termes de classe d'âge, la pratique est moins uniforme mais la majorité à moins de trente ans, ce sont donc des « jeunes », mais cela va de pair avec la maîtrise de l'informatique nécessaire à cet exercice. Enfin si on regarde

---

<sup>101</sup> La société a été créée en 2004.

<sup>102</sup> Lancée en 1999, rachetée par Google en 2003, la plate-forme permet à tout titulaire d'un compte Google de l'utiliser pour s'inscrire puis se connecter sur Blogger.

les CSP (Catégories Socioprofessionnelles) ou les niveaux d'étude, il est assez homogène, on s'aperçoit ainsi une prédominance de haut niveau d'études (à mettre en miroir avec l'apparent élitisme du sujet du blog, le Théâtre).

Il existe une tendance à l'effacement des frontières des contenus : les moteurs de news (*Google Actualité* par exemple) y contribuent en mettant sur un plan similaire les blogs, les webzines et les journaux traditionnels. Ceci contribue à mélanger les différentes formes de blogs mais aussi de médias (webzines, sites de presses, sites institutionnels) de plus en plus difficiles à repérer, c'est d'ailleurs une difficulté que nous avons rencontré durant notre étude, bien que le blog contienne, comme nous l'avons dit, une structure technique commune. Ajoutons que de plus en plus de journalistes ont leur blog, légitimant de ce fait l'outil comme nous l'avons vu dans la dernière partie, mais également les théâtres eux-mêmes afin d'améliorer leur communication digitale.

Enfin, le serveur d'hébergement joue un rôle marquant dans la forme et dans le contenu des pages des sites personnels : structure de la page d'accueil, présence et organisation de l'index thématique, mise en avant de certaines pages personnelles, apport d'outils et de conseils d'aide à la conception de sites. En effet, les interfaces, afin qu'elles soient faciles à gérer, sont simples mais uniformes. Cela contraint, dans une certaine mesure, les usages et les pratiques d'écritures. Le texte se situe en colonne centrale, tandis que les liens amis, les archives, le moteur de recherche et le portrait de l'utilisateur sont placés dans les colonnes de gauche ou de droite. On ne peut que remarquer une certaine uniformisation due à une armature technique rigide qui contribue aux codes communs, cette structure devenant une marque distinctive de son appartenance à la blogosphère. Ainsi rubriques des écrits de presse ou diffusion de « sites modèles » par les fournisseurs d'accès et serveurs d'hébergement à « mettre à ses couleurs » engendre, de fait, une relative standardisation des formes digitales d'expression de la subjectivité. Des motifs, des images, des styles graphiques ou sonores, goûtés par les auteurs, qui sont donc aussi des spectateurs passionnés, sont recyclés, reformatés et ré-agencés suivant leur propre talent créatif, mais cadrés par les standards de l'offre logicielle du multimédia dans la forme et le contenu de la home page. C'est pourquoi la définition la plus adéquate des « blogs » serait celle d'un « format de publication » sur ces pages du web, les billets, toujours datés, sont classés par ordre chronologique inverse, les entrées les plus récentes apparaissant en haut de page. La présence d'archives, de liens hypertextes, l'interactivité entre blogueurs et lecteurs, qui ont toujours la possibilité de laisser un commentaire, sont d'autres caractéristiques formelles essentielles des blogs. En effet la mise en forme de la page, la régularité des publications, la diffusion des productions, la facilité de leur appropriation par d'autres utilisateurs permettent alors de construire et entretenir un réseau de relations qui grossit petit à petit. Des codes sociaux participent également à la création de l'identité du blogueur afin que celui-ci s'inscrive dans un réseau d'appartenance, une communauté qui le reconnaît.



---

## Chapitre 2 : La blogosphère théâtrale – Fonctionnement d'un net système.

---

Du fait de la montée en puissance des médias électroniques, nous assistons à un élargissement du cercle des preneurs de parole, à une ouverture nouvelle à l'expression publique de la part d'acteurs non professionnels. Ainsi, le déploiement de ces sites d'auto publication, ce que nous pourrions aussi nommer la « blogosphère théâtrale et culturelle » influence l'espace public traditionnel.

En peu d'années, le développement des plates-formes de blogs gratuits a profondément modifié la pratique de publication d'un journal en ligne, bien que le nombre de blogs soit difficile à évaluer aujourd'hui en raison du caractère dynamique, évolutif et décentralisé de la blogosphère. En France, d'après le *Journal du Net*<sup>103</sup>, les chiffres (d'octobre 2005) font état de plus de 4 millions de blogs<sup>104</sup> pour environ 8 millions de lecteurs. Cette forte croissance explique en partie le constat selon lequel il n'existe pas de définition stabilisée de « l'objet blog ».

Néanmoins le mot « blog » est employé en France depuis 2003 pour désigner ces « carnets » de bord en ligne, qui comme nous venons de le voir dans le chapitre précédent englobent des pratiques personnelles et sociales des plus diverses.

L'ensemble des blogs est caractérisé par le terme de « blogosphère ». Cette dernière est formée par des blogs thématiques, ici sur le Théâtre. Alimentés par un ou plusieurs auteurs, les « blogs verticaux » nommés ainsi de par leur spécialisation sur un seul sujet, forment la structure de ce dispositif éditorial particulier. Source d'information majeure, de par sa multiplication, sa facilité de mise à jour et sa visibilité rendue possible par les flux RSS, les blogs semblent correspondre à ce que l'Internet communiquant offre de meilleur : la convivialité, la rapidité,

---

<sup>103</sup> <http://www.journaldunet.com/>

<sup>104</sup> Avec les blogs, ce sont toutes les catégories d'internautes qui peuvent avoir leurs pages personnelles, c'est pourquoi ils sont amenés à se développer à une vitesse exponentielle.

l'interactivité, la possibilité de publier et d'échanger relativement simplement d'un point de vue technologique.

En tant que nouveau dispositif technique d'écriture et d'échanges, les blogs génèrent ainsi des formes sociales inhérentes au développement des Nouvelles Technologies de l'Information et de Communications (NTIC). Le blog reposant sur un principe initial de partage et de discussion.

Dans ce chapitre, nous allons tenter d'analyser comment les usages et pratiques de cette forme à mi-chemin entre écriture et échanges, que sont les blogs de théâtre agissant sur les échanges sociaux, structurant une Blogosphère, une communauté de savoir<sup>105</sup>, qui entretient des relations fondées sur un intérêt partagé, à travers une caractéristique primordiale dans le cadre de notre étude : l'interactivité, avec une question primordiale celle de l'articulation entre sociabilité et technologie de communication.

Dans cette optique nous observerons l'objet, à la fois dans son fonctionnement, à travers ses pratiques de diffusion et de partage d'information, mais également comme mode de production de liens sociaux innovants, regroupant les usagers pour former de véritables communautés virtuelles, constituant des espaces dédiés, à travers un outils de communication permettant des modalités variées et originales de mises en contact ; pour enfin aborder les limites juridiques d'une telle pratique.

---

<sup>105</sup> Une communauté suppose que les membres possèdent des passions, des intérêts, et ainsi que des buts communs.

## 1) Les motivations

Dans cette première partie nous verrons dans quelle mesure le blog comme outil de communication peut créer un véritable réseau de la connaissance basé sur une logique d'intelligence collective. Tant la visite que la création de pages personnelles sont des actes formateurs dans la mesure où les savoirs qui y circulent sont d'ordre divers : techniques (informatique, le plus souvent), médiatiques (cinématographiques, par exemple), culturels (exemple : présentation, critique), mais aussi « cyberculturels » (micro-informatique comme outil de création).

### A) Se positionner en tant que connaisseur – Partager son savoir

Le blog théâtral (et culturel en général) est davantage adapté à des personnes ayant déjà une connaissance suffisamment avancée sur le sujet pour être en mesure de trier et de sélectionner les informations. En effet la spécificité de ce modèle de rédaction réside dans l'intervention du concept de « rédacteur amateur » considéré comme référent dans son domaine comme a tendance à le prouver cette déclaration du journaliste culturel Philippe Chevilley « parce que le théâtre ce qui est passionnant, tout le monde a des avis sur le cinéma tout le monde sur le théâtre peut-être aussi mais la compétence en matière théâtrale faut jamais oublier que c'est l'expérience, c'est en voyant des spectacles qu'on sait et qu'on devient compétant et c'est pas en lisant des livres, c'est pas en visionnant, c'est en y allant et c'est tout dans le ressenti ». On remarque sur la fin de ce témoignage que selon les cas, ces compétences permettent de dialoguer avec les experts, voire de les contredire en développant des contre expertises.

L'animatrice de *Coup de Théâtre* déclara en entretien qu'elle écrivait sur le Théâtre « par appétence. Sans prétention aucune, j'ai l'impression d'avoir une « culture théâtre » suffisante pour en parler, approfondir, échanger ». En effet à partir du moment où ils disposent d'une bonne connaissance de leurs domaine et qu'ils sont suffisamment performant dans l'expression de leurs idées, les blogueurs n'hésitent pas à saisir les différentes occasions de se faire connaître ou de partager leurs connaissances, ce qui contribue à forger une image de spécialiste. Ainsi en publiant des articles sur des sujets liés directement à leur passion, ils adoptent un statut de connaisseur auprès de leur public. Les visiteurs perçoivent qu'ils maîtrisent le sujet et ont donc naturellement tendance à solliciter leur appréciation en cas de besoin. Un blog positionne les blogueurs en tant que spécialistes de leur domaine, ici le théâtre et améliore la fréquentation du

site internet. Cet aspect est d'autant plus important dans les secteurs culturels pour lesquels l'appréciation et le ressenti sont une des seules façons de se forger une opinion.

Cette communauté en ligne de partage, fournit des avis sur des biens d'expérience, c'est à dire des objets dont la qualité ne peut être décrite a priori. Le choix ne peut être effectué que par un jugement dont la validité dépend des mécanismes qui, tout comme le réseau et la confiance, permettent de réduire l'incertitude de la qualité. Le consommateur se détermine en fonction de l'évaluation de spécialistes (les critiques professionnels) ou d'amateurs, ce qui est déterminant ici c'est la proximité de sensibilités avec les critiques. Cette blogosphère constitue une nouvelle forme de réseau social, permettant d'organiser ces proximités puisqu'elle réunit des personnes ayant des goûts proches et fait connaître celles qui émettent des avis.

Ils consacrent une part importante de leur temps libre à leurs passions et leurs réservent un budget conséquent. Ils y investissent un même sens de l'obligation, une même anxiété, une même exigence de résultat que dans l'univers professionnel. Ils refusent l'étiquette, jugée péjorative, de l'amateurisme et souhaitent que leur engagement personnel soit évalué selon des standards professionnels.

Pour Thomas Ngo-Hong, auteur d'*Hier Au Théâtre*, il s'agit avant tout de se « faire remarquer par les professionnels et [de se] créer un réseau. ». Ici cette diffusion vise clairement à entrer en contact avec le milieu professionnel afférent à cette activité. En effet les blogs et les passerelles de microblogging favorisent à la fois la mise en contact et en réseau des professionnels autant que des passionnés, tout en étant une occasion supplémentaire pour tisser de nouvelles relations professionnelles. C'est pourquoi dans cet environnement spécifique un soin particulier doit être apporté à l'image et au savoir-faire. Le blog est le moyen de tisser au fil du temps une renommée et d'asseoir une notoriété mais aide également à acquérir une crédibilité auprès des professionnels du monde du théâtre.

Tenir un blog est aussi l'occasion d'un apprentissage technologique et technique.

## B) Démontrer une compétence technique

A travers son blog il s'agit pour l'animatrice du Blog *Coup de Théâtres* « de développer des compétences ailleurs que dans un milieu strictement professionnel, à savoir rédiger, solliciter des interviews, transposer fidèlement et de façon valorisante les propos de quelqu'un, etc.... ».

Elle souhaite donc, tout en développant son activité selon des standards professionnels, démontrer ses qualités de rédactrice de contenu, ce que permet la tenue d'un blog puisque, en effet un contenu rédactionnel de qualité « attire du trafic », il s'agit d'une compétence utilisée dans le webmarketing, les moteurs de recherche mettant encore plus qu'auparavant l'accent sur la qualité du contenu éditorial. Variété des textes et des termes utilisés, nombre de pages, liens hypertexte, ... de nombreux facteurs déterminent le classement d'un blog ; sans omettre sa maîtrise du français et la fluidité d'écriture, qualité cruciale dans le domaine journalistique.

En outre, la tenue d'un site personnel permet également au blogueur de mettre en avant ses compétences informatiques. En effet les blogs sont des Système de Gestion de Contenu, en anglais CMS pour *Content Management System* et c'est cet acronyme qui se retrouve le plus volontiers sur la toile mondialisé du Web 2.0. Les CMS ont révolutionné l'approche de publication sur le Web, s'adaptant en permanence aux besoins de créés par l'instantanéité et l'interactivité du Web dit 2.0.

Concrètement les CMS gérant les blogs se basent sur quelques principes simples tels que la séparation du fond et de la forme, classification et gestion des contenus dynamiques et des commentaires, droits et rôles des utilisateurs, .... Le principe d'un CMS est de considérer qu'un document doit être séparé, avec d'un côté un contenu, et de l'autre une présentation de celui-ci. Avant l'émergence des CMS, le visuel d'une page et ce qu'elle contenait étaient deux choses intimement liées. Ainsi changer la couleur du titre ou changer le texte du titre était isolé dans un seul et même document : le fichier HTML et PHP. Désormais un CMS considérera un article comme un assemblage d'éléments tels que le titre, sous-titre, illustration, auteur, etc. cette vision lui permet de lors d'appliquer une présentation spécifique à chaque élément c'est-à-dire appliquer un style visuel à chaque élément du contenu de sorte à en obtenir une version publiable. La mise en page permis par ce système permet, s'il est judicieusement utilisé, de rendre attractif visuellement le contenu. Il met en valeur les qualités rédactionnelles.

L'avantage pour les blogueurs c'est que les CMS permettent aux utilisateurs de modifier instantanément leurs contenus et surtout de publier directement ceux-ci sur le Web. Le CMS permet d'un simple clic d'éditer le contenu qui se cache derrière la page que vous êtes en train

d'écrire. Cette approche simple et intuitive de modification du contenu constitue un changement significatif dans le rapport entre l'auteur et le média. Enfin déchargé de la relation utilisateur/technicien, il est alors libre de produire à son rythme. Cette mutation a eu pour résultat de produire une troisième classe d'auteurs du Web : les contributeurs. Cette nouvelle catégorie d'intervenants, dont font partie les blogueurs, a notamment fait le succès du Web 2.0.

Enfin notons que les CMS les plus aboutis protègent leur contenu de toute altération accidentelle ou maligne grâce à un système d'historique. Ainsi, chaque modification de contenu entraînera la création d'une nouvelle version de ce contenu ajoutée aux versions précédentes. Il sera ainsi possible de remonter facilement dans le temps pour revenir à une version antérieure.

C'est cette acquisition des savoirs et des savoirs faire qui permet aux blogueurs de rivaliser avec les experts. Son expertise se construit peu à peu, jour après jour, par la pratique et l'expérience.

### C) La Passion et Le Plaisir d'écrire

Tout d'abord, le blogueur élit son domaine d'activité, définit librement un projet individuel et agit pour le plaisir, en fonction de ses passions et de ce qui compte pour lui. Il est guidé par l'émotion, la passion, l'attachement à des pratiques souvent partagées avec d'autres.

La passion pour le sujet, objet de son blog et le plaisir d'écrire est le B-A ba de la tenue d'un blog. Étant donné qu'il faut « l'alimenter », c'est à dire publier régulièrement du contenu afin que le blog ou site personnel continue à être bien référencé par les algorithmes des moteurs de recherche, écrire est la base de tout blog et cela ne s'applique pas uniquement au blog de théâtre.

Ainsi lors de notre entretien l'auteure de *Théâtre Coté Cœur* nous a confié qu'elle avait ouvert son blog « pour partager une passion. » Mais également parce que « je pense que le blog assouvie surtout le désir d'écrire qui sommeille au fond de moi depuis toujours ». Quand à Audrey Natalizi, auteure de *Mes Illusions Comiques*, ses motivations sont semblables puisqu'elle avouera en entretien que l'élément déclencheur de la naissance de son blog fut « la nécessité à un moment en dent de scie, sur le plan professionnel, de créer quelque chose tout en partageant cette passion ».

En fin de compte la notion de passion se retrouve dans chacune des interviews que nous avons menées, ainsi Méлина Kéloufi, auteure de *Théâtrices*, a déclaré que « Le Théâtre est son plus grand amour », il en est de même pour l'animatrice du blog « Coup de Théâtre » « Par

passion d'abord! J'adore le théâtre aussi bien en spectatrice qu'en pratique » qui décrit le processus de création de son blog comme un « déclic » : « j'ai eu un déclic : j'adore écrire, j'adore le théâtre, je dois créer quelque chose dans ce domaine ».

C'est cette notion d'amour (*amare* en latin) qui fait que Patrice Flichy définit cette catégorie comme amateur dans son livre *Le Sacre des Amateurs*, dans le sens de celui qui aime ou se passionne pour quelque chose.

Les motivations à la création d'un blog sont nombreuses : partager, écrire, raconter, s'exprimer, se faire connaître ; mais également, et c'est ce que nous allons aborder dans cette deuxième partie, rencontrer, se confronter aux autres, ....

En effet les blogs placent l'échange, le partage et la délibération au cœur de la communauté : ce n'est pas simplement un outil d'information mais également de communication. Formidable moyen d'expression, il ouvre de nombreuses perspectives, favorisant ainsi l'interaction et créant une structure en réseau (la blogosphère). Cette démultiplication des possibilités nous fait considérer le blog comme une « interface communicationnel ».

## **2) La constitution d'une Communauté**

Il faut tout d'abord inciter les autres à venir visiter le site personnel, en étant présent dans les moteurs de recherche, dans ce cas-là c'est le sujet du site qui motive la visite, ou en en faisant la publicité sur les réseaux sociaux. L'objectif est d'augmenter la visibilité de son blog, cela consiste à générer du trafic et, par voie de conséquence, attirer des nouveaux lecteurs.

## A) L'Indexation

### *1- Le Référencement*

Dès que le blog est créé il faut que les internautes puissent le trouver. La première étape consiste donc à le diffuser à ses proches comme pour Le *Théâtre Coté Cœur* « A début j'ai timidement parlé du blog autour de moi ».

Ensuite, afin de toucher plus de monde il faut travailler le « référencement ». Le référencement consiste à être présent sur les moteurs de recherche, dont notamment Google ou Yahoo, le plus important d'entre-deux, et de se positionner sur des mots clés, des Hashtags ou des libellés, dont nous avons parlé dans le premier chapitre, suivant les CMS, qui gèrent le Blog, pourvu d'outils d'optimisation du référencement du Blog.

Ainsi pour l'auteur de *United States Of Paris* « le meilleur moyen [de communication] est le moteur de recherche Google. Je suis toujours étonné par le bon référencement de billets et des photos. Je fais en sorte que les mots clés soient présents et que le titre soit un bon appel pour cliquer ». En effet le système de gestion du blog permet aux blogueurs de voir par quelle entrée un lecteur arrive sur le blog ainsi pour Flore (*Plume Chocolat*) « les lecteurs viennent principalement par les moteurs de recherche » grâce à « quelques règles de bases pour essayer d'être bien référencée sur Google » comme le précise *Théâtretrice*.

Précisons que les agrégateurs d'actualité et les moteurs de recherche permettent un certain relâchement de la clôture spatiale pourvu que le référencement soit bon. Les agrégateurs d'actualité (Google News par exemple) contribuent à effacer les frontières du journalisme traditionnel, en mettant sur un plan similaire certains blogs, des webzines et les sites de presse traditionnelle. Néanmoins les blogs de théâtre, sont peu nombreux à être indexés dans les deux plus importants agrégateurs d'actualité (Google News, et Yahoo News). Trouver un blog de Théâtre par hasard est quasiment impossible, même sur les moteurs de recherche dédiés au blog, comme Technorati<sup>106</sup> ou Blogsearch<sup>107</sup>, c'est pourquoi notre connaissance du milieu nous a été d'un grand secours. En effet les plateformes de blogs ne sont pas forcément indexées dans les moteurs, et notons que les annuaires de blogs restent peu fournis. Ainsi, le degré de fermeture/d'ouverture d'un blog dépendra alors de la plate-forme d'hébergement choisie par le créateur du blog et son indexation dans les moteurs de recherche dépendra des algorithmes utilisés par le moteur.

---

<sup>106</sup> <http://technorati.com/>

<sup>107</sup> [https://www.google.fr/blogsearch?gws\\_rd=ssl](https://www.google.fr/blogsearch?gws_rd=ssl)

## 2- Le sourcing et l'hypertexte

« J'intègre dans les articles des liens hypertexte, plus dans un esprit d'approfondissement des connaissances sur une œuvre, une personne, une tendance ou renvoyer le lecteur vers le site du théâtre dans lequel se joue le spectacle dont je parle » déclare la rédactrice de *Le Théâtre Côté Cœur*. Ainsi la lecture du blog ne s'effectue plus forcément de manière horizontale, mais verticale, ce qui est une grande nouveauté, car il est possible d'approfondir sa lecture et de réaliser un travail de sourcing et de vérification instantanée, bien que la « preuve par le lien » entraîne une circularité de l'information et une raréfaction des véritables sources créant un ensemble fermé sur lui-même.

La clôture spatiale est proche du feedback<sup>108</sup> : lorsque les liens hypertextes dépendent récursivement les uns des autres et que l'on navigue à l'intérieur de cet espace on tourne en rond. Elle n'est pas délibérée, en revanche elle est le résultat général non conscient qui émerge de pratiques individuelles réfléchie quand les internautes choisissent d'installer un lien hypertexte vers un autre blog. L'aspect technologique joue donc un rôle de premier plan concernant cette clôture par le biais des liens hypertextes.

Mais de fait l'utilisation du lien hypertexte constitue dans l'esprit des internautes un gage de crédibilité lorsqu'il renvoie aux sources, le nombre de sources est pour certains internautes un critère de qualité. Il permet de répertorier de nombreux sites comme ressources, mais aussi de recenser les blogs ou les sites amis, c'est-à-dire, ceux appartenant à la même communauté. Ces liens sont donc nécessaires à la construction de l'identité du blogueur.

## 3- Le flux RSS

En vue de favoriser l'indexation des blogs, c'est à dire leur classement afin d'en favoriser la recherche, les CMS proposent une série de services liés à leur contenu, la majorité d'entre eux consiste à prévenir l'utilisateur d'une nouveauté sur le site par courriel, ou encore par flux RSS. Ainsi, Audrey Natalizi (*Mes Illusions Comiques*) à « près de 100 personnes abonnées à la newsletter du blog » il s'agit d'un service de son blog qui permet, en donnant son adresse mail, de recevoir dans ladite boîte mail tous les nouveaux articles et les mises à jour de son blog. Une façon intéressante de l'exploiter dans cette étude aurait été d'obtenir la liste des abonnés, de les

---

<sup>108</sup> En Français : Rétroaction ; Il s'agit de l'action en retour d'un effet sur sa propre cause : la séquence de causes et d'effets forme donc une boucle dite boucle de rétroaction.

contacter par mail et d'en analyser la composition socio-culturelle et le « pourquoi du comment » leur intérêt pour ce blog en particulier ; mais cela aurait rompue la confiance blogueur/lecteur-abonné du site, tout en étant juridiquement impossible (confidentialité des données). Ainsi la seule approche que nous avons pour connaître le lecteur se trouve dans les traces laissées par ces dernier dans les commentaires dudit blog, où dans les commentaires des posts lorsqu'un blogueur partage son article sur les réseaux sociaux.

Ce service existe pour les autres plateformes de blog sous forme de flux RSS, mais les chiffres ne m'ont pas été communiqués. Il se présente de différentes façons soit l'abonné reçoit les nouveaux articles dans sa boîte mail soit, s'il est lui-même blogueurs, il le reçoit dans le *Reader* que met à disposition sa plateforme.

Le RSS, qui a également contribué au succès des blogs, peut être défini comme une famille de formats de données utilisés pour la syndication de contenu Web, permettant de lire tout ou partie des billets publiés dans les blogs grâce à un petit logiciel agrégateur dans lequel on inscrit le bookmark<sup>109</sup> du fils RSS que l'on souhaite suivre. Il s'agit d'une ressource du World Wide Web dont le contenu est produit automatiquement (sauf cas exceptionnels) en fonction des mises à jour d'un site Web. Les flux RSS sont des fichiers XML souvent utilisés par les sites d'actualité et ont également contribué au succès des blogs en permettant de présenter les titres des dernières informations consultables. Ce procédé tend à instaurer une forte clôture spatiale puisque l'individu ne consulte que sa liste de lien. C'est également le cas des « favoris » ou des pratiques de références partagées (bookmarking) qui est géré par tags (mots-clés).

## **B) Les Interactions**

Le public du blog est d'abord une audience mobilisée par les blogueurs eux-mêmes et, à la différence des médias traditionnels, le travail réalisé pour le faire exister est d'ordre relationnel. Les producteurs de blogs constituent en effet le premier public des autres blogs dans une logique circulaire qui fait de la réception des autres blogs un ressort indispensable à la production du sien.

---

<sup>109</sup> Marque Page Informatique.

## 1- Via les Commentaires

La question de l'identité du lecteur est centrale dans un blog mais elle demeure néanmoins la grande inconnue. A la question « Qui sont les Lecteurs ? », ce qui revient le plus souvent c'est « impossible à savoir. C'est le principe même du net ! », s'exclame Audrey Natalizi, « pas de données précises sur les lecteurs » d'après *Plume Chocolat*, « pour la plupart je ne le sais pas » selon *Le Théâtre Coté Cœur*.

C'est pourquoi les CMS en plus de faciliter la publication en ligne des articles vers les non-initiés proposent différents services aux Blogueurs : parmi ces services satellites, la possibilité laissée aux visiteurs de publier leurs commentaires est de loin la plus révolutionnaire. En effet dans les premières périodes du Web, l'interaction auteur/lecteur fonctionnait comme pour les médias traditionnels, la communication émanait toujours d'une source unique vers de multiples destinataires : du journaliste vers les lecteurs, du Webmaster vers les visiteurs ... avec la possibilité de commenter, le lecteur emprunte un canal de communication inédit en direction de l'auteur, c'est-à-dire de la source de l'information.

Néanmoins pour l'animatrice du Blog *Coup de Théâtre* « la rubrique « commentaire » est disponible pour chaque article mais elle est globalement peu utilisée » a contrario pour Flore à la question « utilisez-vous la partie « commentaire » pour communiquer avec vos lecteurs ? » elle a répondu « Oui, dès qu'un commentaire est publié, j'y réponds sur le blog », ainsi Victoria (*Sur Les Planches*) est plus prolixe dans sa réponse « oui, j'utilise cette partie commentaire. Je réponds d'ailleurs presque systématiquement aux commentaires (je n'aime pas lorsqu'on ne me répond pas), et je suis toujours touchée que des gens prennent la peine de venir commenter. Pour les personnes avec qui je suis en contact par d'autres biais, la partie commentaire n'est que le début de notre échange, qui se poursuit souvent dans la vraie vie ou sur twitter » une réponse guère éloignée de *Théâtrices* « la partie commentaire est à la disposition des lecteurs pour échanger avec eux, mais elle est assez peu exploitée. En général les lecteurs réagissent directement sur les réseaux sociaux, par commentaires Facebook ou par tweets ».

L'avantage des commentaires c'est que les utilisateurs parlent aux utilisateurs, fournissant ainsi de manière incidente aux propriétaires d'un site un contenu volumineux et surtout ... gratuit, qui vient enrichir le contenu initial et par conséquent nourrir son auteur.

Pour les blogueurs, l'attente de commentaires est indéniable. D'une part, parce que si le nombre de pages lues offre un indicateur de l'attention accordée aux idées défendues, les commentaires constituent un degré « d'engagement » supplémentaire de la part des internautes/lecteurs ; ils assurent ainsi un intérêt (positif ou critique) affiché. Car l'absence de

réaction est généralement interprétée comme une marque d'indifférence, voire même une absence d'intérêt et même de valeur de leurs écrits. C'est pourquoi pour *Mordue de Théâtre* il y a un véritable plaisir à recueillir des commentaires positifs (accord, compréhension, soutien) ou pas « J'avoue qu'on me poste peu de commentaire, mais j'adore en recevoir ». Ainsi pour *Plastie & Cie* « la richesse des blogs c'est justement la confrontation des points de vue » et « la vraie récompense » pour elle ce sont « les gens qui [lui] écrivent qu'ils n'avaient jamais osé aller au théâtre avant et qu'ils y sont allés grâce à [ses] articles et qu'ils ont adoré ça ».

Les utilisateurs s'expriment, communiquent et forment ainsi le troisième et plus important concept du web 2.0. : les réseaux sociaux (mentionné entre autre par *Théâtrices*). Cette dénomination un tantinet ronflante de « réseaux sociaux » décrit néanmoins assez bien une nouvelle forme de communication transversale, non seulement les utilisateurs ne reçoivent plus l'information d'en haut mais en plus ils la produisent et la partagent. Le circuit de l'information devient ainsi énormément plus complexe que pour n'importe quel média préexistant.

Parce qu'il s'agit de comprendre l'impact de l'interactivité des blogs sur le contenu et la démarche des blogueurs, il n'est pas possible de s'en tenir à l'analyse des commentaires publiés en ligne (de surcroît après « modération » et donc sélection). Car une bonne part des réactions les plus directes, les plus touchantes, les plus engagées, les plus intimes et donc les plus susceptibles de jouer sur les motivations et les billets des blogueurs sont échangés en dehors du blog. L'arrivée des réseaux sociaux et les possibilités de partager de manière plus rapide et ludique des contenus de toutes sortes avec sa communauté rendent presque obsolète, aujourd'hui, l'usage des commentaires en ligne

## 2- Via les réseaux sociaux

Les moyens de communication que *United States Of Paris* utilise pour faire connaître son blog « sont Twitter en premier, Page Facebook du blog (l'audience est essentiellement étrangère, donc très peu de réactions lors de publication de billets en français, et avec la pub, c'est devenu impossible d'avoir une audience correcte), publications sur les murs Facebook des artistes ou événements qui font l'objet d'un billet, Google + (je m'étonne chaque jour de l'augmentation du nombre d'abonnés...)... Instragram apporte très peu de clics. [...]. Les réseaux sociaux sont des sources d'échanges d'infos, d'avis foisonnant, passionnant mais aussi chronophage [...]. Twitter permet de garder contact et d'échanger avec les blogueurs et blagueuses que je connais. De s'échanger des bonnes idées, de répondre aussi à certaines

demandes de conseil... Et les réseaux aussi permettent de se faire connaître. Mes likes et commentaires (sous le nom du blog, pas à mon nom propre) sur certains sites d'établissements (théâtres, salle de spectacles, producteurs musique, musées...) ont incité certains à nous contacter ». De la même manière Laetitia Heurteau « communique beaucoup via les réseaux sociaux (Facebook et Twitter) parce que chacun me permet de toucher une cible différente : celle de Facebook me permet de toucher une cible amicale, familiale, mais aussi assez généraliste dans ses goûts culturels. Celle de Twitter me permet de toucher une communauté plus « spécialisée », constituée de fans de cinéma et de théâtre, de communicants, attachés de presse, comédiens, producteurs, distributeurs, théâtres, festivals... ». La pluralité des réseaux sociaux offerts par le Web est un avantage pour les blogueurs car ils permettent de toucher des cibles différentes. Dans la même veine Thomas NGo-Hong trouve dans Twitter « une liberté dans les échanges incroyables, un réseau gigantesque et une proximité grande avec les lecteurs ». Le vif succès de Twitter dans le milieu des contributeurs actifs du web provient en partie de son utilisation comme d'un outil démocratique de diffusion de l'information : les blogueurs proche de l'information peuvent la diffuser instantanément, plus rapidement voire plus efficacement que les experts du domaine, les journalistes. En cela, Twitter symbolise l'une des caractéristiques du Web 2.0 : la valeur donnée à la voix de l'amateur.

Pour Audrey Natalizi « [les réseaux sociaux et les blogs] cela va de pair, c'est une évidence ». En effet, les réseaux sociaux sont devenus l'extension logique des blogs. En effet une fois que l'objet existe, que l'article est écrit, il faut le diffuser et les médias sociaux sont les supports idéal pour partager les nouveautés de son blog. Cela permet d'élargir le lectorat via les partages des abonnés et des nouveaux abonnés.

« Évidemment, ça permet de faire connaître son blog et de trouver des lecteurs. Mais surtout, les réseaux sociaux font qu'on se sent moins seul. Un blog, finalement, c'est un peu un monologue. Les réseaux sociaux (twitter essentiellement) permettent au contraire d'échanger, de réagir sur les articles des uns et des autres, de découvrir de nouveaux passionnés, et de nouvelles idées (relatives au théâtre ou aux blogs). C'est une source d'enrichissement, et c'est la suite logique et nécessaire d'un blog » *Sur Les Planches* – Victoria. C'est pourquoi Twitter est devenue le réseau préféré des blogueurs de notre corpus.

En prime de varier et d'augmenter l'audience, les réseaux sociaux permettent aux lecteurs de commenter les différents articles comme l'a remarqué *Plume Chocolat* pour qui sur les réseaux sociaux « l'interactivité [est] plus grande que pour l'espace commentaires qui me permet d'avoir d'autres retours sur les articles ».

Internet, mais surtout twitter est le lieu de vie du groupe, le mode de visualisation de relations privilégiées entre certains de ses membres. C'est là que s'actualise la structure sociale

où des rôles et des statuts sont attribués aux membres. C'est également là qu'émerge un savoir commun, une mémoire collective. Il s'agit d'un espace public dans lequel les relations se construisent, mais aussi s'exposent aux yeux de tous. Chacun peut lire les différents messages organisés selon des fils de discussion, apporter une réponse dans un fil existant, créer un nouveau fil en posant une question, en apportant une contribution... types de participants : des intervenants actifs qui répondent aux questions, qui animent les débats, des personnes qui posent des questions, et des spectateurs qui lisent les contributions sans intervenir. Chacun peut incarner en fonction du contexte l'un ou l'autre des rôles. Ces échanges constituent un lieu privilégié de construction et de réaffirmation des identités et des relations sur Twitter. Avec ce réseau social les messages s'adressent à la totalité des lecteurs potentiels.



En effet la participation semble se déplacer des blogs vers les réseaux sociaux, qui permettent une plus grande appropriation par les gens « ordinaires ». Ainsi twitter permet aussi à des non blogueurs, mais des passionnés d'échanger, ainsi la « Liste Twitter » d'*Amériquebecoise* qu'elle a intitulé « Théâtre » recense 414 profils twitter de ceux qui s'expriment sur son sujet de prédilection, de même avec la #TeamThéâtre de Julian<sup>110</sup>.

<sup>110</sup> Julian tient un site de notation et de localisation géographique des pièces de théâtres qu'il a vu :

<http://www.arcgis.com/apps/MapTour/index.html?appid=ef345dccce834d5c9ac602ec794df69> <sup>e 106</sup>  
La communauté des amateurs de théâtre. <sup>107</sup> Contraction du mot Critique et Tweet.



Les théâtres<sup>106</sup>, comme ils s'appellent entre eux, se regroupent donc sur Twitter et s'ils ne sont pas tous blogueurs, ils interagissent avec la blogosphère ou poste des Critiques post-représentation sur ce même réseau social, des « Critweets »<sup>111</sup>. En ajoutant aux blogueurs les twittos qui « parlent théâtre » se crée alors une sorte de blogosphère informelle, élargie par les compétences et les savoirs partagés sur les réseaux sociaux.

Avec les réseaux sociaux, le web permet aujourd'hui de « connecter » les compétences des amateurs mais surtout d'élargir le champ de la blogosphère en mêlant les blogueur et ceux qui parlent théâtre sur les réseaux.

### 3- Blogroll/Blogoliste

Internet facilite la constitution d'espaces publics médiatiques segmentés dans lesquels chaque internaute construit son panel de site et de blogs préférés en fonction de ses propres centres d'intérêts. Si un internaute « tombe » éventuellement sur un blog par hasard (le fameux effet *Serendipity* : au hasard des liens), il y revient nécessairement par choix.

<sup>111</sup> Des critiques sous forment de Tweets

Quand nous interrogeons la Bloggeuse *Sur Les Planches* pour savoir quelle passerelle lui amenait le plus de lecteur elle évoquait alors « d'autres blogs [en remerciant les] gentils blogueurs qui ont mis [son] blog dans leurs favoris ! ) ».

Le blogroll ou blogoliste est une liste de liens vers d'autres blogs, située en général dans la colonne de droite ou de gauche d'un blog. Cette liste regroupe la plupart du temps des blogs amis ayant les mêmes centres d'intérêt.

Le « blogroll » qui renvoie aux blogueurs préférés du blogueur, rend manifeste l'« intimité de réseau » qui se met en place : les blogueurs, souvent les communautés de blogueurs d'une même plate-forme d'hébergement, se lisent entre eux, commentent les divers billets publiés, prennent position et le blog d'untel se retrouve dans le blogoliste d'untel et vice versa créant une tendance au renforcement de la clôture spatiale et informationnelle. Ces liens construisent l'identité du blogueur en établissant son appartenance à un groupe.

#### 4- Contact

La page ne se contente pas d'accueillir l'autre, elle incite à la poursuite de l'échange, en effet, dans un souci de mise en réseaux, de rencontre, de partage d'opinion, il existe toujours un moyen de contacter nos blogueurs via un formulaire de contact présent sur leur site, permettant de ce fait « le monde extérieur » à cette blogosphère, de les contacter.

Dans ce cas les stratégies de blogging sont plutôt relationnelle, orientée vers la mise en relation, la mise en réseaux via le net qui via une logique d'indexation, d'exposition de soi, de commentaires, ... favorise des jeux de réciprocité permettant l'organisation d'une communauté dense et cohérente.

Ainsi un blogueur est rarement seul, car il s'inscrit le plus souvent dans des collectifs qui lui permettent d'obtenir avis, conseils et appréciations, confronter des jugements, débattre et aussi de trouver un public. Les blogs créent une stimulation collective mettant en place un mécanisme d'intelligence de groupe basé sur la conversation et le commentaire. Le travail collaboratif généré, accélère la diffusion de l'information et la confrontation des points de vue. Il n'en demeure pas moins que l'on peut se demander si la délibération ne serait pas limitée par des contraintes techniques, des normes collectives et des logiques individuelles qui participent à des clôtures informationnelles, cognitives et spatiales antinomiques à un débat plus participatif et délibératif.

Dans ce régime de communication entre familiers, la forme du réseau relationnel dégagé à partir du blogroll ou des commentaires présente, une forme clanique avec un petit réseau de correspondants entretenant entre eux des relations très denses. La plupart du temps, les blogs référencés se citent eux-mêmes entre eux, reproduisant sur la toile la structure relationnelle compacte formée par le groupe des meilleurs amis dans la vie de tous les jours, de sorte qu'il existe une très forte densité et réciprocité des liens au sein des réseaux relationnels des blogs de ce type.

### C) Les rencontres : De L'URL <sup>112</sup> à l'IRL <sup>113</sup>

A travers les entretiens avec les blogueurs, nous avons pu constater que certaines relations nées sur Internet se sont poursuivies dans les espaces privés.

Bloguer est une action éminemment sociale comme le prouve la mise en réseaux des blogueurs via les blogs eux-mêmes ou les réseaux sociaux. Ce sont des « êtres sociaux » qui favorisent et organisent les rencontres aux grès des échanges via le web mais aussi des sortis théâtrale ou bien encore des rencontres entre blogueurs.

---

<sup>112</sup> Le sigle URL (de l'anglais *Uniform Resource Locator*, littéralement « localisateur uniforme de ressource »), auquel se substitue informellement le terme adresse web, désigne une chaîne de caractères utilisée pour adresser les ressources du *World Wide Web*.

<sup>113</sup> Sigle anglais pour *In Real Life* qui signifie « dans la vraie vie », pour faire référence à ce qui se trouve hors du réseau mondial.

## 1- *ApéroBlog*

Les initiatives de rencontres qui existe grâce à la toile, à destination d'autres familles de blogueurs que les blogueurs théâtre, ou de blogueurs culture plus généraliste sont nombreuses, et tout le monde y est le bienvenue, et les bienfaits et retombées en terme de relations publiques et de communication sont le plus souvent bénéfiques, en terme de prise de contact .....

- L'Apéro Blog Paris : « Surtout un rendez-vous mensuel pour prendre le temps de se retrouver pour découvrir un nouveau lieu chaque mois et échanger autour de nos blogs. [...] C'est aussi un moyen de discuter sur la blogosphère en général, la vie à Paris, les visites à ne pas manquer, et tout ce qui passe par la tête de chacun, sans limite ! L'idée est de faire connaissance sans être derrière un écran et de passer de bons moments ensemble... »<sup>114</sup>

- Un Soir, Un Musée, Un Verre (SMV) : « Un soir, un musée, un verre est un événement hebdomadaire de rencontres entre personnes sensibles aux musées, à la culture, à la médiation, aux nouvelles technologies dans les musées...Rassemblant amateurs et professionnels, ce groupe propose de visiter un musée ou une exposition un soir par semaine et de se retrouver ensuite pour discuter des actualités culturelles et de beaucoup d'autres choses autour d'un verre. C'est un groupe nécessaire car il permet de découvrir les personnes qui se cachent derrière les avatars de twitters ou de Facebook et propose un after-work IRL à des personnes plutôt "geeks". »<sup>115</sup>

- BalletParty : « Fille » de la Gladparty dont nous parleront par la suite, cet événement, visant à réunir les amateurs de ballet, est organisé par les amateurs de Ballet, comme son nom l'indique, par les blogueurs @JoPrincesse<sup>116</sup> et @AymericOpera<sup>117</sup>.

---

<sup>114</sup> <http://aperoblogparis.wordpress.com/a-propos-de-apero-blog-paris/>

<sup>115</sup> <http://kristelf.tumblr.com/post/24946608265/un-soir-un-musee-un-verre-smv-est-un-evenement>

<sup>116</sup> <http://ledestinduneprincesseaparis.tumblr.com/>

<sup>117</sup> <http://lalogedaymeric.over-blog.com/>



### Invitation Facebook pour la Première Ballet Party

L'événement a été promu via les réseaux sociaux, qui tiennent une grande place dans l'autopromotion des blogueurs.



### Tweets promouvant la #BalletParty

## 2- GladParty

« Vous tweetez? Eh bien trinquez maintenant ! »<sup>118</sup> C'est par ces quelques mots que *Gladscope* introduisait son billet qui invitait tous les Blogueurs (et surtout passionnés), de sa connaissance à une rencontre IRL.

PUBLIÉ LE 20 MAI 2013

### Soirée Gladscope #1

#### **Vous tweetez? Eh bien trinquez maintenant !**

Grâce à Twitter, j'ai eu le plaisir de découvrir des amateurs de théâtre aussi fous que moi. Des journalistes, des blogueurs, des comédiens... Des acharnés du théâtre qui n'ont pas peur d'écumer les salles plusieurs fois par semaine.

La toile fourmille de passionnés. On échange sur nos coups de cœur, nos pièces à venir, nos bons plans... Et toutes ces rencontres virtuelles n'ont fait que décupler ma passion et me rendre encore plus boulimique de sorties !

Alors voilà, j'aimerais qu'on se dise plus que 140 caractères. J'aimerais que tout ce beau monde se rencontre.

Je vous propose donc de prendre l'apéro ensemble le **lundi 27 mai 2013**.

Que le théâtre soit votre métier, ou que vous y soyez allés une fois dans votre vie, venez ! Nous vous transmettrons le virus avec plaisir 😊

---

« Le concept ? Théâtre, passion, découverte, rencontre, apéro, c'est à dire aller au-delà du virtuel et échanger sur le théâtre autour d'un verre... » comme le décrit la bloggeuse *Plastie&Cie* dans un article<sup>119</sup> où elle retrace avec enthousiasme sa participation à la troisième édition de Gladparty, dont le nom a été trouvé suite à débat sur les réseaux sociaux. Quant à *Gladscope* de billet en billet son projet se dirige de plus en plus vers la mise en réseaux « nous sommes toute une communauté de passionnés ou de professionnels de théâtre à échanger sur le web. L'idée est simplement de trinquer tous ensemble, d'échanger au-delà du virtuel et d'embarquer par la même occasion des curieux qui ont envie d'aller au théâtre ! »<sup>120</sup>

Le succès et l'enthousiasme et au rendez-vous puisque le nombre de participant ne cesse de s'accroître « le 27 mai dernier, je lançai l'idée d'une soirée de rencontre entre passionnés de théâtre. J'avais parié que nous serions 8, et nous avons finalement été 37 ! »<sup>121</sup> voilà les chiffres que communique *Gladscope* dans son article/invitation à la deuxième édition de la Gladparty

---

<sup>118</sup> <http://gladscope.fr/blog/2013/05/20/soiree-gladscope-1/>

<sup>119</sup> <http://www.plastieetcie.com/blog/gladparty-theatre-saint-georges/>

<sup>120</sup> <http://gladscope.fr/blog/2014/04/26/la-gladparty-sest-invitee-au-theatre-saint-georges/>

<sup>121</sup> <http://gladscope.fr/blog/2013/08/27/gladparty-2/>

suite au recensement de ses invités. Lors de la V2 « nous étions au total près de 70 personnes autour de notre passion ou notre curiosité pour le théâtre. »<sup>122</sup>

Suite à ces succès les théâtres présent dès les premières éditions s'en sont mêlés, en effet « les théâtres sont aussi de plus en plus nombreux à participer à ce rendez-vous, et cela contribue largement à la réussite de cette rencontre »<sup>123</sup>.

Un grand merci à ceux qui vous ont gâtés en vous offrant des places :

- Gilles du [Théâtre du Palais-Royal](#),
- Adrien du [Théâtre Saint-Georges](#),
- Christophe du [Théâtre Rive Gauche](#),
- et Thibaut Boidin de [Denise Jardinière vous invite chez elle](#).

Merci également à Alexandra du Théâtre de l'Athénée, Daisy du Théâtre des Béliers, Edouard du théâtre La Colline, Marie-Céline du Pariscope, Claire et Alain de l'Agence Mermon...

Ainsi « après deux premières éditions dans un bar à vin, nous changeons de lieu cette année. Je suis ravie de vous annoncer que pour cette troisième édition, la GladParty s'invite au Théâtre Saint-Georges ! »<sup>124</sup> En conséquence de quoi, le 27 Janvier 2014 « une dizaine de théâtres ont soutenu l'événement et vous ont offert des soirées de rires ou d'émotions : merci au Théâtre du Palais-Royal, au Théâtre Rive Gauche, au Mélo d'Amélie, à La Michodière, au Théâtre du Petit St-Martin, à la compagnie Ucorne, à la Comédie Bastille, à La Colline, au Théâtre des Béliers et bien sûr au Théâtre Saint-Georges de m'avoir aidée à vous gâter. »<sup>125</sup> Les professionnels étaient toujours au rendez-vous, soutenant les initiatives privés de quelques passionnés, leur permettant de mettre des visages sur des noms, rencontrer et créer une relation personnalisé avec le blogueur, faire son travail de Relations Publiques dans un contexte et un environnement amicale, en nouant des relations durable d'échange et de confiance avec les blogueurs. En effet comme le rappelle Laetitia Heurteau « la communauté des blogueurs est [...] très active grâce aux soirées Gladscope qui permettent aux blogueurs et gens du théâtre de se rencontrer. Il y a une dynamique qui vient des blogueurs eux-mêmes ».

<sup>122</sup> <http://gladscope.fr/blog/2013/10/30/gladparty-2-une-rencontre-passionnee/>

<sup>123</sup> <http://gladscope.fr/blog/2013/10/30/gladparty-2-une-rencontre-passionnee/>

<sup>124</sup> <http://gladscope.fr/blog/2014/01/17/la-gladparty-sinvite-au-saint-georges/>

<sup>125</sup> <http://gladscope.fr/blog/2014/04/26/la-gladparty-sest-invitee-au-theatre-saint-georges/>

Pour *Gladscope* « tous les échanges qu'on peut avoir sur Twitter ou ailleurs sont passionnants, et je voulais qu'on s'accorde ensemble une soirée OFF pour se rencontrer, parler de nos coups de cœur, nos déceptions, et de tous un tas de sujets qui n'ont rien à voir avec le théâtre. Cette soirée a été aussi l'occasion de faire se rencontrer des professionnels avec des blogueurs, des passionnés et des curieux. Plusieurs « mondes » qui ont beaucoup à se dire »<sup>126</sup>

Le 2 Juin 2014, le soir même de la Cérémonie des Molières, un jour dédié par excellence, a eu lieu au Théâtre des Champs Elysées la quatrième édition de cette soirée, au menu « visite des coulisses du théâtre, vente flash de billets d'opéra et de concerto, et bien d'autres surprises encore vous attendent pour cette 4ème édition de la GladParty »<sup>127</sup>.



*C'est par ce Flyers, dont le graphisme le fait ressembler à une contremarque de Théâtre, que Gladscope communique sur les réseaux sociaux à propos de la Gladparty.*

De plus en plus de monde (« Nous étions une centaine au Théâtre des Champs-Élysées »<sup>128</sup>), de plus en plus de professionnels ... qui sont surtout impliqués ; des réactions de plus en plus nombreuses sur les réseaux sociaux, Twitter surtout avec un Hashtag dédié à ces soirées : #Gladparty<sup>129</sup>.

<sup>126</sup> <http://gladscope.fr/blog/2013/06/07/gladparty-1-les-photos/>

<sup>127</sup> <http://www.leetchi.com/c/GladParty4>

<sup>128</sup> <http://gladscope.fr/blog/2014/06/04/un-before-des-molieres-au-theatre-des-champs-elysees/>

<sup>129</sup> <https://twitter.com/search?f=realtime&q=%23Gladparty&src=typd>



Mais également des articles écrits par les blogueurs présents rendant compte du succès de la soirée ; nous avons déjà évoqué celui de Plastie&Cie : « La GladParty au Théâtre Saint-Georges ! »<sup>130</sup> Sans oublier les nombreux commentaires de son article, mais mentionnant également celui du Théâtre Coté Cœur : « Le Théâtre des Champs Élysées accueille la Gladparty 4 »<sup>131</sup>, qui retrace sa visite privée du Théâtre, Photos personnelles à l'appui.

Ainsi, le blog n'est pas seulement un outil d'information, c'est également un outil de communication. De plus le blog favorise la liberté d'expression en autorisant les auteurs à diffuser de l'information au moment où ils le veulent et de la façon dont ils le souhaitent créant un véritable réseau de connaissances basé sur une logique « d'intelligence collective ». Il semblerait que, quel que soit le mode de communication envisagé, une logique pousse les internautes à se regrouper par affinités en communauté relativement fermées.

Mais les libertés et avantages qu'offre Internet à nos blogueurs vont de pairs avec certaines contraintes.

<sup>130</sup> <http://www.plastieetcie.com/blog/gladparty-theatre-saint-georges/>

<sup>131</sup> <http://le-theatre-cote-coeur.blogspot.fr/2014/06/gladparty-4-2-juin-2014.html>

### 3) Ses Limites

#### A) Maîtriser son image

##### *1- La délicate question de l'E-Réputation*

L'utilisation de multiples réseaux sociaux est aujourd'hui ancrés dans le quotidien des internautes, mais les usages évoluent et posent de nouvelles questions en matière d'image numérique. Les blogueurs ont un besoin de crédibilité au sein du groupe : il existe un effet de normes sociales au sein du groupe : les individus vont adopter des positions en fonction de ce qu'ils croient que les autres croient afin de préserver leur image au sein du groupe.

L'e-réputation est une représentation que les internautes vont se constituer en fonction des flux d'informations qu'ils rencontrent sur le net. Avec l'avènement d'internet, du Web 2.0, la multiplication des réseaux sociaux, du partage de contenus, des contributions des internautes, l'apparition d'outils de notation des individus et des services, l'e-réputation prend une ampleur sans précédent. Elle devient mondiale, publique, intemporelle.

Ici l'e-réputation d'une personne se forge plus ou moins durablement, selon plusieurs sources distinctes :

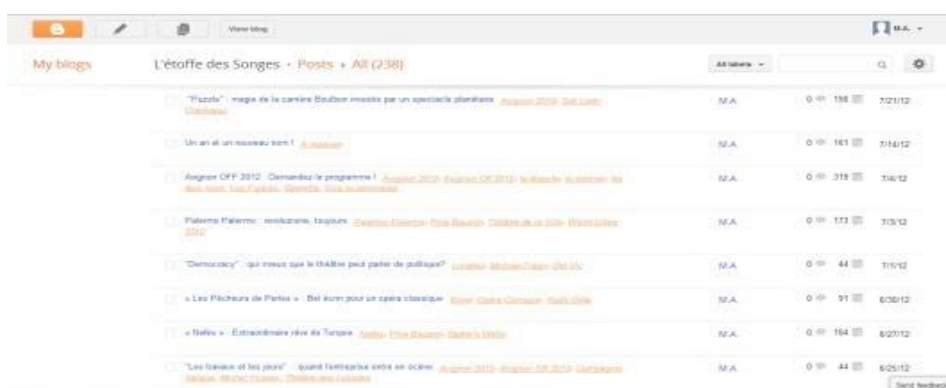
- Les Blogs : Peu influents à leurs créations, certains blogs sont devenus très puissants en termes de notoriété et bien sur la crédibilité que l'on peut accorder à une opinion est lié à la confiance que l'on place dans celui qui l'émet. Les identités constituées sont actualisées dans les échanges, mais aussi constamment renégociées, retravaillées, validées ou réfutées. En effet le blogueur fixe les règles du jeu, il peut se relire, modifier une expression avant de la publier, rectifier un titre, changer une bannière, mettre en avant ou enlever un billet.

- Les Réseaux Sociaux : Ils permettent aux internautes de se retrouver ou de se trouver par affinité par le biais de plates formes variées. À l'origine, sites d'informations, ils se sont peu à peu mués en véritable lieux d'échanges de toutes sortes : business, loisir, jeux... . Ces réseaux sociaux numériques se sont transformés en de puissants outils d'influence, de mobilisation et de pression. En utilisant les ressources du réseau et les stratégies de visibilité propres à son espace, les acteurs parviennent à construire des « définitions de soi », à se démarquer, à s'attribuer des traits spécifiques et identifiables aux yeux de leurs partenaires, autrement dit, à se constituer une identité sur le réseau ou une identité « électronique ».

## 2- De l'Affluence à l'Influence

Une des principales interrogations du Laboratoire Théâtre Numérique et Médiation est « comment cerner la notoriété d'un blog [parmi une communauté de blogueurs qui sont souvent reliés entre eux] et ainsi définir son champ réel d'influence ? »<sup>132</sup>.

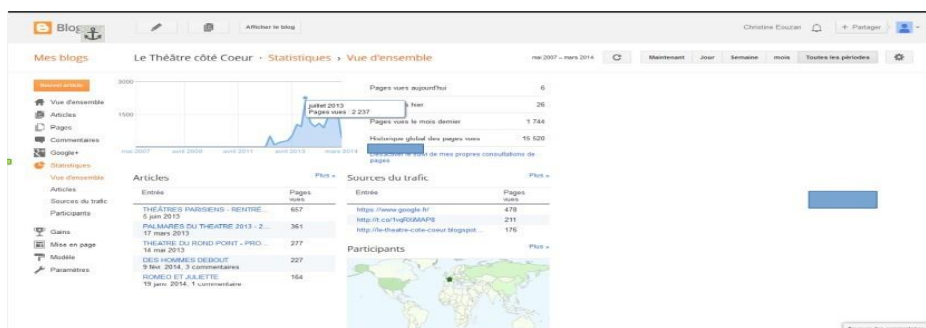
Le problème, sans doute, est que cette question n'a pas vraiment de réponse, en premier lieu un problème de méthode : Comment calculer la méthode d'influence d'un blogueur ? ... une tentative de classement par l'audience dans un premier temps, le nombre de visiteurs sur le blog, ou pour tel ou tel articles, pourrais être éventuellement une partie de la réponse. Mais ici encore on se heurte à plusieurs murs, premièrement les plateformes de blog ne fournissent pas les statistiques de consultations de la même façon, dans un deuxième temps les chiffres sont des données privées du blogueurs ou administrateurs de la plate formes de publication en ligne, troisièmement les chiffres de consultations ne nous apprennent rien du lecteur, s'il a lu l'article en entier et si, effectivement, il a trouvé un intérêt à l'article.



The screenshot shows the Blogger 'My blogs' page for 'L'Étoffe des Songes'. It displays a list of 238 posts. The table below summarizes the visible posts:

| Post Title                                                             | Category   | Views | Date    |
|------------------------------------------------------------------------|------------|-------|---------|
| "Pizzola" magie de la cuisine Soutien investis par un spectacle planté | Actualités | 138   | 3/21/12 |
| Un an et un nouveau son !                                              | Actualités | 161   | 3/14/12 |
| Avignon OFF 2012 : Demandez le programme !                             | Actualités | 319   | 3/14/12 |
| Paloma Fierro : révolution, toujours                                   | Actualités | 173   | 3/13/12 |
| "Democracy" qui nous est le théâtre peut parler de politique ?         | Actualités | 44    | 3/11/12 |
| « Les Pêcheurs de Perles » : Bel arien pour un opéra classique         | Actualités | 91    | 6/26/12 |
| « Nelly » : Extraordinaire mise de Turpin                              | Actualités | 164   | 8/27/12 |
| "Les femmes et les pions" quand l'histoire entre en scène              | Actualités | 44    | 6/26/12 |

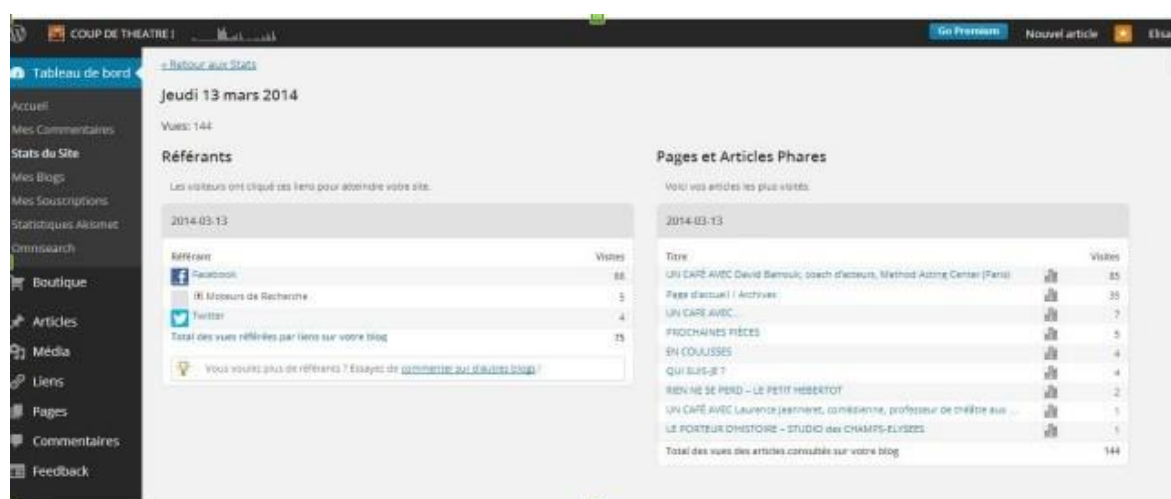
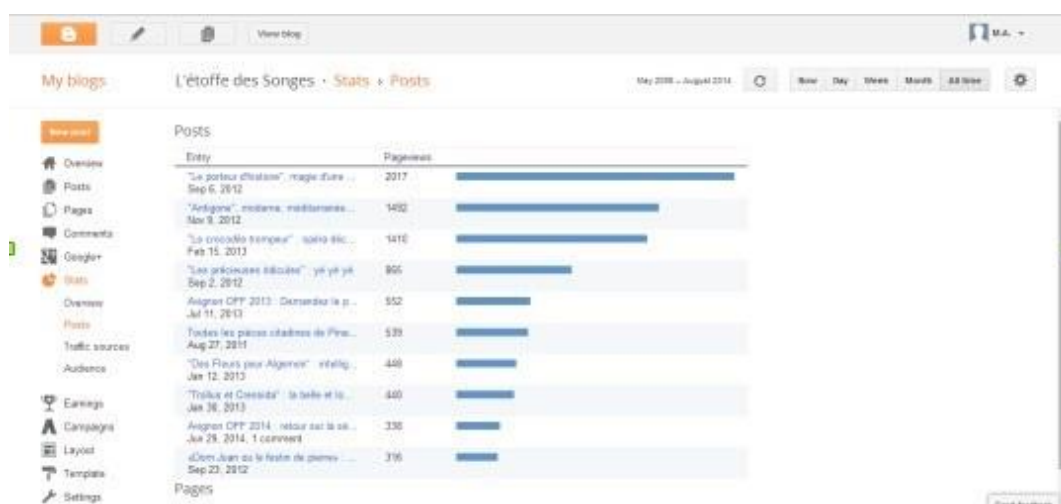
*Statistiques : De l'Article le plus lu au moins lu du Blog L'Étoffe des Songes d'Emma (Sous Blogger) datant du 20/08/14*



*Statistique du Blog Le Théâtre Coté Cœur (sous Blogger) daté du 07/03/14*

*Graphique des "vues" sur le Blog L'étoffe des Songes datant du 20/08/14*

<sup>132</sup> <http://www.tmnlab.com/2014/02/14/conquerir-de-nouveaux-publics-via-les-reseaux-sociaux/>



Statistique fournis par WordPress pour le Blog Coup de Théâtre du 13/03/14

Les commentaires via les blogs et les réseaux sociaux peuvent apporter quelques réponses aux questions précédemment posées, mais ce ne sont que des mots et les professionnels eux même en sont conscient « en revanche cela ne déclenche pas beaucoup de réservations pour le moment. Cela peut permettre de diffuser l'information, et d'augmenter / renforcer la notoriété »<sup>133</sup>. Par conséquent pour eux aussi cela est bénéfique en termes de communication et d'e-réputation.

« Un des éléments communs à tous les blogs concerne la visibilité accordée à l'audience : compteur de pages lues, outils gratuits pour localiser géographiquement (villes, pays) les dernières visites effectuées, etc. ... les plates formes de blog plaçant les résultats d'audience au

<sup>133</sup> <http://www.tmlab.com/2014/02/14/conquerir-de-nouveaux-publics-via-les-reseaux-sociaux/>

centre des outils proposés et des objectifs des blogueurs »<sup>134</sup> comme l'illustre les différentes pages de statistiques que nous avons mis à disposition plus haut, qui mettent également en exergue les différences de données disponible pour le Blogueur suivant la plateforme . Ces statistiques sont bien sûr un moyen pour ces dernières d'offrir une motivation directe à leurs membres, une raison supplémentaire afin de les inciter à actualiser leurs blogs, améliorer les référencements, augmenter les visites, ...

Le blogueur lui-même est confronté à la question de son influence sur le net et sur ses lecteurs, mais le flou persiste d'autant que les nombreuses statistiques fournies par les CMS, outre le fait qu'elles soient extrêmement nombreux, de différentes natures et représentant plusieurs pages de données, sont de plus difficilement exploitables pour un néophyte.

Les statistiques en termes de trafic les plus souvent regardé donnant la « température du blog » à son rédacteur est celui de la fréquentation journalière et/ou mensuelle. Ainsi à la question « Regardez-vous les statistiques ? Avez-vous une idée du nombre de lecteur-tric-s quotidien-ne-s de votre (vos) blog(s) ? » L'animatrice du Blog *Coup de théâtre* a répondu « oui, je regarde régulièrement les statistiques. Pour l'instant, les connexions oscillent entre 5 et 15 visiteurs par jour et 15 et 25 pages lues par jour », les visiteurs pouvant venir lire plusieurs articles pour une même connexion/visite. Mais tous ne sont pas égaux devant les statistiques.

Ainsi il est difficile et dangereux de mesurer l'influence d'un blogueur par son affluence. De plus ce sont les théâtres qui permettent aux blogueurs d'augmenter leurs audiences et leurs réputations selon les avantages inédits qu'ils peuvent leur accorder.

---

<sup>134</sup> Sébastien ROUQUETTE, « Les blogs « extimes » : analyse sociologique de l'interactivité des blogs », *tic&société*, Vol. 2, n° 1 | 2008

### 3- Les prix Blogueur

Toujours dans cette optique d'évoquer la valorisation du Blog, de validation publique de leurs travaux personnels d'amateurs par des « pros » du monde médiatique, de contrôle de leur image et de l'e-réputation, nous évoquerons ici certains prix décernés aux blogueurs en tant qu'entreprise de consécration de l'expression de soi digitalisée, et notamment ceux qu'ont déjà remporté et/ou auquel ont déjà participé notre panel de blogueur.

- Les Golden Blog Awards ou GBA peuvent être définis comme un événement culturel récompensant chaque année les meilleurs blogueurs en leur décernant des trophées dans leurs catégories respectives. L'événement a été créé en 2010 par Noël Cambessedes, Nicolas Dalmar, Augustin Decazes et Pierre Trehorel, afin de valoriser et mettre en avant « la consécration du concept, des blogueurs et de leur talent »<sup>135</sup>, qu'ils sont devenus au fil des années des acteurs incontournables du paysage numérique. Les Golden Blog Awards ont été conçus dans le but de mettre en avant le paysage numérique et l'univers des blogueurs. Les Golden blog Awards sont organisées par l'agence digitale Les Comptoirs, avec le soutien de la Mairie de Paris, dans les salons de l'hôtel de ville. Vingt catégories (high-tech, lifestyle, mode, économie-marketing, beauté, sciences, etc.) et deux prix spéciaux (« meilleur blog » et « meilleur espoir ») y sont représentés.

En 2013 c'est la bloggeuse *Gladscope* qui a participé<sup>132</sup> représentant les blogs de théâtre dans la catégorie « Paris », la catégorie Théâtre n'existant pas.



C'est sur son blog et sur les réseaux sociaux que cette Bloggeuse a fait ses appels aux votes, profitant de la solidarité de ses réseaux Blogueurs/sociaux. Et ses efforts ont payés puisqu'elle, ainsi que le blogueur *United States Of Paris*, dont c'était déjà la deuxième participation, font partie de la sélection finale<sup>133</sup>, des 10 blogs par catégorie ayant reçu le plus grand nombre de votes de la part du public, et sont donc invités à la cérémonie qui désignera les vainqueurs du concours par Catégorie suite au vote du jury composé de journalistes experts et de blogueurs

<sup>135</sup> <http://www.golden-blog-awards.fr/concept.html>

<sup>132</sup> <http://www.golden-blog-awards.fr/blogs/gladscope.html>

<sup>133</sup> <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10151940136394496&set=a.453367469495.247066.586079495&type=3&theater>

## Paris – Shortlist GBA 2013

Les votes sont désormais fermés et la liste des 10 shortlistés va être envoyée à nos jurés et partenaires. Merci pour vos nombreuses participations et rendez-vous le 13 novembre pour la cérémonie de remise des prix dans les salons de l'Hotel de ville de Paris et en live sur Melty.fr "

Découvrez le classement des shortlistés de la catégorie Paris représentée par notre partenaire la Mairie de Paris.

- [Dis moi Paris](#)
- [Frelie](#)
- [Gladscope](#)
- [Paris, Maman & Moi](#)
- [Parisian Touch](#)
- [ParisianShoeGals](#)
- [So many Paris](#)
- [United States of Paris](#)
- [Le blog à Paris](#)
- [My Pretty Paris](#)

Au final ni l'un ni l'autre n'ont gagné, mais chacun a réussi à fédérer sa communauté autour de ce projet et à bénéficier d'une publicité via le web grâce aux organisateurs qui relayaient les informations, leurs noms, leurs site et leurs Tweets.

Sans compter un bonus inattendu pour *Gladscope*, arrivé deuxième de sa catégorie : une interview pour *Le Parisien* (édition du 14 Novembre 2013).

# « Je regarde trois spectacles par semaine »

**DEUXIÈME PLACE** Gladys Lioné, « Gladscope »

**G**ladys + « Pariscope » = « Gladscope ». « Pendant mon enfance et mon adolescence, le *Pariscope* était toujours là, sur la table basse. Il m'a bercée et j'ai fait mes premières gammes avec », raconte cette passionnée de théâtre qui voit aujourd'hui, à 28 ans, « en moyenne trois spectacles par semaine ». Sur son blog, arrivé en deuxième position du classement de la catégorie Paris des Golden Blog Awards, Gladys n'a pas pour but de « faire des critiques », mais de « partager ce [qu'elle] aime ». Par modestie, explique-t-elle : « Je ne suis que spectatrice, je ne fais pas de théâtre, je ne permets donc pas de parler des spectacles que je n'ai pas aimés, parce que je ne saurais pas en faire autant. »

Ouvert depuis 2008, et alimenté de façon plus régulière depuis juillet 2012, « Gladscope » est né d'un



constat : « Mes amis me demandaient très souvent conseil pour savoir quelle pièce aller voir. Et j'affichais sur les murs de ma chambre les tickets de tous les spectacles que j'allais voir, pour les partager. Le blog, finalement, c'est comme ma chambre, mais sur Internet ! »

P.B.

*Gladscope.fr.*

Les Golden Blog Awards représentent un tremplin vers la notoriété de leurs nominé. Les blogs sont également relayés dans les médias qui mettent en avant les blogs nominés.

Et ce ne fut pas le seul journal qui lui fit les honneurs puisqu'elle fut également interrogée, avec Mordue de Théâtre et *L'étoffe des Songes* par Vaucluse Matin dans un article intitulé « Ces Blogueurs qui ont couverts le Festival [D'Avignon] » en date du 28 Juillet 2014.

# Ces blogueurs qui ont couvert le Festival

Sous l'envergure du Festival, Internet et les réseaux sociaux sont aussi en ébullition. 650 accrédités presse ont la lourde tâche de couvrir plus de 1 300 compagnies. En apparence, la situation semble infaisable. Pour cela, plus de 20 blogueurs participent amplement au besoin de communication des compagnies présentes.

Même si le nombre semble petit, les effets sont considérables. Cette activité a pris son envol il y a quatre ans. Mise à son sommet en juillet à Avignon, elle demande beaucoup d'endurance. Les plus motivés sont suivis en moyenne par plus de 700 abonnés sur leurs comptes Twitter et/ou Facebook.

## « On mélange travail et plaisir »

Aujourd'hui, ils ont acquis une légitimité dans ce monde de culture théâtrale, devenant des pros. « J'en avais marre de répéter mes avis sur les pièces que j'allais voir. Mes amis me sollicitaient beaucoup, alors j'ai créé un blog. J'avais envie d'écrire ce que je voyais, pour le fixer et ne pas oublier », raconte Emmanuelle Picard, 39 ans. Fan de théâtre et cadre

dans une grande entreprise à Paris, elle a pris, il y a trois ans, la décision de tenir un site web qui relaterait, à l'année, des spectacles auxquels elle irait assister. Sa formule : conseiller les amateurs de théâtre qui ne savent que choisir, devant une multitude de pièces. Avant chacun de ses retours, elle formule les points positifs et négatifs par de simples mots clés.

En moyenne, les blogueurs, généralement parisiens, restent dix jours à Avignon et ne doivent pas en rater une seule miette. Du coup, toute la journée se passe au théâtre. « J'écris environ 70 à 80 lignes par jour. En 5 jours, j'ai pu écrire quinze critiques. On mélange plaisir et travail », détaille Suzanne Angelo, 18 ans, qui sort à peine du lycée.

Étoffe des songes, Gladyscope et Mordue de théâtre, leurs noms de blogueuses, font partie de ces nouveaux accrédités presse. « La demande d'accréditation est assez simple. Généralement, on réaccrédite les habitués et pour les nouveaux, on vérifie l'actualité du blog et on demande une lettre de mission au rédacteur en chef », décrit Pascal Zelcer, au service accréditation presse du Off.

Mina GUÉRINEAU



Gladys Lioné, à la cave des Passages, refuse d'entendre le mot "critique", quand on lui parle de ses ar



Deux blogueuses sur la place Pio : Emmanuelle Picard (à gauche) avait « envie d'écrire ce que je voyais le fixer et ne pas oublier » et Suzanne Angelo, qui en cinq jours a écrit « quinze critiques ».

## Des avis personnels

Gladys Lioné, 29 ans, consultante en informatique, a créé son blog. Elle refuse d'entendre le mot "critique" pour définir ses articles. « Je ne suis pas journaliste, ni critique. Je ne parle que de ce que j'aime, de mes coups de cœur, afin d'orienter les festivaliers qui doivent chercher pendant des heures dans le magazine du Off. Je propose une alternative à ceux qui vont peu au théâ-

tre et n'ont pas l'habitude ».

Refusant systématiquement l'association de leurs blogs à des critiques, elles préfèrent appeler leurs écrits des "pensées personnelles".

Dans un souci de diffusion, elles émettent un jugement, parfois une note, permettant aux quelques amateurs, souvent de court passage, de ne rien regretter. Au détriment de certaines compagnies.

Tout comme le blogueur Thomas Ngo-Hong, qui fut interviewé par le Webzine *Jeunes à Versailles* en tant que « l'un des critiques les plus assidus et les plus respectés de l'univers théâtral »<sup>136</sup>, prouvant l'intérêt et la curiosité des médias traditionnel et Web Médias envers les blogueurs Théâtre.

<sup>136</sup> [http://www.jversailles.fr/article/?tx\\_ttnews%5Btt\\_news%5D=758&cHash=f32074efb2dd9f3e751e23773f0e5026](http://www.jversailles.fr/article/?tx_ttnews%5Btt_news%5D=758&cHash=f32074efb2dd9f3e751e23773f0e5026)

- BlogMoiParis : Il s'agit d'un appel à projet lancé par la Mairie de Paris qui n'a connu que deux éditions, en 2011 et 2012. Il s'agissait alors d' « Offrir une image nouvelle, inattendue de Paris, ou aborder un sujet connu traité sous un angle différent, plus audacieux : voilà le challenge qui attendait les apprentis blogueurs de BlogMoiParis. Une fois postés en ligne, les projets étaient soumis aux votes des internautes, puis les dix finalistes étaient ensuite présentés à un jury d'experts chargés de choisir les trois meilleurs. »<sup>137</sup>

C'est cet initiative qui a donné envie au blogueur *United States Of Paris* (USOP) de se lancer « Le soutien dans les premiers mois de Paris.fr et le relais des partenaires a permis d'avoir une audience que j'aurais mis plus de temps à avoir ».



- Tribway Trophée des Influenceurs : En 2013 USOP a participé à ce concours qui avait pour « but de révéler les blogueurs les plus influents dans chaque domaine »<sup>138</sup>. En ce qui concerne le déroulement, les internautes votent pour leurs blogueurs préférés ainsi le top 15 de chaque catégorie est nominé et le jury vote pour désigner l'influenceur de l'année de chaque catégorie. Mais ce concours lui a laissé un goût amer. En effet il nous avouera qu'il s'agissait pour lui d'une « Arnaque. Ces trophées servent à la promotion du site grâce aux blogueurs. Les retombées pour les lauréats sont proches de zéro ».

De plus en plus de place est faite aux blogueurs pour reconnaître la légitimité de leur entreprise mais ne nous voilons pas la face s'ils en retirent de la publicité gratuite les partenaires eux aussi profitent de cette exposition et des retombées de cette publicité à moindre frais.

<sup>137</sup> [http://www.paris.fr/pratique/paris-ville-numerique/blogmoiparis-soutient-les-projets-deblogs/rub\\_8627\\_stand\\_125288\\_port\\_20393](http://www.paris.fr/pratique/paris-ville-numerique/blogmoiparis-soutient-les-projets-deblogs/rub_8627_stand_125288_port_20393)

<sup>138</sup> <http://www.tribway.com/fr/influencers>

## B) Les questions juridiques inhérents au web

### *1- Constitution d'un blog : aspect juridique*

Les blogs sont des sites internet. À ce titre, ils sont soumis au même régime de responsabilités spécifiques qu'un site internet classique. Le blogueur qui tient son journal ouvert en ligne pour y diffuser toutes informations et recueillir tous commentaires, se trouve dans la situation d'un « éditeur d'un service de communication publique en ligne » il est donc notamment soumis aux obligations spécifiques de publication d'identité. L'inscription des blogs dans cette catégorie implique que les auteurs de blogs soient soumis aux mêmes obligations que les éditeurs. Ainsi, quel que soit son statut, le blogueur doit s'identifier auprès du public. Mais selon qu'il soit simple particulier ou professionnel, l'éditeur pourra rester partiellement anonyme ou, au contraire, devra se faire connaître de tous.

La liberté d'expression est bien réelle sur un blog, mais elle est régie par les lois propres à un espace public.

Nous pouvons affirmer, d'une manière générale, que les blogs ne posent pas de problèmes spécifiques s'il n'y avait le cas des “ contributeurs ”, c'est-à-dire de ceux qui publient leurs propres commentaires sur le blog d'un tiers. Le problème se pose ici d'un partage ou non des responsabilités entre le blogueur et son “ hôte ”. Mais se pose alors la question : comment être certains que les écrits publiés sur le blog émanent bien de la bonne personne ? La question reste ouverte. Le responsable du blog est non seulement responsable des billets mais également des commentaires publiés .... D'où le fait que la plupart des commentaires soient « modérés » , en fait si on ne change pas le paramètre des CMS qui gèrent les blogs la modération des commentaires est automatique.

Les Blogs de Théâtre, en tant que site culturel, n'ont, à notre connaissance pas enfreint ses règles assistés, dans leur méconnaissance, par les CMS qui gèrent pour eux des problèmes dont ils n'ont même pas conscience.

Un autre danger qui guette le blogueurs est celui de la violation du droit d'auteur.

## 2- Le délicat problème du droit d'auteur sur Internet

Le plus grand problème des blogs est la réutilisation et la publication dans des articles d'œuvres en lignes crée par un tiers, comme des photos et des vidéos dont le propriétaire n'est pas créditée de l'œuvre. Mais les éléments présents sur Internet sont soumis de facto au droit d'auteur, même si leur accès est libre et gratuit et qu'aucune mention ne précise qu'ils sont protégés.

Un autre problème, celui qu'a rencontré le blogueur Thomas Ngo Hong est tout simplement le pillage du contenu de son article par un tiers. En effet il a constaté que certains billets de son blog ont été reproduits mot à mot sur un autre blog qui n'en mentionne pas sa paternité. « En janvier dernier, j'avais indiqué à un ami de la fac comment gagner des places pour aller voir Roméo et Juliette à la Porte Saint-Martin. Il travaille en ligne pour un journal féminin assez connu. Le lendemain (après que j'ai posté ma critique), il sort lui-même son papier en reprenant quasi mot pour mot les termes que j'ai employés dans ma critique, en version bien plus « light ». J'ai considéré cela comme du plagiat et il m'a rétorqué qu'il n'y avait pas dix mille façons de dire les choses. Je lui ai demandé de changer les tournures de ses phrases mais c'était déjà en ligne...Résultat, l'affaire a été classée mais j'avoue que ça m'a mis de très mauvaise humeur, comme si on me volait mes heures de travail. »

Ici la solution trouvée, sur le conseil de Mélina Kéloufi, a été l'ajout de l'application *Creative Commons*, qui est une organisation à but non lucratif ayant pour dessein de faciliter la diffusion et le partage des œuvres tout en accompagnant les nouvelles pratiques de création à l'ère numérique. Elle a pour avantage de protéger d'une façon plus souple que le droit d'auteur.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported License](#).



Ici on distingue trois symboles : une figure humanoïde, le symbole du dollars barré et un cercle fléché correspondant successivement à la Paternité (*Attribution*) : l'œuvre peut être librement utilisée, à la condition de l'attribuer à l'auteur en citant son nom ; Pas d'utilisation commerciale (*NonCommercial*): le titulaire de droits peut autoriser tous les types d'utilisation ou au contraire restreindre aux utilisations non commerciales (les utilisations commerciales restant soumises à son autorisation) ; et enfin le Partage des conditions initiales à l'identique (*ShareAlike*) : le titulaire des droits peut autoriser à l'avance les modifications ; peut se superposer l'obligation pour les œuvres dites dérivées d'être proposées au public avec les mêmes libertés (sous les mêmes options Creative Commons) que l'œuvre originale.

Enfin deux autres symboles existent un zéro barré lorsque le créateur renonce à ses droits et un signe d'égalité quand les modifications sur l'œuvre sont interdites.

.

Pour conclure, internet favorise le développement de lieux d'expression publique à l'origine de nouvelles formes de discussion et/ou débat, caractérisé par un travail collectif de mise en débat d'argumentation contribuant ainsi à lier information et communication. Mais les environnements sociotechniques de la communication par les blogs créent des normes et des frontières qui participent à des clôtures informationnelles cognitives et spatiales.

Le blog accumule de manière organisée des textes, enrichis de liens hypertextes et il permet d'exploiter de façon simple et rapide les contenus multimédias (images, audio ou vidéo) en général, avec la possibilité pour le blogueur de répondre et de modérer les commentaires des visiteurs, tout en complétant éventuellement les échanges par le biais du courriel, de tweets ou d'entretiens. L'outil facilite les échanges entre l'auteur et le visiteur et donne vite le sentiment d'appartenir à une communauté. La blogosphère elle-même est le résultat d'un processus qui révèle l'existence de « micro mondes sociaux » où chacun se lit, se commente et se lie mutuellement. De manière générale, les affinités qui se développent entre blogs ne nécessitent pas forcément au préalable d'une assise physique ou territoriale entre les internautes.

Parmi les nouveaux types de liens sociaux créés dans un contexte de forte évolution technique et technologique, ceux tissés au sein de la blogosphère touchent de nombreux internautes. En effet la force du blog réside en particulier dans l'interaction possible entre l'auteur et les lecteurs/commentateurs. Plus significativement encore que l'échange avec les lecteurs, l'attente des commentaires et conseils de ses pairs, font partie intégrante des motivations des blogueurs. L'audience des sites web personnels est une production interdépendante qui oblige l'émetteur à entretenir des liens multiples et personnalisés avec ses visiteurs. Ce n'est que lorsque cette mobilisation initiale d'un réseau de commentateurs a été mené à bien que l'audience du blog prend de l'importance et attire un public de lecteur non blogueur. Bien qu'un blog puisse toujours être lu par des lecteurs de passage, l'émetteur exerce cependant un contrôle assez fin sur la composition de son public, notamment en ratifiant ou disqualifiant les propos de certains de ses commentateurs.

D'une manière générale, l'identité du membre, son acceptation par la communauté dans laquelle il s'inscrit, se construit avec le ton, le style adopté. En effet, des codes sociaux participent à la création de son identité. En spécialisant l'identité qu'ils mettent en scène, les blogueurs procèdent à un travail électif de sélection des pairs. La production de contenu sur le blog paraît alors destinée à opérer un tri au sein du public de lecteurs qui visite le blog, afin de sélectionner et d'engager le dialogue avec ceux d'entre eux qui présentent un profil et une identité comparables. Les blogueurs nouent d'abord des liens avec les lecteurs. Les « posts », autrement dit l'aspect interactif des blogs (au sens d'échange avec les lecteurs et d'influence potentielle de leurs remarques sur le contenu des billets publiés), constituent l'une des caractéristiques centrales de leur pratique, à tel point que converser avec ses lecteurs devient pour de nombreux blogueurs le principal centre d'intérêt des blogs.

Autant qu'un espace assurant la promotion de publications achevées, le blog est surtout un outil relationnel qui permet facilement de rencontrer des pairs et des professionnels. Être simplement reconnu par la communauté de personnes que l'on est parvenu à réunir autour de soi par ses activités dans la blogosphère constitue un objectif en soi. Outre le sentiment de gratification personnelle, l'insertion dans une communauté de pairs « permet aux blogueurs d'incorporer les avis, recommandations, conseils des autres dans leurs propres productions. Tout nouvel entrant dans une communauté de la blogosphère doit établir une relation de confiance au sein d'un groupe. La crédibilité et la notoriété ne sont pas données, elles se construisent avec le temps par une participation active : il faut publier des billets et des commentaires, recommander, répondre nouer le contact avec le lectorat et les autres blogueurs de manière assidue. En vue de l'intégration à une communauté il doit être relié à d'autres sites par de nombreux liens hypertextes, sources et blogroll (liste de liens vers d'autres blogs affichés en Une) permettant notamment de s'insérer dans un réseau de blogs avec lequel chaque blogueur revendique une affinité culturelle particulière. De plus il est souvent possible pour le lecteur de s'abonner à un flux RSS afin de suivre les actualisations du blog sans s'y rendre. Si la plupart des activités communicationnelles sur Internet passe par l'écriture et la lecture, on peut dire que les sites personnels participent à cet incontestable élargissement des modes de communication de soi. Chaque blogueur dépend ainsi de l'autre.



---

## *Chapitre 3 : Les relations complexes entre les blogs et les médias.*

---

Un peu plus de 15 ans après l'émergence d'Internet auprès du grand public français, de profondes transformations sont apparues dans le monde du journalisme et de la communication. Au cours des dernières années, on a ainsi assisté au lancement de nouveaux médias et de nouveaux supports, à l'accélération du traitement de l'actualité, à l'élargissement du champ des sources, à l'invention de nouveaux formats, ou encore à l'ouverture à la participation de non-journalistes, ...

Ainsi les blogueurs sont pour certains devenus des leaders d'opinions. Avant même l'éclosion des réseaux sociaux, cette conquête de l'espace médiatique par les blogueurs n'a pas été sans provoquer des tensions avec les journalistes, désireux de préserver leur territoire.

A cet égard nous avons interrogés<sup>139</sup> Philippe Chevilley<sup>140</sup>, qui a un poste au sein de la rédaction des Échos (pour lequel il travaille depuis 1985) en tant que chef du Service Culture, et Marie Céline Nivière, chef de la Rubrique Théâtre au *Pariscope* depuis 24 ans afin d'explorer la perception des journalistes quant à l'utilité des blogs.

De plus, afin d'enrichir notre propos nous croiserons également les témoignages des blogueurs et des professionnels du monde du Théâtre sur le triptyque Blog / Journalisme / Théâtre, ce qui nous permettra d'avoir une vue globale sur l'ensemble de la relation.

Cette étude reste exploratoire mais nous avons comme projet d'examiner comment s'organisent les relations entre les journalistes théâtraux et/ ou culturels et les blogueurs théâtre.

Dans un premier temps nous nous attacherons à établir la nécessaire présence des journalistes sur les réseaux sociaux, les relations qui s'y créent avec les lecteurs mais bien sûr avec les blogueurs également (ce qui n'est pas antinomique), sans oublier les « droits et les devoirs » d'un journaliste sur le web. Dans un second temps nous explorons les avantages et les inconvénients d'un blog par rapport à un journal. Enfin nous essaierons de déconstruire l'idée reçue d'une opposition journalistes / blogueurs.

---

<sup>139</sup> Contacté via Twitter il nous a donné rendez-vous le 10 Avril 2014 dans un café en face des bureaux de sa rédaction.

<sup>140</sup> <http://www.lesechos.fr/journalistes/index.php?id=264>

## 1) Une présence des journalistes accrus sur le Web

Irruption des smartphones, traitement de l'actualité en temps réel, développement des réseaux sociaux ... L'usage du numérique modifie notre relation à l'information et impacte ainsi le métier de journaliste qui ressent la nécessité de répondre à la mutation d'une audience devenue vorace, mobile, exigeante et à la recherche de contenus originaux et gratuits.

### A) La délicate équation du Journalisme et des réseaux sociaux

Par son format twitter se révèle un outil important d'éditorialisation<sup>141</sup>. La limite des 140 signes oblige les journalistes à synthétiser leur pensée et à éviter toute digression. Leur opinion apparaît donc plus tranchée, dans la mesure où ils n'ont pas la place de présenter le pour et le contre et recourent à la première personne du singulier, d'habitude proscrite dans les articles d'informations généralistes. Pour Philippe Chevilley cette contrainte est un atout, en effet cet impératif du signe lui permet de structurer sa pensée, « ça m'oblige à faire des choix [...] dans ce que je vais dire, à bien relire, à m'assurer que mes mots ne soient pas mal interprétés, parce que tout de suite je ressens le malaise ou au contraire l'enthousiasme que peut créer une critique ».

Le journaliste présent sur les supports numériques exerce en principe son métier 24h/24h quel que soit le canal sur lequel il s'exprime. Même en dehors des horaires de bureau ce qu'il écrit sur les réseaux sociaux n'engage pas que lui mais aussi le média pour lequel il travaille. Y compris s'il possède deux comptes twitter, un personnel et un professionnel, la frontière entre les deux n'est pas étanche. Il a la même identité et la même responsabilité lorsqu'il publie sur le média qui le rémunère ou sur les réseaux sociaux. Pour Philippe Chevilley « c'est un drôle de mélange parce qu'à la fois il y a un côté, où on reste dans le domaine professionnel et technique, c'est-à-dire on est journaliste on a ses papiers sur papier et un peu sur le web [...] Moi par exemple je suis inscrit comme chef du service culture, donc je ne vais pas raconter ma vie, mais en même temps il y a une convivialité qui fait que, de temps en temps, on ne peut pas s'empêcher d'avoir des petits clins d'œil de l'humour etc. Même dans la journée, avant je n'osais

---

<sup>141</sup> L'éditorialisation est l'ensemble des pratiques d'organisation et de structuration de contenus sur le web. Ces pratiques sont les principes de l'actuelle production et circulation du savoir.

pas, maintenant il m'arrive de m'émanciper un petit peu mais en restant dans mon rôle, je m'interdis par exemple de parler de politique et de chose comme ça parce que ce n'est pas mon domaine et je ne veux pas raconter ma vie non plus ». En effet un journaliste sur les réseaux sociaux incarne une marque, la sienne et celle du média pour lequel il travaille. Son identité numérique est happée par son statut professionnel, car il doit promouvoir l'activité de son média auprès de ses différents cercles personnels d'influence. Le succès et l'impact du média dépendent donc de l'engagement et de la capacité de ses journalistes à incarner la marque sur le web. Posséder plusieurs milliers de *followers* sur Twitter ou des centaines d'amis sur Facebook, permettra d'assurer un nombre de clics conséquent sur un article. Mais surtout c'est sur internet et particulièrement sur les réseaux sociaux que la relation journaliste/ blogueur et plus largement journaliste/lecteur peut se nouer. A ce titre si le journaliste n'y est pas cette relation ne peut pas exister.

Tout l'enjeu de la pérennité du journalisme à l'ère numérique se situe dans la recherche d'un juste équilibre entre un journalisme à l'ancienne nourri d'enquêtes, de reportages et d'expertise, et les nouvelles pratiques apparues sur Internet : discussions et débats en ligne, proximité avec le lecteur dont les blogueurs font parties, recommandations et interactions entre les sources d'information

### B) Un échange avec ses lecteurs et un développement de l'audience numérique

Philippe Chevilley s'est inscrit sur Twitter en novembre 2012 « j'ai pris conscience du fait que je n'étais pas sur *Facebook* que je n'avais pas envie de m' [y] ennuyer [...] parce que je n'avais pas le temps. Twitter m'a paru très simple et je me suis rendu compte qu'il y avait assez peu de critiques de théâtre qui étaient sur twitter et que c'était une opportunité à saisir, justement pour être présent moi-même et pour avoir un lien avec des lecteurs [autant] potentiels [que] à venir ». Ainsi les articles peuvent être diffusés sur les réseaux sociaux et de ce fait chaque publication peut donner lieu à des échanges avec les lecteurs. dont font naturellement partis les blogueurs de par les sujets de publications qui sont ceux pour lesquels ils ont des prédilections. L'idée majeure est d'établir une relation de proximité entre le lectorat et l'équipe rédactionnelle d'un journal, mais également de trouver un nouveau public « donc si on peut attirer des lecteurs aux *Echos* ne serait-ce qu'avec la rubrique culture par le biais du tweet, c'est quand même un produit d'appel, c'est quand même une façon de faire exister notre journal à travers notre nom ».

Pour lui c'est surtout un formidable moyen de connaître et d'échanger avec son lectorat « Je trouve ça génial parce que justement, on sait à l'intuition, parce qu'on travaille depuis longtemps, parce qu'on connaît notre lecteur, à force de le rencontrer d'avoir des gens au téléphone, on connaît effectivement et on sait comment ils réagissent globalement à notre travail, mais par le tweet c'est instantané et tout d'un coup on se rend compte que, un sujet qu'on a traité en disant qu'on le fait mais qu'on le fera peut-être qu'une fois, et bien si, c'est un sujet qui intéresse tout le monde visiblement, et par les réseaux sociaux on le sait immédiatement. ». En effet les réseaux sociaux permettent de prolonger l'expérience et échanger, discuter en temps réel, chacun donne son avis, commente, crée le débat, partage ses expériences. On est donc bien toujours dans l'esprit du web nouveau et des réseaux sociaux, dans la dimension du partage, du débat et de l'échange. Les journalistes ne maîtrisent plus le contexte dans lequel leur publication est lue. Ils doivent intégrer l'idée que chacun de leurs contenus a une vie sociale en dehors de celui qu'ils lui ont assignée.

La valeur de cette relation tient à la qualité des interactions entretenues par le journaliste avec ses abonnés et ses amis. Il ne peut donc pas se contenter de publier des liens vers ses articles ; il doit soulever des questions, proposer des analyses à partir desquelles peut s'engager un débat, répondre dans la mesure du possible aux interrogations de ses lecteurs et leur conseiller la lecture de contenus produits par ses confrères. C'est par ce biais que les journalistes donnent au public le sentiment d'être à portée de clic.

### C) Les blogs des Journalistes

La présence des blogs repousse les frontières du journalisme, tant parce qu'ils les challengent en instaurant une sorte de concurrence, que parce qu'ils peuvent eux aussi, en créant un blog, s'exprimer autrement. Ces blogs peuvent d'ailleurs pour certains être hébergés par le site du titre qui les emploie. Progressivement, les journalistes professionnels commencent à prendre en compte ces nouvelles pratiques et donc à les assimiler.

Pour Philippe Chevilley « il y a un côté assez intéressant à ce niveau-là c'est que lorsque les journaux se sont ouverts à internet, au web, le premier réflexe notamment dans le domaine de la culture mais aussi pour certains journalistes plume c'est de se dire, le web c'est le blog. Et le discours qu'on tient maintenant au *Echos* c'est de dire, attention le blog ça peut être intéressant [mais] le blog dans les journaux, c'est assez ambiguë. On y trouve à la fois des gens qui sont

des grandes signatures mais à un moment donné ils sont partis à la retraite mais on a envie de les garder alors on leur donne un blog [...]. Donc il me semble qu'Odile Quirot<sup>142</sup> qui ne fait pas beaucoup d'article dans *Le Nouvel Obs* elle complète avec le blog<sup>143</sup> [...] donc il me semble qu'Odile Quirot qui fait donc la chronique théâtre, comme on lui demande un petit peu des sujet disons transversaux avec des angles comme on fait dans les magazines, la critique pur de théâtre souvent ça passe par son blog ». Ainsi à l'instar des autres journalistes, les journalistes culturels s'adaptent aux évolutions du métier et certains le font par le biais des blogs comme c'est le cas pour ceux que nous avons également cité dans le premier Chapitre. Il est évident que l'association de leur blog avec un média traditionnel comme *L'Express*, *Le Figaro*, *Le Monde* ou *Le Nouvel Observateur* est un atout pour leur visibilité et leur crédibilité. La crédibilité de certains blogs s'appuie d'ailleurs sur la renommée d'une grande marque médiatique. Ce qui permet à ces blogs d'avoir plus de visibilité et « peut constituer un levier fort de fidélisation des internautes », en effet un lien identifié avec un média traditionnel est bénéfique aux blogs qui dans ce cas bénéficient à la fois du lectorat du journal mais également les communautés Web.

Contacté ces journalistes professionnels n'a soit pas été possible, soit n'a pas abouti et c'est à regret, car nous aurions bien aimé leur poser les questions suivantes :

- Ont-ils l'impression que leur rôle reste le même dans le blog que dans la presse traditionnelle ?
- Quel type de contenus choisissent-ils de publier sur ce média, et comment le présentent-ils ? Ces blogs ne sont-ils pas qu'une transposition d'écrits sur le Web, sans adaptations, graphiques ou autres ? Comment conçoivent-ils la participation du public/lecteur ?

S'adapter ou disparaître, l'ère numérique contraint le journalisme à se repenser et à se réinventer pour tirer son épingle du jeu. Les réseaux sociaux redéfinissent non seulement les liens entre individus mais aussi les contours du journalisme numérique. Les médias s'y exportent et y créent des pages et comptes à leurs noms. Les journalistes font de même pour y trouver des sources, engager des conversations plus personnelles avec l'audience sur l'actualité, diffuser leurs contenus et nourrir leurs sujets d'éléments trouvés en ligne. À côté de cela des blogs, nés hors des rédactions sont récupérés par celles-ci. Mais la création des blogs répondent à des besoins et il s'agira de voir lesquels dans un second temps à travers un succinct comparatif.

---

<sup>142</sup> <http://tempsreel.nouvelobs.com/journaliste/14928/odile-quirot.html>

<sup>143</sup> <http://odile-quirot.blogs.nouvelobs.com/>

## 2) Comblent un vide journalistique

Pour Marie-Céline Nivière, c'est la disparition au début des années 2000 d'un site comme celui du *Pariscopes*, qui a permis au site d'avis de spectateurs comme *BilletReduc*, mais aussi aux blogueurs de trouver leur place dans ce système.



### A) Plus de liberté

Pour Laetitia Heurteau qui « avant d'être bloggeuse [est] journaliste » l'avantage d'un blog par rapport au journal est « la liberté totale d'expression ». Le blog permet d'utiliser des registres d'interventions mêlant expérience privée et expérience publique (un ressenti que l'on raconte), plus facilement que la presse en ligne. Il privilégiera moins l'argument rationnel et mobilisera d'avantage l'émotion, le récit personnel ou simplement un angle analytique inédit. En effet l'écrit en ligne est un espace de liberté où l'on peut mobiliser sa créativité, s'exprimer sans contraintes et notamment sans celles que rencontrent les journalistes, ce que remarque Philippe Chevilley « alors le blog ... le côté positif c'est effectivement que dans les blogs on a souvent des gens jeunes [...], donc ça permet d'avoir un regard neuf. Des gens qui a priori n'ont pas de tabou, se lâchent, ont une liberté que certains n'auraient pas forcément dans certains journaux ». Cette fraîcheur des blogueurs, Marie-Céline Nivière considère que cela lui permet de se remettre en question, après toutes ces années de d'exercice de sa profession.

Néanmoins pour Martine Silber, *Marsupilamima*, cette liberté représente un risque « on n'a pas de chefs, ni de relecteurs sur un blog. C'est à la fois satisfaisant parce que l'on fait ce que l'on veut, quand on le veut et un peu plus risqué, puisque personne ne va relire ». Le blogueur s'exprime en son nom, et peut ainsi se permettre plus de liberté, le journaliste à une ligne éditoriale, un titre à respecter. Le style rédactionnel du blogueur, lui, est tout autre. Il existe un vrai lien entre le blogueur et ses lecteurs. En témoignent les discussions qui s'animent à certaines occasions dans les commentaires. Le but d'un blog est sinon de créer, au moins de favoriser l'interaction et le débat. Pour cette raison, les blogueurs se montrent souvent bien plus critiques sur les sujets qu'ils développent, ils n'hésitent pas à donner leur point de vue et opinions personnels.

Le blog c'est une liberté de ton mais également des choix de sujets ou de pièces qui peuvent aller hors des sentiers battus. Philippe Chevilley souligne ainsi qu'« un blogueur peut se dire à la limite qu'il va parler que des spectacles dont il a envie de parler. Moi c'est pas tout à fait la même chose, il y a des tonnes de spectacles où je me sens obligé d'aller, parce qu'il y a des stars, parce que les gens vont en parler etc. ». Cette liberté est aussi bénéfique, parce qu'elle mène in fine à ce que plus de sujets ou de spectacles soient couverts. Ainsi pour Martine Silber « il y a beaucoup de sujets que l'on aimerait pouvoir traiter sans trouver de place dans le journal. Le blog permet de les aborder ». Si un blogueur va voir un spectacle et écrit par affinité, leur nombre permet qu'aucun théâtre ne soit oublié, les petites salles comme les grandes, le privé comme le public, les spectacles pour enfants comme ceux à destination d'un public plus âgés. Alors que, pour Marie-Céline Nivière, un journaliste se sent obligé d'aller voir les pièces des annonceurs, dont ils sont économiquement dépendant, et les grands lieux ou grands événements en priorité, mais l'on peut alors se demander quel impact cela a sur les avis exprimés.

Enfin la rédaction peut supprimer un article, en couper des passages...

## B) Plus d'espace

Les journalistes et les blogueurs ont, entre autre, soulignés l'intérêt du gain d'espace. Pour Martine Silber « quand on travaille dans un journal, la place est limitée ». Même discours chez Philippe Chevilley « les contraintes effectivement c'est que pour tout ce qui est papier journal tout ce qui est *print*<sup>144</sup> on a des maquettes très stricte. [...] Alors on participe à la fois au quotidien<sup>144</sup>, au supplément week-end<sup>145</sup> et a « Enjeux, les échos<sup>146</sup> » qui est notre mensuel, et dans chacun des supports on est contraints par la place on a des maquettes très précises. Dans le quotidien grosso modo on a une colonne par jour, ce qui équivaut à deux papiers d'environ 40/45 signes, dans le week-end on a une page [...] On a des papiers assez calibrés en fonction aussi des pubs, qu'on peut avoir dans le week-end. Sur le quotidien, la colonne ne bouge jamais, il n'y a pas de pub dans une colonne, mais dans la page du week-end il peut y avoir des pubs, donc ça fait évoluer quand même un peu, ça réduit un peu la place parfois. Mais on a aussi des portraits, différentes choses aussi dans le weekend, donc c'est quand même plus variable. Et *Enjeux les Echos* c'est pareil c'est un article culture de 40 [lignes] tous les mois ». En effet du fait des maquettes des journaux et de la place pré-accordée aux articles, le calibrage des signes et du format est un facteur important. Les professionnels du monde du théâtre sont conscients de cette limite et de l'apport des blogueurs dans ce domaine, comme en témoigne Daphné de Gironde, Attachée de Presse et Chargée de Production depuis dix ans au Café de la Gare « ils sont plus libres dans l'écriture de leur article car non contraints au nombre de mots et/ou à une ligne éditoriale ».

---

<sup>144</sup> Désigne l'ensemble des supports imprimés utilisés en marketing : catalogues, prospectus, mailings papier... <sup>144</sup>  
<http://www.lesechos.fr/>

<sup>145</sup> <http://www.lesechos.fr/week-end/index.php>

<sup>146</sup> <http://www.lesechos.fr/enjeux/index.php>

### C) Plus de contenu

L'un des avantages du blog est la possibilité de publier un contenu numérique enrichi. C'est-à-dire que par rapport au papier, les articles sont parfois accompagnés de fichiers son, de vidéos, de photos, ce que le format papier ne permet pas.

Néanmoins cet argument perd aujourd'hui de sa force, du fait de la mise en ligne des articles sur le site web des journaux, avec le cas échéant davantage de contenu multimédia. Au début pour Philippe Chevilley « la pratique du web était complètement liée au travail qu'on me demandait aux *Echos*, c'est à dire, c'était vraiment dans un premier temps le prolongement de ce que je faisais sur le *print* et on a commencé à nous dire « il faut se développer sur le web » donc mon travail sur le web dans un premier temps je ne le voyais pas autrement que des papiers fait sur le web en supplément ou des papiers ». Puis s'est agrégée la vidéo<sup>147</sup>. « On nous a dit [...] « ce qu'on vous demande si vous pouvez faire ces billets, ces critiques en vidéos » et on s'est aperçu que finalement ça rythmait pas mal la page web des *Échos* et que c'était assez apprécié [et] grosso-modo pour le théâtre ça représente deux [vidéos] par semaine en moyenne ». Le web est donc venu répondre à une demande des lecteurs d'un contenu journalistique enrichi. Il prend le relais du format papier en complétant le propos par un contenu numérique plus développé intégrant le multimédia se rapprochant ainsi du format de certains blogs mais, en bénéficiant des canaux de diffusion et de la force venant de la réputation d'un grand média nationaux. Avec les blogs et le web, le métier de journaliste demeure, mais son activité se transforme.

A l'ère du numérique la frontière entre le blog et le journal a tendance à devenir poreuse. Cependant, en tant que pratique amateur et donc sans impératifs autres que ceux que s'imposent le blogueurs, cette pratique de blogging a encore de beaux jours devant elle. Mais il est temps de sortir de cette opposition binaire que les médias<sup>148</sup> ont tendance à asséner, d'autant que, comme nous l'avons déjà écrit, certains blogueurs sont aussi journalistes ? Ainsi, leurs rôles ne sont-ils pas plutôt complémentaires que concurrentiels dans la mesure où l'on a d'un côté des professionnels formés aux codes de la critique (connaissances de l'histoire du théâtre et des spécificités de la mise en scène) et de l'autre un passionné averti ?

---

<sup>147</sup> <http://videos.lesechos.fr/news/culture>

<sup>148</sup> Didier Houth « La guerre blogueurs contre journalistes a commencé » publié le 30/01/2013 : [http://www.lexpress.fr/actualite/medias/la-guerre-blogueurs-contre-journalistes-a-commence\\_1214750.html](http://www.lexpress.fr/actualite/medias/la-guerre-blogueurs-contre-journalistes-a-commence_1214750.html)

RÉGIS SOUBROUILLARD « Journalistes contre blogueurs : la guerre de la toile », Mercredi 9 Juillet 2008 : [http://www.marianne.net/Journalistes-contre-blogueurs-la-guerre-de-la-toile\\_a89084.html](http://www.marianne.net/Journalistes-contre-blogueurs-la-guerre-de-la-toile_a89084.html)

### 3) Sortir de l'opposition blogueurs vs journalistes

#### A) Des complémentarités

Pour *United States Of Paris* « un blog est une alternative, une deuxième lecture, un avis de spectateur argumenté, une vision décalée ou le premier papier écrit sur une jeune pièce, un nouveau spectacle qui n'a pas réussi à attirer la presse [...] Certaines critiques de presse (*Les Inrocks...*) peuvent vraiment induire en erreur un curieux comme moi. Il m'est arrivé d'aller voir un spectacle, une pièce, suite à une critique presse et d'avoir été déçu, et aussi furieux d'avoir perdu mon temps ». Ainsi le blog peut donner un deuxième avis par rapport aux journalistes, qui peuvent avoir déçus leurs lecteurs à une ou plusieurs reprises.

La complémentarité entre blogueurs et journalistes s'expliquent notamment par leurs différentes évaluations. Ces deux profils produisent et partagent du contenu sur divers canaux, mais il s'agit de deux types de rédactions très différentes. Un journaliste est un professionnel de l'écriture, qui s'est spécialisé sur une thématique alors que le blogueur est un passionné d'une thématique qui apprend l'écriture. Les journalistes sont formés pour écrire et synthétiser l'information. Mais la différence principale est que le journalisme est un métier d'information, tandis qu'un blog est un outil de communication et de médiation. Le journaliste est un porte-voix et il a un rôle de service public. En effet comme le précise Audrey Natalizy, animatrice du *Blog Coup de Théâtre*, « un blog c'est quelqu'un seul chez lui qui donne son opinion. Un journal est une entreprise de presse professionnalisée et hiérarchisée où les choix de sujet sont pris en conférence de rédaction et où pour écrire il faut d'abord avoir été embauché. L'un est une passion sur du temps libre, l'autre une activité salariée sous l'autorité d'un employeur ». Le blogueur est libre de s'organiser comme il le souhaite et d'employer le ton qui lui conviendra : il peut notamment écrire un article en x semaines s'il en a envie, puisqu'il n'y a pas de dead-line à respecter. La journaliste lui, a des comptes et un papier à rendre dans des délais prédéfinis et souvent courts.

Néanmoins pour le comédien Thom Throndel « il est pour moi important d'inviter autant les journalistes que les blogueurs, car pour exister, un spectacle doit être au maximum visible ». En effet si auparavant la cible principale des professionnels du monde du théâtre était les journalistes, aujourd'hui, ils doivent compter sur différents profils, dont les blogueurs. Deux profils qui ont souvent été opposés alors qu'ils sont désormais considérés comme complémentaires. Effectivement pour *United States Of Paris* « il n'y a pas de concurrence. Le

blog offre "un service", une alternative autre qu'un média de presse. Le point de vue est différent, subjectif, passionné. C'est ça que les lecteurs-lectrices recherchent ». L'article de presse a avant tout l'intérêt de la puissance de diffusion auprès des lecteurs, là où le blog va pouvoir apporter un éclairage autre, plus affectif et/ou plus approfondi dans l'analyse du spectacle.

Cette absence de concurrence apparaît par exemple dans les retweets<sup>149</sup> de la journaliste au *Pariscope*<sup>150</sup> Marie Céline Nivière<sup>151</sup>, qui n'hésite pas à partager les avis des blogueurs sur les pièces de Théâtre.



<sup>149</sup> Partage sur Twitter.

<sup>150</sup> *Pariscope* est un hebdomadaire culturel parisien. <sup>151</sup> [https://twitter.com/mc\\_niviere](https://twitter.com/mc_niviere)

## B) Des interactions

La frontière est parfois mince entre le monde des journalistes et celui des blogueurs, et les réseaux sociaux contribuent à réduire cette séparation ; premièrement le lecteur qui tombe sur le lien dans un tweet ou un post s'intéressera au contenu et non à l'émetteur du message, et dans un second cas les journalistes sont intrigués par ses articles venant de non professionnels qui fleurissent sur les réseaux sociaux.

Philippe Chevilley nous a raconté sa découverte de « ce monde parallèle », « en fait je rentre dans les blogs comme les blogueurs rentrent sur *Les Echos*, par les articles. Mais à chaque fois je trouve que c'est plutôt d'un bon niveau [...] et puis après il y a mes twittos les plus fidèles, ceux avec qui je m'entends le mieux, alors on va voir leur articles, on va voir leurs analyses. Parfois on voit effectivement des gens comme Thomas Ngo-Hong, qui a commencé comme une passion et qui en fait quelques chose de très structuré, qui va voir des tas de spectacles et qui le soir fait ses critiques avant de se coucher. Voilà c'est un vrai sacerdoce et en même temps c'est quelqu'un de 20 ans, c'est quand même assez impressionnant dans l'analyse, la maturité et la rapidité avec laquelle il [poste]. [...] Et donc on apprend à connaître des blogueurs, au début on voit des articles, des avis puis on voit qu'il y a des gens derrière des articles, des analyses, des critiques. On découvre ce monde-là et dans ce monde-là il y a une dimension affective, parce que ce réseau a le côté réseau et le côté social, parce qu'effectivement la Gladscope Party c'était d'abord quelque chose d'amicale et le fait d'être touché de rencontrer des gens qui partageaient la même passion à différents niveaux et différents secteurs. Tout ça se mêle un peu et c'est d'ailleurs assez amusant de voir comment certains blogueurs et certains twittos restent dans le secteur du spectacle et comment d'autre racontent leur vie ». L'interaction avec les blogueurs sur les réseaux sociaux se construit donc dans le cadre d'une relation, qui se conçoit sans animosité, voire même, dans l'exemple qui suit, dans la familiarité et la cordialité.



**Thomas Ngo-Hong** @thomasngohong · 21 août

[EXCLU] : j'assiste ce soir à la couturière de Georges et Georges au @ThtreRiveGauche avec @davysardou ! theatre-rive-gauche.com/spectacle-geor...

↳ Répondre ↻ Retweeter ★ Favori ... Plus



**Marie-Céline Nivière**

@mc\_niviere



Abonné

@thomasngohong @ThtreRiveGauche  
@davysardou tu me diras mardi ! Je dois attendre patiemment les générales de presses

↳ Répondre ↻ Retweeter ★ Favori ... Plus

FAVORIS

2



19:24 - 21 août 2014

Cette interactivité via les réseaux sociaux fait que, non seulement, Philippe Chevilley est, en tant que journaliste, le référent qui légitime la démarche amateur du blogueur, et en parallèle il tente de ne pas abuser de cette figure d'autorité en donnant tort aux blogueurs qui n'auraient pas la même opinion que lui ; « il y aurait un risque par exemple sur un spectacle que j'ai aimé et que le blogueur n'a pas aimé, que je réagisse en disant, « attendez c'est moi le critique, j'ai raison » et je ne veux surtout pas réagir comme ça, d'autant qu'il y a des critiques dans la presse, dont parfois on se dit « c'est n'importe quoi », parce que nous on a pensé l'inverse. Je suis en général assez diplomate et j'admets tout à fait la contradiction ».

## B) Le blogueur est-il journaliste ?

Blogueur et journaliste restent des acteurs aux parcours très différents. Comme le précise Audrey Natalizy « tous les journalistes ne sont pas blogueurs et surtout être blogueur ne fait pas de vous un journaliste. Je suis journaliste depuis dix ans et bloggeuse depuis trois ans. Mais j'essaie d'appliquer à mon blog mes techniques de journaliste ». Mais comme le dit Marie-Céline Nivière être journaliste c'est un métier, une source de revenus, contrairement à la tenue d'un blog, qui relève de la passion et de l'envie. Le journaliste a suivi une formation pour pratiquer cette activité professionnelle. Le blogueur quant à lui, a développé cette activité secondaire, du moins au départ, par passion, sans suivre aucune formation. Il donne son point de vue personnel, ouvre le dialogue en posant des questions à ses lecteurs et utilise son expérience pour témoigner et rédiger ses articles. Ainsi certains de ces blogueurs sont très passionnés et ont développés des savoir-faire journalistiques enrichis de connaissances souvent pointues sur leur domaine de spécialisation. C'est pourquoi ils peuvent être traités comme tels, par exemple lors du Festival d'Avignon<sup>151</sup>, un blogueur pourra prétendre à une carte de presse comme ce fut le cas pour L'Étoffe des Songes « Le blog me permet d'avoir une carte presse pour le festival OFF d'Avignon [...] j'ai vu tous les spectacles du OFF gratuitement, et mon conjoint a bénéficié d'un tarif pro [...] avantageux ». Malgré cela, même si un blogueur pourra emprunter à son « cousin » toutes les techniques d'écriture, de rigueur, ... il a bien conscience de ne pas être un journaliste et d'ailleurs pour lui la question ne se pose même pas. Ainsi pour Plastie & Cie, qui a « été pigiste bien avant d'être bloggeuse, [ayant] travaillé au sein de plusieurs rédactions, [...] ce sont deux métiers différents qui coexistent dans un même monde, mais [elle] ne prends pas partie dans la « pseudo-guéguerre » qui tend à les opposer. Pour [elle], un journaliste rapporte un fait de façon « factuelle » et avec objectivité là où un blogueur donne son avis sur ce même fait, c'est à dire avec subjectivité. Ce sont des métiers différents, sur des supports différents et qui touchent des publics différents ».

---

<sup>151</sup> Le Festival d'Avignon est aujourd'hui l'une des plus importantes manifestations internationales du spectacle vivant contemporain.

Alors que l'espace consacré au théâtre dans la presse généraliste se réduit comme peau de chagrin et que les médias traditionnels semblent frappés d'une crise de légitimité, les blogs sur le théâtre se multiplient, et les différentes compagnies de relations publiques ou de production profitent de ces multiples plateformes où leurs spectacles et œuvres sont présentés, analysés et évalués. Soulignons que les blogs, et Internet dans son ensemble, offrent plus de place à l'information théâtrale.

De fait, le journalisme culturel est peut-être celui qui a le plus à gagner de cette myriade de nouveaux critiques amateurs : souvent libérés des contraintes habituelles, puisqu'il n'existe pas de copie papier à envoyer à l'imprimerie, ni de contraintes d'espace, de rythme, cette critique théâtrale peut s'éclater et donc s'épanouir sous diverses formes: textuelle, certes, mais aussi vidéo, audio, photographique... Un atout qu'exploitent également les journalistes-blogueurs tout en conservant les techniques d'écriture journalistique et de transmission des informations, en bénéficiant d'une bonne exposition médiatique de par leur affiliation avec les médias traditionnels.

Les blogs ont une démarche similaire au journalisme traditionnel, cependant ils ne relèveraient pas seulement du domaine de la médiatisation mais également du domaine de la médiation, grâce à l'interaction que permet le blog. Mais il ne suffit pas que les productions des blogueurs bénéficient de nouveaux outils de diffusion pour qu'elles remplacent les réalisations des professionnels, même si les agrégateurs d'actualité (Google News par exemple) contribuent à effacer les frontières du journalisme traditionnel qui semblent dès lors malléables.

Pour finir le nombre succinct de journalistes culturels présents sur les réseaux, malgré l'offre papier honorable<sup>152</sup>, restreint de ce fait la relation Journalistes / Blogueurs. Ce chapitre visait donc à présenter des pratiques encore émergentes et essentiellement présentes en Ile-de-France, mais qui pourraient progressivement se diffuser au cours des années à venir.

---

<sup>152</sup> Citons à titre d'exemple *La Terrasse* ou bien *Théâtrale Magazine*



---

## *Chapitre 4 : De l'usage des blogs par les professionnels.*

---

La révolution numérique du web 2.0 entraîne des mutations se traduisant par l'abandon du modèle de communication verticale au profit de celui de la communication horizontale, en d'autres termes, il n'y a plus une expertise détenue par un groupe restreint, mais des points de vue énoncés par tous.

Depuis quelques années, l'essor du web 2.0 a ouvert de nouveaux horizons à la communication institutionnelle. D'abord avec le web, les théâtres ont commencé à déplacer une partie de leur communication sur des sites Internet. Internet offrait en effet, à moindre coût, une vitrine considérable, pouvant être visualisée en théorie par n'importe quelle personne qui disposerait d'une connexion à Internet... et qui en trouverait le chemin.

Les blogs se trouvent aujourd'hui au cœur d'une nouvelle forme de communication. Les blogueurs n'ont pas de compétence précises ni de diplômes particuliers ; et pourtant leur parole est devenue omniprésente. Il s'agit aujourd'hui d'une communauté qu'il est impossible de passer outre sur le web.

Et les théâtres ne doivent pas devenir spectateurs passifs de cette transformation, mais au contraire s'approprier ces nouveaux outils de communication pour montrer qu'ils restent toujours des lieux de vie où se jouent l'actualité et la modernité.

C'est pourquoi nous nous interrogerons sur le pourquoi, le comment et la manière dont les professionnels du monde du Théâtre instrumentalisent les blogueurs.

Nous serons aidés dans cette démarche par les témoignages tant des blogueurs que des professionnels avec qui nous sommes entrés en relations, via des échanges de tweets ou de mails, mais également les affirmations et retour sur expériences des membres du Laboratoire Théâtre Médiation Numérique (TMNLab<sup>153</sup>), sélectionnant les déclarations les plus représentatives. Le nombre de professionnels est volontairement restreint, d'une part parce qu'il

---

<sup>153</sup> <http://www.tmlab.com/carte-des-membres/>

ne représente qu'un échantillonnage, d'autre part parce que nous considérons que si nous arrivions à faire émerger un schéma de fonctionnement, il devait être applicable aux professionnels avec qui les blogueurs nous ont dit être en relation.

La bibliographie étant inexistante sur le sujet nous nous contenterons des comptes rendus des tables rondes du TMNLab, qui nous donnent de précieuses indications sur les relations entre les blogueurs et les professionnels.

Dans un premier temps nous verrons quels services de l'administration entrent en relations avec lesdits blogueurs, puis les événements auxquels ils sont conviés et enfin les stratégies de communication dans lesquelles entrent ces relations.

## 1) Des relations gérées par divers services

### A) Chargé de Relations Publics et de Communication, Community Manager

Un article du TMNLab préconise, que « le service des relations publiques [se charge] des blogueurs qui ne travaillent pas à titre professionnel dans les médias »<sup>154</sup>. Car comme nous l'avons vu dans un chapitre précédent<sup>155</sup> il existe des blogueurs journalistes. En effet cela entre naturellement dans les attributions du chargé des relations publiques, qui a pour principale mission de promouvoir l'image du théâtre pour lequel il travaille. Il met en place, développe et améliore des actions de promotions externes, en accord avec la stratégie fixée par la Direction. Ses fonctions peuvent s'exercer avec la presse : rédaction et diffusion d'informations, bulletins ou dossiers, organisation de conférences et visites, participation à des interviews, tables rondes et reportages. Les activités du chargé de relations publiques sont dans certains cas, notamment dans les théâtres privés, proches de celles de l'attaché de presse, en entretenant des contacts réguliers avec la presse (papier ou web) et les blogueurs.

C'est le cas par exemple de Christina Puig<sup>156</sup>, qui, en tant que Chargée de la conquête des publics et de l'ancrage territorial au Théâtre Dunois<sup>157</sup>, une Scène conventionnée Jeune Public, invite des blogueurs « Maman » depuis octobre 2013 et les blogueurs Théâtre depuis Mars 2014 : elle les sélectionne en regardant « si nous avons des intérêts communs ».

Ou encore Adrien Castelnaud, qui depuis quatre ans en tant qu'assistant de Direction<sup>158</sup> du Théâtre Saint Georges, invite « les blogueurs depuis trois ans pour faire parler du spectacle autrement que par la presse papier et pour toucher une autre public [...] j'ai commencé à inviter ceux qui avaient déjà parlé d'un spectacle du Théâtre Saint-Georges et avaient aimé bien sûr, et puis il y a eu surtout la Gladparty qui m'a permis d'en rencontrer d'autres ». Ainsi les relations se renforcent au fil du temps et des expériences.

Du côté des blogueurs c'est au tour de *United States Of Paris* de témoigner « Nous sommes en contact avec les relations publiques de la Villette, du Théâtre St Georges, Théâtre Rive Gauche, la Comédie de Paris, la Comédie Bastille, le Café de la Gare... Le CM du Théâtre du Châtelet... ». Son témoignage démontre la quantité et la diversité des acteurs et interactions qui peuvent exister entre Blogueurs et professionnels.

---

<sup>154</sup> <http://www.tmnlab.com/2014/02/14/conquerir-de-nouveaux-publics-via-les-reseaux-sociaux/>

<sup>155</sup> Voir Chapitre 1 et 3

<sup>156</sup> Pour connaître sa formation : <https://www.linkedin.com/pub/christina-puig/37/899/560> mais également <http://fr.viadeo.com/fr/profile/christina.puig>

<sup>157</sup> <http://www.theatredunois.org/site/>

<sup>158</sup> Le Théâtre Saint Georges n'a pas de chargé de communication attitré c'est Monsieur Castelnaud qui se charge de ces tâches « nous sommes un théâtre privé nous n'avons pas plusieurs personnes à la communication, nous n'avons pas les moyens ».

Le CM, acronyme de *Community Manager* (ou gestionnaire de communauté), est celui qui anime ou fédère les communautés sur Internet pour le compte du théâtre. Le cœur de la profession, profondément lié au web 2.0 et au développement des réseaux sociaux, réside dans l'interaction et l'échange avec les blogueurs (animation, modération). D'ailleurs « Permettre au CM de disposer d'un contingent de places (générales et représentations) au même titre que le protocole, la presse, la production et lui donner la possibilité de les proposer à un blogueur » est l'un des conseils des professionnels du TMNLab<sup>159</sup>.

Influence, relations et e-réputation sont les maîtres mots d'une autre figure de cet univers, le chargé des Relations Publiques digitales, qui depuis l'essor du Web 2.0 acquiert de plus en plus de légitimité. Ce communicant, adepte des nouvelles technologies et du web 2.0, a pour vocation d'entretenir les relations entre le théâtre et ses publics par le biais des solutions innovantes qui apparaissent sur Internet. Il est aussi le garant de la cohésion et de la lisibilité de l'ensemble des actions de communications menées sur le web à long terme.

Pour finir l'animatrice du blog *Coup de Théâtre* nous apprend qu'elle est « souvent contactée par les chargés de communication de théâtre, ou d'agence de communication dans le spectacle vivant (deux à trois fois par mois). [Elle a] reçu notamment des sollicitations du : Théâtre des Béliers parisiens, Théâtre Dunois, Théâtre la Fabrique MC11\_11 à Montreuil, Théâtre par le bas, Agence Rise Up<sup>160</sup>, Agence DS Communication »<sup>160</sup>. Cela nous permet d'évoquer de nouveaux acteurs, faisant leur apparition dans notre étude, les agences de communication, qui se spécialisent dans la communication culturelle suppléant ou remplaçant les services de communication des théâtres : elles sont chargées de guider les théâtres ou institution culturelle dans l'élaboration de leur communication pour « promouvoir l'image » du théâtre auprès des publics ; c'est dans ce cadre qu'ils sont amenés à entrer en contact avec les blogueurs.

---

<sup>159</sup> <http://www.tmnlab.com/2014/02/14/conquerir-de-nouveaux-publics-via-les-reseaux-sociaux/> <sup>160</sup> <http://agence-riseup.com/>

<sup>160</sup> <http://www.dscom-ci.com/services.html>

## B) Relations Presses et/ou Attachée de Presse

Relations publiques et relations presse sont le plus souvent un couple indissoluble qu'il faut gérer de façon cohérente dès le départ. Les relations presse constituent le moyen de relayer l'opération de relations publiques auprès des publics.

L'exposition et le très bon positionnement de Mordue de Théâtre et de United States Of Paris dans la blogosphère, font, qu'au même titre que les journalistes, ils ont chacun été contactés par des attachés de Presse « Je suis en contact avec quelques attachés de presse, notamment du groupe Théâtre Madeleine/St Martin<sup>161</sup>, ainsi que, depuis récemment, l'attaché de presse du Festival d'Avignon. » déclare la première ; « Des attachés de presse comme Vincent Serreau<sup>162</sup>, GB Presse<sup>163</sup>, Xavier Chezleprêtre<sup>164</sup>, Matthieu Clée<sup>165</sup>... » pour le second. Une preuve parmi d'autres qui témoignent des interactions particulières ayant lieu entre blogueurs et professionnels.

Précisons que les contacts avec les blogueurs ont lieu dans le cadre de la mission d'un Attaché de presse qui est de créer puis d'entretenir des relations avec différents journalistes ou autres vecteurs d'informations comme les blogueurs, dont les supports paraissent potentiellement favorables en termes d'audience (volume et/ou qualité). Il identifie et cherche à influencer les meilleurs vecteurs web pour porter un message : médias sociaux, communautés, forums, journalistes spécialisés, blogueurs ... C'est pourquoi depuis quelques années, les relations presse ont vu apparaître une nouvelle composante à travers les relations blogueur, qui consistent à promouvoir un spectacle auprès de blogueurs considérés comme influents.

Dans un rapport un peu différent, au vu de leur profession de journalistes, cette connexion existe non seulement d'après Audrey Natalizy qui « travaille avec quatre ou cinq attaché(e)s de presse qui défendent des pièces dans plusieurs lieux différents » mais également selon Marsupilamima : « je suis contactée tous les jours, par mail, par téléphone et par la foulditude de dossiers de presse que je reçois à la maison. Ce sont les attachées de presse. [Qui me contactent car] je suis toujours journaliste et considérée comme telle ». Ici le cas de figure de la relation est différent puisque ces contacts ont lieu dans le cadre d'une double activité Journalistes et Bloggeuses.

D'après les nombreux témoignages que nous avons obtenus au cours de notre enquête, les « relations blogueur », qui s'établissent entre professionnels du monde du Théâtre et blogueurs, sont devenus une composante importante des relations presse, car dans le domaine

---

<sup>161</sup> Amélie Chapleau : <https://www.linkedin.com/pub/am%C3%A9lie-chapleau/2a/673/290>

<sup>162</sup> <http://vincent-presse.com/>

<sup>163</sup> <http://www.gbpresse.com/>

<sup>164</sup> <https://www.linkedin.com/profile/pub/chezlepr%C3%AAtre-xavier/17/735/657?goback>

<sup>165</sup> <http://www.switchagency.com/>

de la culture les blogueurs peuvent bénéficier d'une audience et d'une proximité avec les lecteurs supérieures à celles de certains titres de presse spécialisée. L'objectif des relations blogueur, étant d'obtenir des posts favorables sur les blogs visés.

Néanmoins d'après United States Of Paris, « il y a encore des attachés de presse récalcitrants à inviter les blogueurs. C'est le cas d'Alain Ichou, Pierre Cordier... » ce qui tend à prouver que la relation est exceptionnelle et que « tous les théâtres n'ouvrent pas encore leurs portes aux blogueurs »<sup>166</sup>. Mais surtout comme le rappelle Laetitia Heurteau « au théâtre, la relation avec les blogueurs est plus jeune et encore balbutiante ». C'est pourquoi il est intéressant d'avoir recueillis le témoignage de Plastie & Cie, qui en tant que bloggeuse Lifestyle et de par la durée de vie de son blog, a une vision différente des relations blogueur : « pour avoir vécu le passage des RP aux RP 2.0 dans l'univers Beauté par exemple, je sais que l'acceptation des blogs ne se fait ni sans douleur ni sans éducation. Il y a quelques années, les marques beauté ne voulaient pas entendre parler de nous, les bloggeuses. Aujourd'hui elles nous courtisent, nous bichonnent car elles ont mesuré l'impact que représentent les blogs et surtout compris que nous ne sommes pas des ennemis mais que nous pouvons juste travailler ensemble, en bonne intelligence. J'espère qu'un jour le Théâtre en arrivera aussi à cette conclusion et que je vivrai des choses aussi belles avec lui que j'en ai vécu et que j'en vis encore avec d'autres univers ». En effet la relation Blogueurs / Théâtres est jeune et reste à inventer.

### C) Comédiens, Metteurs en Scène, Compagnies, Auteurs, ...

Quand le spectacle à promouvoir est issu d'une production plus modeste, d'autres acteurs entrent en scène. En effet ce ne sont plus les professionnels de la communication, qui contactent les blogueurs, mais des particuliers ayant un intérêt personnel dans le succès du spectacle. Ainsi comédiens, metteurs en scène, compagnies et même les auteurs n'hésitent pas à entrer eux même en contact avec les blogueurs.

Ainsi plusieurs blogueurs témoignent de cet état de fait, Flore qui a « acceptée deux invitations via le blog, venant de compagnies » ou bien Emma de *l'Etoffes des Songes* « A Avignon, beaucoup de compagnies me contactent spontanément (une quinzaine cette année) » ; pour enfin finir sur le témoignage de *Le Théâtre Côté Cœur*, qui confirme « Quelques propositions par des metteurs en scène ou des compagnies ». Mais il s'agit de contacts directs, des messages envoyés via le blog, il existe un autre cas de figure les invitations via les réseaux sociaux.

---

<sup>166</sup> Interview de Laetitia Heurteau en date du 26/10/2014

C'est le cas notamment de l'auteur et metteur en scène, Lilian Lloyd, pour sa pièce *Joyeux Anniversaire Quand Même*, lors de ses représentations au Théâtre Les Déchargeurs, qui lançait un tweet comme une bouteille à la mer en directions des Blogueurs de sa TimeLine<sup>167</sup>.



Citons également @Cenesthesion, qui mettant en scène la pièce de Fabrice Melquiot *Autour de ma Pierre Il Ne fera pas Nuit* au Théâtre La Jonquière, invite le blogueur *Fous De Théâtre* afin d'obtenir son adhésion au projet.



Différents acteurs du monde théâtral contactent ainsi les blogueurs et il s'agira, dans une deuxième partie, de croiser les témoignages afin de disposer d'un échantillon des événements auxquels sont conviés les blogueurs.

---

<sup>167</sup> C'est le panneau dans lequel s'affichent les messages postés par les gens que le twittos suit, on parle aussi de TL. Cette TimeLine Twitter est l'enchaînement chronologique, au fil du temps, des tweets postés. Les tweets les plus récents sont en haut de page, les plus anciens sont en bas de page. Chaque twittos a sa propre timeline

## 2) Des invitations à différents événements

### A) Live Tweet et Présentation de saison

A chaque début de saison<sup>168</sup> ou fin de saison précédente les théâtres, à multiprogrammation, invitent abonnés, journalistes, et blogueurs à la présentation de sa future saison dans les locaux de son institution culturelle (ou hors les murs). Cette « cérémonie » a pour but de faire parler de la programmation des théâtres de toutes les manières possibles, et d'inciter à s'abonner dans un premier temps, sont ouvert avant les réservations individuelles, arrivant dans un second temps. Inviter Journalistes et Abonnées est une pratique coutumière, convier les blogueurs est une pratique plus récente leur permettant d'avoir une autre exposition médiatique et de toucher un public différent. Cette action tend à prouver la place de plus en plus importante accordée aux Blogs par les Théâtres.

Envoyer un mail à son carnet d'adresse est l'une des possibilités pour ce genre d'invitation, ou alors, comme l'Odéon, lancer une invitation via Twitter à Live Tweeter<sup>169</sup>(LT) pour sa présentation de saison à destination de sa communauté numérique, est une autre technique d'approche.

La stratégie digitale des théâtres intègre ici la question de la mobilité et l'exploite en lien avec son territoire d'influence. Le concept de mobilité est ici entendu en termes d'usages digitaux : les professionnels estiment qu'à court terme le nombre d'internautes nomades (smartphone, tablette) aura dépassé celui des sédentaires. Cela réinvente le rapport des utilisateurs aux réseaux numériques<sup>170</sup> mais aussi le rapport des théâtres avec leurs spectateurs. Le smartphone est dans la sphère de l'intime, à proximité immédiate et souvent constante de son propriétaire.

---

<sup>168</sup> Au théâtre, la saison théâtrale désigne la période de l'année au cours de laquelle ont lieu les représentations. Elle se distingue de l'année civile et a varié au cours du temps. Aujourd'hui elle débute en septembre ou octobre et se termine en mai ou juin, laissant aux mois d'été la période des festivals et des congés.

<sup>169</sup> Live-tweet, c'est envoyer des messages sur Twitter à propos d'un événement auquel on est en train de participer.

<sup>170</sup> Tailles des écrans, mode de consultation plus fugace, géolocalisation...



Le LT via la plateforme de micro blogging, Twitter, permet de donner une dimension supplémentaire à un événement : non seulement dans la salle en apportant une source nouvelle d'interaction, immédiatement, avant et après l'événement comme outils de médiation, mais aussi à l'extérieur puisque les internautes peuvent suivre à distance ce qui se passe dans les théâtres, voir interagissent avec les professionnels. Cette pratique favorise ainsi une nouvelle interaction scène/public, en impliquant celui-ci dans la vie du Théâtre, tout en créant un contenu partageable sur les réseaux sociaux, touchant un large public celui du théâtre qui partage les Tweets mais également chacun des abonnés des Twittos<sup>171</sup>.

C'est pourquoi comme le préconise Anne Le Gall<sup>172</sup>, Directrice de la Communication et du Développement du Théâtre de l'Avant-Scène à Colombes dans les Hauts de Seine<sup>173</sup>, un LT « ça s'organise »<sup>174</sup>. En effet il faut mettre en place des outils, par exemple s'assurer de la présence d'un réseau wifi gratuit et donc accessible à tous ; mais également des moyens humains en engageant un référent pour la soirée, pour agir sur Twitter et modérer la conversation. Assurément c'est le « public qui live-tweet : vous pouvez accompagner et favoriser le geste, le faire en parallèle depuis votre compte institutionnel... mais vous ne pourrez pas empêcher votre public de live-tweeter »<sup>174</sup>. Il faut également définir et appliquer un plan de communication<sup>175</sup>, afin de faire savoir, en amont du jour J, qu'un LT coordonné est proposé et également trouver des personnes actives sur Twitter, qui feront vivre l'événement, faisant en sorte qu'elles aient envie de venir à l'événement.

<sup>171</sup> Un Twittos est un utilisateur de Twitter.

<sup>172</sup> <http://fr.linkedin.com/in/annelegall>

<sup>173</sup> <http://www.lavant-seine.com/>

<sup>174</sup> Twitterwall, hashtag et interaction scène/public [Le live tweet en questions 1/3] :

<http://annelegall.tumblr.com/post/16916289315/twitterwall-hashtag-et-interaction-scene-public-le>

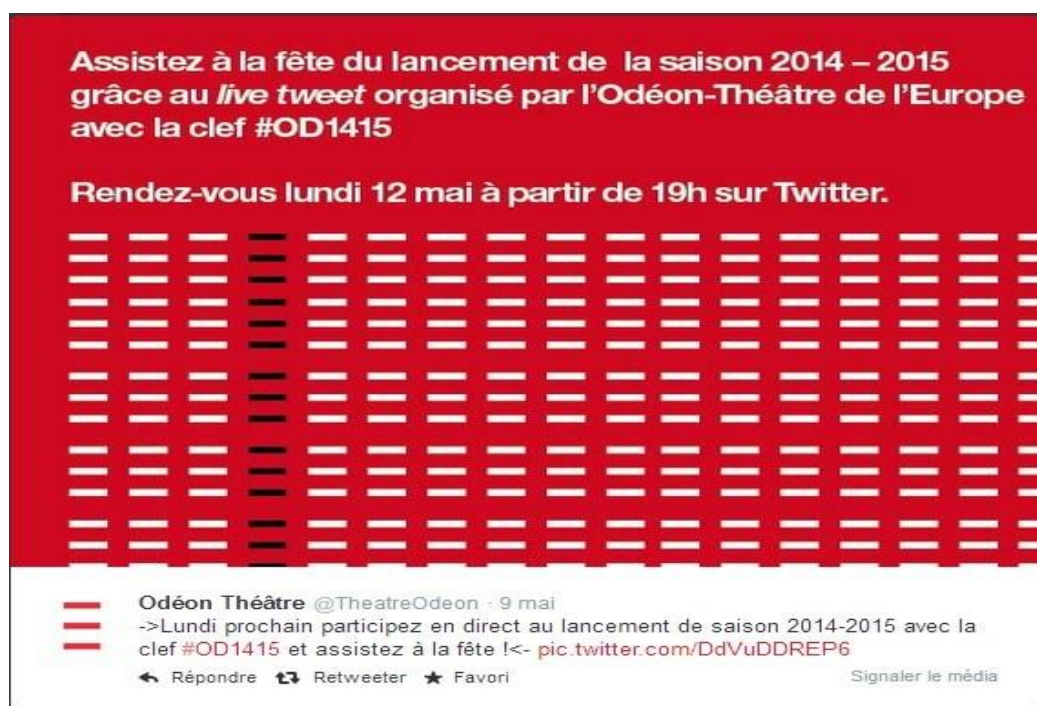
Mettre en œuvre un LT [Le live tweet en questions 2/3] :

<http://annelegall.tumblr.com/post/17559150406/mettreen-oeuvre-un-lt-le-live-tweet-en-questions-2-3>

Les 8 astuces à appliquer et erreurs à éviter [Le live tweet en questions - BONUS] :

<http://annelegall.tumblr.com/post/50586688998/les-8-astuces-a-appliquer-et-erreurs-a-eviter-le-live>

<sup>175</sup> C'est un planning des actions de communication à mener dans le but de promouvoir un spectacle.



Ainsi, après avoir invité sa communauté virtuelle, dans un Tweet daté du 23/04, à se joindre à elle, IRL (In Real Life / Dans la vraie vie), l'Odéon enjoint les autres à suivre le lancement de la saison via le hashtag<sup>176</sup> Twitter #OD1415<sup>177</sup>.

Ici le Théâtre de l'Odéon a travaillé sur Twitter pour faire connaître son initiative et inviter sa communauté Twitter et certains blogueurs à assister à son événement. Ceci est un travail de moyen terme : le théâtre avait, au préalable, repéré des interlocuteurs fidèles, avec qui il échangeait régulièrement et qui étaient intéressés par le théâtre, ce que prouve le Tweet de Thomas Ngo-Hong publié avant l'invitation officielle. A cet effet un « dispositif blogueur » avait été mis en place par le théâtre, avec un secteur dans la salle qui leur était réservé, et une très grande disponibilité à leur rencontre, allant même jusqu'à fournir un Smartphone à *Théâtrices* suite au déchargement de la batterie du sien. L'avantage d'inviter les blogueurs à ce genre d'événement c'est qu'ils fédèrent une communauté<sup>178</sup> déjà acquise au théâtre, des théâtres qui sont possiblement un public Cible pour ledit théâtre c'est à dire jeune et actifs sur les réseaux. De plus toutes les personnes invités à LT sont un public qui vie avec Internet susceptible d'être plutôt lecteur de blogs que de Journaux.

Ce genre d'événement a pour avantages de fédérer une communauté virtuelle, valoriser l'action des internautes / publics / blogueurs, récompenser les habitués ...

<sup>176</sup> Le hashtag, c'est une balise. De l'anglais, tag pour étiquette, accroche ou marque, et hash pour hacher. C'est un mot-clé - rendu reconnaissable et cliquable par l'ajout du symbole # - qui permet de suivre un flux de conversation.

<sup>177</sup> <https://twitter.com/hashtag/od1415?f=realtime&src=hash>

<sup>178</sup> Rassemblent une communauté autour d'un intérêt communs, le Théâtre.

## B) Compte Rendue de Pièces/Spectacles

Autre événement, plus classique celui-là, qui se rapproche des articles des journalistes, le compte rendu de Spectacle, les articles des blogueurs sur leur site étant majoritairement des critiques / avis sur des pièces vues.

« Des initiatives ont été menées envers certains blogueurs en leur proposant de venir voir un spectacle et/ou visite des coulisses / moment un peu VIP dans le but d’obtenir un compte rendu. [...] En misant sur une politique d’invitation ciblée, de visite des coulisses, du choix avisé du spectacle que l’on va proposer et du côté exclusif de cette proposition, on cherche à ce que le blogueur rédige une annonce ou un compte-rendu »<sup>179</sup>.



*Tweet de @Lactimelle // Plume  
Chocolat suite à son Invitation au  
Laurette Théâtre par une Compagnie*

A cet effet, il n'est pas rare qu'un blogueur reçoive des invitations, parfois même pour la couturière<sup>180</sup>, pour telle ou telle représentation, dans tel ou tel théâtre. C'est le cas du Théâtre Dunois qui invite les blogueurs pour les «Nouveaux Spectacles », ou bien Thom Throndel « dans le but d’avoir des critiques du spectacle plus travaillées que les critiques des spectateurs sur les sites de réservations, et surtout sous forme d'article ».

<sup>179</sup> <http://www.tmnlab.com/2014/02/14/conquerir-de-nouveaux-publics-via-les-reseaux-sociaux/>

<sup>180</sup> On appelle la couturière l’avant-dernière répétition d’une pièce de théâtre, celle précédant la générale. Le nom vient du fait qu’elle permettait aux couturières de faire les dernières retouches aux costumes.

Un système d'invitation qu'Audrey Natalizy trouve tout à fait dans l'ordre des choses « Là on me donne juste un accès privilégié à une pièce, un comédien, un metteur en scène pour que je puisse faire mon travail au mieux ». Même discours chez *Marsupilamima* « en tant que journaliste, je reçois comme je l'ai dit des tonnes d'invitations. [Cela est considéré] comme une possibilité pour assister aux spectacles. Comme je suis retraitée, c'est même la seule possibilité de pouvoir continuer à exercer mon métier (je ne pourrais pas payer autant de places de spectacles). Et donc, pour les gens qui m'invitent, je fais mon métier (bénévolement...) ». Mais toutes deux sont dans une optique journalistique et voient leur blog comme une continuité de leur travail.

Autre cas de figure, celui du Théâtre Coté Cœur qui « malgré les sollicitations croissantes [...] fait [ses] choix en fonction de [ses] goûts pas en fonction de la gratuité des places ». En effet le choix est important pour un blogueur cela semble évident qu'il écrira « mieux » s'il parle d'un spectacle qu'il avait une réelle envie de voir et non parce qu'il a répondu arbitrairement à une invitation parmi tant d'autres. C'est pourquoi Plastie & Cie « décline presque toujours les invitations [pour la plupart mal ciblées]. En revanche quand j'ai envie de voir un spectacle pour le chroniquer sur le blog, c'est moi qui contacte les RP en direct pour obtenir des invitations ». Une sollicitation de la part des blogueurs qui se fait encore rare, qui d'après les témoignages est due d'une part à un sentiment de manque de légitimité et d'autre part à l'attitude des professionnels eux-mêmes, comme le témoignage USOP un peu plus haut.

Enfin, pour *Plume Chocolat*, la perception qu'elle a de ce système est différente « je ne suis pas forcément à l'aise avec l'aspect donnant-donnant du système « obligeant » à faire une critique et de préférence obligeante. Je n'ai accepté que pour deux spectacles en lesquels je croyais réellement (même si je prenais un risque quand même) ». Bien que le TMNLab ai remarqué qu'« Il semble aussi important d'accepter et respecter une certaine sensibilité chez le blogueur. [...] ; il faut lui laisser l'espace de parler ou de ne pas parler de son expérience » il semblerait qu'au vu du Témoignage de Flore cela ne soit pas forcément respecté. On entre ici dans la question de l'éthique des blogueurs, entre ceux voulant conserver une indépendance et ceux écrivant des articles de complaisance sous la pression des Attachés de Presse. Ce fut le cas pour Thomas NgoHong par exemple qui avait rencontré des problèmes suite à un article négatif, il avait consulté Philippe Chevilly à ce sujet « je lui avais dit [...] de leur rappeler de respecter le travail qu'il faisait. C'est un risque mais c'est très intéressant pour les blogs parce que la résistance aux diverses pressions, à ce type de pression fait que, en résistant, ils auront leur crédibilité. Et sur le long terme, pour le lecteur bien sûr mais pour le théâtre aussi c'est...normalement si les gens sont intelligents et raisonnent sur le long terme, un blog qui dirait tout le temps c'est bien, les gens ne le liraient plus ». L'indépendance et la liberté d'expression est un sujet qu'il connaît bien, de par son expérience il a une certaine lucidité sur la situation « j'ai vu à plusieurs occasions qu'on laisse entendre qu'un blogueur ne serait plus invité parce qu'il avait fait une critique très méchante d'un spectacle ».

Cette pression est ressentie par la majorité des blogueurs comme le prouve cette conversation.

**DEB** Déborah Longuet  
@OrooshNotuge

Les 9 règles d'or pour des relations blogueurs réussies [oxygen-rp.fr/blog/2013/09/l...](http://oxygen-rp.fr/blog/2013/09/l...)

RETWEETS 3 FAVORIS 5

11:55 - 15 sept. 2014

Répondre à @OrooshNotuge

**Gladsoope** @gladsoope - 15 sept.  
@OrooshNotuge Certains RP devraient en prendre de la graine ! J'ai été pas mal déçue ces derniers temps, et un peu démotivée.

**Déborah Longuet** @OrooshNotuge - 15 sept.  
@gladsoope J'ai eut pas mal de témoignage dans ce genre pour mon mémoire cc @Alexandre\_Sim

**Gladsoope** @gladsoope - 15 sept.  
@OrooshNotuge @Alexandre\_Sim On se sent parfois utilisé, pas forcément remercié et notre passion perd de son sens premier. Pas cool !

**Laotimelle** @Lactimelle - 15 sept.  
@gladsoope @OrooshNotuge @Alexandre\_Sim Je suis assez d'accord. Surtout ceux qui ont le culot de te demander de communiquer plus sur eux

**Gladsoope** @gladsoope - 15 sept.  
@Lactimelle @OrooshNotuge @Alexandre\_Sim Ou ceux qui te sollicitent énormément pendant une période...

**Gladsoope** @gladsoope - 15 sept.  
@Lactimelle @OrooshNotuge @Alexandre\_Sim ... puis te disent non un peu plus tard qd tu demandes gentiment une invitation.

**Laotimelle** @Lactimelle - 15 sept.  
@gladsoope @OrooshNotuge @Alexandre\_Sim Honnêtement, je n'ai jamais demandé la moindre invitation. J'ai peur d'y perdre ma liberté.

**Gladsoope** @gladsoope - 15 sept.  
@Lactimelle @OrooshNotuge @Alexandre\_Sim J'ai du le faire deux fois en tout ! Et on ne m'y reprendra plus :-)



Discussion initié bien malgré nous, incluant la Bloggeuse Gladscope, Plume Chocolat, Crises et Spectacles, Le Blogueur United States Of Paris et Christel Bouby Chargée De Relations Publiques au Théâtre Des Champs Elysées

Cette discussion nous présente le ressenti de certains blogueurs devant certaines incivilités de la part des professionnels du monde du théâtre. La relation ne se fait donc pas sans heurts et l'éducation au RP.20 et/ou aux relations blogueur semble encore à faire.

c) Rencontre Blogueurs/Acteur/Metteur en scène/ Auteur



*Tweet de Daphné de Gironde Attachée de Presse faisant suite à un Mail*

« Nous avons assisté à des rencontres avec les équipes artistiques au Théâtre St Georges. Très très bon souvenir avec l'équipe de *Même pas vrai*<sup>181</sup> (comédiens, auteurs et réalisateur...) » témoigne *United States Of Paris* en effet le Théâtre Saint-Georges invite les blogueurs « pour des rencontres, questions/réponses avec la troupe ».

En ce qui concerne cette fameuse rencontre avec l'équipe de *Même Pas Vrai*, elle a eu lieu le 11 Novembre 2013 dans les locaux du Théâtre, cette date avait le double avantage d'être un Lundi, jour de relâche, mais également un jour férié, ce qui rendait le maximum de personnes

<sup>181</sup> Suite à cette rencontre a été publié sur le site un billet annonce avec des éléments glanés pendant la rencontre : <http://blogs.paris.fr/unitedstatesofparis/2014/01/07/humour-meme-pas-vrai-avec-bruno-madinieret-raphaeline-goupilleau-au-theatre-saint-georges-paris/>

disponibles pour cet événement. De même, les invitations avaient été lancées en Message Privé sur Twitter plus de deux semaines avant le rendez-vous, ce qui laissait le temps aux blogueurs de s'organiser.

Cette rencontre a été appréciée de la plupart des blogueurs, notamment par *Esprits Paillettes* qui dans son article relatant cette rencontre écrira « Rares sont les théâtres parisiens prêts à ouvrir leurs portes aux blogueurs. Mais tel n'est pas le cas du Théâtre Saint-Georges qui a reçu récemment une trentaine de blogueurs théâtraux. Sur scène, l'équipe de la pièce *Même pas vrai!* au complet était prête à répondre aux questions de cette nouvelle génération de journalistes qui twitte plus vite que son ombre. »<sup>182</sup>.

Si tous les blogueurs invités n'ont pas écrit sur cette rencontre, cela a néanmoins créé une attente, puisque les articles d'avis sur les pièces, eux, ont suivi : « Après une première rencontre avec la troupe de *Même pas vrai !* en novembre dernier au Théâtre Saint-Georges, nous étions impatients de prendre place devant cette joyeuse bande »<sup>183</sup>. Le but du Théâtre, en organisant la rencontre avec l'équipe artistique de *Même Pas Vrai !* était de convaincre les blogueurs de venir voir la pièce et d'écrire sur celle-ci, stratégie payante.

Cette initiative innovante est à mettre en miroir avec un des conseils du TMNLab qui était de « donner la possibilité aux blogueurs d'écrire sur des répétitions, contrairement aux journalistes qui n'écrivent que sur des représentations publiques »<sup>184</sup>. Ces initiatives ont pour but de produire du « contenu de communication » en amont des représentations théâtrales et défient ainsi les problèmes de temporalité en effet « il faut aller vite si l'objectif est de remplir la salle. Souvent quand le post est publié, le spectacle est passé »<sup>185</sup>.

Dans un rapport quasi journalistique aux blogs, des possibilités d'interviews sont accordées aux blogueurs parfois sur proposition du Théâtre : un fait que nous retrouvons dans le témoignage enthousiaste de Gladscope « quand on m'a proposé d'interviewer Francis Huster et Davy Sardou pour leur prochaine pièce<sup>186</sup>, je n'en revenais pas ! J'ai même attendu un certain temps avant d'en parler autour de moi tellement cela me paraissait fou. Et puis plus le rendez-vous se précisait, plus l'excitation montait »<sup>187</sup>. Laetitia Heurteau est également communicante, sous cette « casquette » elle invite les blogueurs « pour leur faire découvrir des artistes et parler autrement de l'évènement, sous forme d'interview ». En suscitant l'enthousiasme du blogueur le théâtre s'assure une critique élogieuse. Parfois sur demande du blogueur « Des interviews [...] selon mes envies. C'est toujours moi qui sollicite. Je n'aime pas que l'on me force la main pour

---

<sup>182</sup> <http://www.esprit-paillettes.com/theatre-rencontre-en-avant-premiere-avec-lequipe-de-meme-pas-vrai/>

<sup>183</sup> <http://blogs.paris.fr/unitedstatesofparis/2014/02/12/critique-meme-pas-vrai-de-nicolas-poiret-sebastienblanc-au-theatre-saint-georges-ecriture-efficace-humour-decapant/>

<sup>184</sup> <http://www.tmnlab.com/2014/02/14/conquerir-de-nouveaux-publics-via-les-reseaux-sociaux/>

<sup>185</sup> <http://www.tmnlab.com/2014/02/14/conquerir-de-nouveaux-publics-via-les-reseaux-sociaux/>

<sup>186</sup> *L'affrontement* au Théâtre Riva Gauche, une pièce de Bill C. DAVIS Une mise en scène de Steve SUISSA.

<sup>187</sup> <http://gladscope.fr/blog/2013/04/28/interview-de-francis-huster-et-davy-sardou-pour-laffrontement/>

une interview qui ne m'inspirerait pas ». Les interviews ont l'avantage de générer des publications qui ne peuvent apporter qu'un plus à la promotion de la pièce puisqu'il n'y a pas de jugement de valeur, tout en créant un rapport de proximité avec les comédiens, en donnant envie de voir la pièce.

#### D) Des Concours

Il arrive, que les Théâtres, en sus d'inviter le blogueur lui-même, peuvent également mettre à disposition dudit blogueurs des invitations à faire gagner à ses lecteurs. Cela permet de récompenser le blogueur et ses lecteurs mais également de truster un public attiré par la gratuité, qui pourra éventuellement revenir par la suite. Néanmoins les commentaires de Plastie & Cie tend à atténuer ce genre de pratique « les "concouristes" jouent mais ne lisent (99 fois sur 100) AUCUNE autre page du blog, et souvent ne lisent même pas vraiment l'article de concours lui-même (le temps de présence sur la page l'atteste), et surtout ils ne reviennent pas. Donc les concours sont efficaces au sens où ils "font plaisir" (aux marques, aux théâtres) sur le moment car l'article est alors très commenté (ce qui, pour la marque ou le théâtre signifie très lu alors que ça n'a rien à voir), mais n'apportent RIEN au blogueur à court ou à long terme [...] De plus, les concours théâtre sont « limités » (géographiquement, il faut être ou pouvoir se rendre à Paris) et personnellement je n'en fais que TRES occasionnellement, aussi parce que j'ai eu une expérience un peu compliquée ». Les derniers propos plutôt remontés de notre bloggeuse tendent encore à prouver que la relation blogueur est dans le théâtre encore à construire.

#### E) Visite Privée d'un Théâtre

Enfin, il n'est pas rare qu'un blogueur soit invité à visiter un théâtre, ses coulisses, sa machinerie, .... un privilège qui n'est pas ouvert à tous, mais qui, de la même, manière que les Interviews, génère des articles qui ne peuvent être que positif, valorisant l'image du Théâtre.

Ce fut ainsi le cas de la bloggeuse Plastie et Cie qui eut droit à « une visite surprenante du Théâtre du Palais Royal et de ses coulisses, en compagnie de son administrateur »<sup>188</sup>.

En donnant l'impression aux blogueurs d'être privilégiés les théâtres essayent de les séduire, les faire venir, et espèrent des articles positifs. Certains théâtres soignent ainsi leur relation avec les Blogueurs.

---

<sup>188</sup> <http://www.plastieetcie.com/blog/les-coulisses-du-theatre-du-palais-royal/>

*Théâtrices* remarque que « généralement, les théâtres ayant recours aux privilèges pour les blogueurs sont également ceux qui sont les plus actifs sur les réseaux sociaux (autrement dit les théâtres ayant le mieux compris l'intérêt du web). J'ai l'impression que le théâtre privé a davantage recours à cette stratégie ». En effet, ce sont toujours les mêmes théâtres qui contact les blogueurs mais les actions se multiplient à l'attention de ceux-ci, plus nombreuses et de formes différentes, Les théâtres innovent et testent sans cesse afin que chaque acteur trouve sa place par rapport à l'autre. Comprenant l'intérêt communicationnel du blog, les théâtres ayant des relations avec les blogueurs entreprennent de nombreuses actions afin de tisser un lien solide et durable avec ceux-ci. Mais dans quels buts, quelles stratégies, que rapportent au Théâtre ce genre d'interactions ? C'est ce que nous allons découvrir dans une Troisième et dernière partie.

### **3) Les raisons d'une relation avec les blogueurs**

#### A) Une communication peu coûteuse et différente

La conjoncture économique actuelle du spectacle vivant et les différents statuts des salles de théâtre rendent les budgets disparates. Pour les théâtres ne disposant pas de gros budget ou devant faire des économies de budget pour la communication, il faut avoir recours à des moyens efficaces mais peu coûteux. Ainsi « l'objet blog » est tout désigné pour être la plate-forme au cœur de la stratégie digitale à travers deux rapports à ce support. Il s'agit principalement pour les Théâtres de communiquer autour de leurs activités, tant internes qu'externes, d'améliorer leur notoriété et de développer leur image, mais également de convaincre, séduire et fidéliser le ou les publics ciblés, jeunes, actifs sur le Web, amateurs de Théâtre.

Première hypothèse, le Théâtre dispose de son propre blog, comme cela est le cas par exemple pour le Théâtre de L'Athénée qui qualifie le sien « d'outils d'action culturelle » ou encore pour le Théâtre des Champs Élysées (TCE) pour qui « le support du « blog » en terme de médiation et de communication nous est apparu absolument évident. Le blog est le meilleur média pour faire découvrir et connaître le lieu autrement que par notre communication institutionnelle et développer la médiation »<sup>189</sup>. Ces blogs institutionnels sont néanmoins créés dans un but communicationnel. On dévoile les coulisses et la vie du Théâtre dans une page Facebook ou un blog (le blog de l'Athénée et du TCE) pour fidéliser le public. Ainsi le format blog est devenu si populaire et accessible que les théâtres eux-mêmes l'utilise pour communiquer.

---

<sup>189</sup> <http://www.tmnlab.com/2014/04/14/le-blog-du-tce/>

Deuxième cas de figure, le théâtre profite de cette manne gratuite, que sont les blogueurs, en reprenant les articles écrits sur les spectacles qui se jouent entre leurs murs. Ainsi Christina Puig du Théâtre Dunois « les diffuse sur les réseaux sociaux, et les imprime pour qu'ils soient visibles dans le théâtre » de même que le Théâtre Saint Georges « nous les mettons sur les réseaux sociaux, ou affichés dans le hall du Théâtre » ; mais également Thom Trondel, humoriste de 26 ans, invitant les blogueurs depuis 18 mois environ., qui outre présenter ces articles dans une rubrique sur son site professionnel « ils en parlent – revue de Presse »<sup>190</sup> les diffuse également « via les réseaux sociaux aujourd'hui, ces formats se partagent facilement et permettent une diffusion à grande échelle pour un coût nul ».



*Tweet de @JacquesChea à destination de @Gladscope l'informant de l'affichage d'un de ses articles au Théâtre du Lucernaire*

En effet les blogueurs publient leurs articles en mentionnant le théâtre où se joue la pièce, comme en témoigne *Mordue De Théâtre* « je tweete mes articles, et les théâtres qui me suivent les retweetent éventuellement, si l'article est bon ». L'avantage dans cet échange réside dans le fait que le Théâtre obtient ainsi du contenu afin de faire vivre ses comptes de réseaux sociaux et plus ils sont actifs, plus ils ont d'abonnés ; et l'affichage interne permet de convaincre

<sup>190</sup> <http://www.thomtrondel.fr/ils-en-parlent/>

un public, déjà curieux de cette forme d'expression artistique de découvrir des avis sur d'autres pièces de la programmation d'un Théâtre.

Néanmoins *United States Of Paris* témoigne que ce relais de l'information n'est pas toujours fait « C'est le cas notamment des chroniques faites de deux spectacles au Théâtre Rive Gauche. Pas de relais sur la page Facebook par exemple. »

Le Théâtre Saint Georges garantit lire tous les articles qu'on lui fait parvenir ne serait-ce que pour ne pas « tweeter un mauvais article ». Dans cette optique, nous avons demandé aux professionnels, qui ayant acceptés de participer à cette étude, s'ils inviteraient de nouveaux un blogueur qui aurait écrit un article négatif ... ce que répondent par l'affirmative nos professionnels « Toute critique est bonne à prendre, même mauvaise ! Un article est un point de vue, et une ouverture de débat » (Théâtre Dunois), « Oui car cela fait partie du jeu, on ne peut pas tout aimer, si on commençait à ne plus inviter les blogueurs qui ont écrit de mauvais article, tout cela n'aurait plus aucun intérêt, et puis qui dit qu'ils ne vont pas aimer la prochaine » (Théâtre Saint Georges).

Les blogueurs, constituant un canal de diffusion de l'information nouveau et différencié des canaux traditionnels (presse, radio, télévision, sites internet institutionnels) peuvent donc trouver une utilité dans l'accomplissement de la mission des théâtres. En effet pour Daphné de Gironde « les blogueurs sont beaucoup plus réactifs, plus connectés et à mon goût peut-être plus proche du public car ils sont eux-mêmes notre meilleur public et relais de l'information ». En effet le blogueur est naturellement un grand amateur de théâtre qui y va plusieurs fois par semaine, mais il est aussi relayeur de l'information et de la communication théâtrale via son blog ou les réseaux sociaux en créant son propre contenu ou en partageant celui des autres.

En relayant les articles via les réseaux sociaux les théâtres présentent une image innovante en étant présente au cœur de l'actualité Théâtrale ce qui leur permet d'avoir un contenu sans cesse actualisé à travers une communication, à peu de frais, et d'améliorer leur notoriété, leur e-réputation.

Il s'agira, dans un deuxième temps, de voir comment les théâtres développent, élargissent et fidélisent leurs publics à travers ces nouveaux modes de communications. Disposant d'un vivier de publics plutôt plus âgé que la moyenne, les théâtres ont bien compris que la conquête de nouveaux publics passait évidemment par les jeunes, et en cela, il fallait aller les chercher là où ils sont, sur Internet (réseaux sociaux et Blogs).

## B) Une stratégie de conquête de nouveaux publics sur les réseaux sociaux

Le web 2.0 apporte depuis quelques années une nouvelle dimension : celle d'aller chercher les internautes sur un terrain qui leur est très familier, qu'ils partagent entre autres avec leurs amis et relations informelles. Un terrain sur lequel le « potentiel de viralité » et de « bouche à oreille » est exacerbé, puisque le principe sous-jacent du web 2.0 est le partage d'information et les relations entre les individus. La persistance et le fourmillement de cet écosystème ainsi que des nouveaux usages qui en sont faits, et leur ancrage, toujours plus grand, dans le quotidien des quidams et des théâtres, semblent affirmer l'existence des blogs en tant que nouveau paradigme de communication, destiné à accompagner l'évolution de la relation public/théâtre.

Les blogs, par leur importance grandissante en matière de diffusion de l'information dans l'écosystème virtuel actuel, revêtent une importance cruciale pour les théâtres, à la fois en terme de communication et de médiation. Démarcher les blogueurs et être présents sur les réseaux sociaux permet un décroisement entre les disciplines et surtout la diffusion de l'information auprès de nouveaux publics potentiels. Cela peut permettre de diffuser l'information, et d'augmenter / renforcer la notoriété. Dans une optique d'ouverture de la culture à des nouveaux publics l'important est d'avoir un vrai projet à proposer, de créer un lien, tant réel que virtuel, d'où l'importance des rencontres IRL, comme la Gladparty par exemple. Ainsi les blogueurs s'associent à la médiation, en effet un individu lambda qui « parle » à un public lambda afin de convaincre ce même public, celui de son blog de devenir potentiellement celui d'un Théâtre. Mais lorsqu'un professionnel partage l'article d'un blogueur la relation s'inverse, c'est l'internaute du compte dudit professionnel qui a une porte d'accès au blog, une réciprocité s'instaure alors. L'important est de fédérer les publics, blogueurs compris, autour des contenus publiés pour la promotion des spectacles sur les réseaux sociaux, afin que les abonnés partagent l'information et qu'ainsi les théâtres étendent leur sphère d'influence et d'information.

Ainsi dans une optique de déclencher des réservations le Théâtre Rive Gauche accorde des avantages aux abonnés de ses réseaux sociaux, soignant ainsi la relation public/théâtre via lesdits réseaux.

Cependant, la présence d'un théâtre sur un réseau social est-elle suffisante pour toucher des publics nouveaux ? Rien n'est moins sûr. Suivre l'activité de n'importe quelle entité sur un réseau social requiert une démarche active de la part de l'internaute, si minime soit-elle : il doit déclarer son intérêt pour celle-ci en « aimant » la page Facebook ou en décidant de « suivre » l'organisation sur Twitter, par exemple. De prime abord donc, il est difficile de conquérir sur les réseaux sociaux un public qui ne s'intéresse pas au théâtre en général, sans travailler à susciter cet intérêt. Il doit donc préalablement y trouver un intérêt. Si cet intérêt préalable n'existe pas, ou si l'institution ne trouve pas le moyen de le susciter, l'internaute n'accèdera

pas à son espace et à ses publications sur le réseau social, ou alors n'y reviendra pas. Néanmoins l'avantage des blogs réside, pour le comédien Thom Trondel, dans le fait que « les lecteurs des blogs sont pour la plupart des habitués du théâtre, qui sortent fréquemment, et qui peuvent donc se laisser convaincre plus facilement qu'un lecteur lambda », cette relation est pour lui l'occasion d'avoir accès un véritable public potentiel pour qui la barrière mental d'aller au Théâtre n'est pas infranchissable. Et c'est une stratégie qui pour lui est payante « j'ai déjà eu des spectateurs qui m'avouent à la sortie avoir lu un article sur mon spectacle sur un blog qui leur avait donné envie de venir ! Et quand ils ne regrettent pas leur choix, c'est que tout le monde est gagnant, l'artiste, le public, et le blogueur ! ».



Le Tweet ci-dessus émanant de Marine Stisi, chargée de relations publiques au Théâtre Les Bouffes du Nord, prouve l'influence que peut avoir un blogueur sur son lecteur, en effet sur les conseils de Thomas NgoHong elle est allée voir *Stupeur et Tremblements* représentée au Théâtre Poche Montparnasse, dont Laurent Codaire est le Directeur de communication. Et c'est un phénomène qui fonctionne également entre blogueurs, en effet Emma de *L'Étoffe des Songes* avait lue et avait été convaincue par l'article de Flore de *Plume Chocolat*<sup>191</sup> sur la pièce *Les Elans ne sont pas des animaux Faciles* représenté au Lucernaire et elle-même avait écrit un article sur la pièce<sup>192</sup>, on revient ainsi à un constat du chapitre deux les blogueurs sont les premiers lecteurs des blogs de leur pair.

<sup>191</sup> <http://plumechocolat.wordpress.com/2014/07/30/les-elans-ne-sont-pas-toujours-des-animaux-faciles/>

<sup>192</sup> <http://www.etoffedessonges.com/2014/08/les-elans-ne-sont-pas-toujours-des.html>



Conquérir et fidéliser le public via les réseaux sociaux et les blogs est une stratégie débutante. Néanmoins l'expérience malheureuse de *Plastie & Cie*, dont elle témoigne dans notre premier chapitre, à propos de son blog *Les Pestaculaires*, lui a fait retenir quelques enseignements : « un « blog théâtre » et un « blog généraliste chroniquant occasionnellement sur des spectacles » n'ont pas DU TOUT le même public et n'ont donc pas DU TOUT le même objectif dans la promotion du Théâtre. Il est donc indispensable, pour les Relations Publiques de Théâtre, de bien connaître ces deux cibles (même si en vérité il en existe bien plus de 2, puisque chaque blog à SA cible...), tant dans leurs différences que dans leur complémentarité, pour ajuster leur communication et la rendre efficace », c'est en effet une des bases du Web Marketing. Trouver son marché cible permet de concentrer les budgets marketing et publicitaire vers ces bonnes personnes. Autre remarque la relation blogueur est un travail à long terme, elle ne fait pas de miracle, à contrario elle apporte et/ou augmente la visibilité Web d'un théâtre, d'un acteur / Metteur en scène, d'une compagnie, ...

### C) Un retour sur leur travail pour les professionnels

Il n'est pas rare, à la fin d'un spectacle, souvent d'un one-man Show ou bien d'une petite troupe ayant besoins de spectateurs, d'entendre demander de laisser des avis sur les sites dédiés. En effet l'artiste et/ou le théâtre à autant besoins de ces avis de spectateur pour corriger ce qui pourrait déplaire, que pour faire venir un public potentiel, et les blogueurs remplissent avantageusement cette fonction. Certes ils sont plus confidentiels mais leur articles sont plus fournis et argumentés que certains commentaires laconique laissé par X ou Y sur les sites de réservations en ligne, de plus en plus honnis par les professionnels qui essayent de reprendre la mains sur leurs réservations via le web sur leur propre site<sup>193</sup>, à l'image du Théâtre du Palais Royal qui s'ouvre aux avis de spectateurs avec une rubrique dédiés « Vos Avis » pour chaque spectacles..

<sup>193</sup> <http://www.aubalcon.fr/comparez-prix-tickets-theatre>

## D) Une augmentation de la visibilité sur le Web

On entre ici dans le domaine de l'e-communication et du Webmarketing. La visibilité d'un site sur internet dépend fortement de son référencement par les moteurs de recherche. Plus un site est bien référencé, plus il remonte haut dans la liste des résultats de Google, et plus son nombre de visiteurs augmente.

Tout d'abord, être facilement trouvable sur Internet permet de partager avec les internautes (et donc futurs et/ou actuels spectateurs) les informations sur la programmation, les prix, les coordonnées, .... De même, être visible permet d'être retrouvable. Les internautes qui ne retrouvent pas le site internet du théâtre après un premier achat ou après avoir été conseillé par un proche, ne vont pas chercher longtemps. Ils iront chez une billetterie concurrente.

Ainsi il existe différentes techniques pour être plus visible dans lequel les blogueurs ont leur rôle à jouer. :

- Tout d'abord les techniques de référencement directes : les articles de blog contiennent souvent des liens amenant sur le site du théâtre pour encourager à la réservation, ce qui génèrent du trafic web au bénéfice du théâtre<sup>194</sup> ;

- Puis l'utilisation de mise à jour de contenu : outre la mise à jour des sites personnel et institutionnel des théâtres par un contenu de qualité, les blogueurs créent ce même contenu, rédigent des articles et cela « gratuitement » et parfois plus rapidement....

- Et enfin des techniques communautaires :

- les réseaux sociaux : On peut utiliser les réseaux sociaux comme canaux de Vente, répondre aux spectateurs qui posent des questions, publiez du contenu intéressant, des offres spéciales. Une utilisation professionnelle des réseaux sociaux peut être un vrai plus pour la visibilité web (surtout si les internautes partagent le contenu ou les "tweets" avec des liens vers les sites internet des théâtres<sup>195</sup>). Avec un réseau social on diffuse la ligne artistique pour faire vivre les projets et acquérir de nouveaux publics via Twitter. On fédère une communauté, des spectateurs déjà conquis, des blogueurs et des curieux.

- les sites d'avis : Les internautes se renseignent avant d'acheter... Pour cela, la plupart des internautes utilisent les mêmes outils : les sites d'avis de consommateurs, comme Billet Réduc', ThéâtreOnline, TickeTac ...

En résumé plus de pages web parleront des théâtres, meilleur sera leur référencement naturel, c'est pourquoi les articles générés par la blogosphère théâtrale est un avantage certain pour les théâtres qui prendront le temps d'établir et d'entretenir des relations blogueur, afin d'inventer ensemble le théâtre 2.0 , Parce que « Au-delà de leurs articles argumentés, leurs tweets – 140 caractères enthousiastes, lapidaires ou mitigés – font le tour de la "theatrogeekosphère" de Paris en moins d'une heure, accélérant de fait la course à la visibilité sur le web pour des théâtres qui ont parfois bien du mal à suivre ce rythme »<sup>196</sup>.

---

<sup>194</sup> Ce qui attire l'attention des moteurs de recherche.

<sup>195</sup>

<sup>196</sup> <http://www.clr-graphics.fr/petit-guide-des-blogs-lusage-des-theatres/>

En conclusion la « relation blogueurs » est pris en charge par différents services, cela est dû à différents facteurs d'un côté les moyens des théâtres c'est à dire le poste de relations publiques, presse, CM existe-t-il dans tel ou tel théâtre ; mais également de l'ouverture de ceux à ses acteurs du Web.

Plusieurs initiatives et « expériences » sont menés à destination des blogueurs mais également des communautés Web en général, cela va du Live Tweet de Saison, au compte rendu de pièce, aux Rencontres et Interviews avec les équipes artistiques du théâtre ou des spectacles, aux visites privées du Théâtre, ....

Le théâtre peut en retirer plusieurs avantages en terme de communication dans un premier temps à moindre coût (du temps et une place de théâtre), de notoriété dans un second temps avec l'image positive et innovante que peut véhiculer un article valorisant, et enfin créer une communion des publics (réception isolée ou en groupe) et, dans une démarche de médiation, amener de nouveaux publics à passer la porte des théâtres, en intégrant de nouvelles problématiques sur le cross média<sup>197</sup> dans sa communication ou ses relations publiques.

Mais il est particulièrement difficile de mesurer le succès ou le retour sur investissement d'une stratégie sur les blogueurs, d'autant plus si, comme c'est le cas pour les théâtres, le but de cette stratégie n'est pas de vendre un produit mais surtout de nourrir une relation de long-terme avec une communauté et de remplir une mission de médiation. Bien entendu, si les théâtres utilisent blogueurs et médias sociaux comme un moyen de vendre des produits dérivés, des cartes d'abonnement ou des billets, ceux-ci constituent des indicateurs importants et peuvent être utilisés pour mesurer le succès de cette partie de la stratégie du théâtre. Néanmoins nous nous devons d'insister sur le point qu'à l'heure actuelle aucune étude est disponible et même possible sur le « retour sur investissement » d'une relation blogueur, de même que cela n'est pas possible avec les articles des journalistes professionnels. En effet, dans le monde théâtral, seuls les affichages dans le métro et les interventions des acteurs/metteur en scène à la radio et/ou à la télé donnent des résultats probants en termes de réservations quantifiables.

---

<sup>197</sup> Le cross média est une pratique publicitaire et marketing qui consiste à utiliser plusieurs médias pour une campagne. L'objectif d'une campagne cross média est de jouer sur la complémentarité entre les différents médias utilisés. La complémentarité recherchée dans une campagne cross média est liée à la nature du contact et au potentiel d'interactivité.

Cependant, ce n'est pas la voie qui est généralement empruntée. Les médias sociaux offrent tout de même un certain nombre d'indicateurs : nombre d'abonnés sur Twitter, de fans sur Facebook, nombre de commentaires... Facebook permet de consulter le nombre de fois qu'une page a été consultée ou partagée. Sans oublier « Twitter Analytics » qui, à l'image de Google Analytics pour les sites internet, permet de suivre précisément l'activité et la popularité d'un compte Twitter. Youtube et Flickr permettent de comptabiliser le nombre de fois qu'une photographie ou une vidéo a été visionnée. Ces indicateurs sont précieux pour suivre le succès de la stratégie 2.0 du théâtre. La difficulté réside probablement à traduire ce succès en un équivalent monétaire : quelle est la valeur d'une vidéo visionnée pour le théâtre ? Quelle est la valeur d'un échange avec un internaute sur une page Facebook ? Quelle est la valeur d'une relation de long terme avec les blogueurs ? C'est à chaque institution de répondre à ces questions.

---

## Conclusion

---

Cette étude avait pour but d'analyser les nombreux blogs dans lesquels sont affichés une compétence critique dans le domaine du Théâtre sous l'angle de leur utilisation dans les stratégies de webmarketing des théâtres.

Ce type de blog est important car il constitue un important ensemble de personnes présentant diverses compétences, et la participation de ceux-ci en tant que consommateurs à l'évaluation partagée des produits culturels. Néanmoins, on observe une tendance des blogs à la standardisation due aux plateformes sur lesquels sont construits ceux-ci. La sélection que l'auteur fait du contenu qu'il choisit de publier sur sa page révèle l'image de soi qu'il veut donner, une image maîtrisée et contrôlée jusque dans cette étude, où certains ont préférés taire leur identité, ce qui ne nous a pas empêché de dresser le portrait du « blogueur de théâtre type ». Le blogueur s'affiche alors d'abord comme un individu doté de compétences au jugement et à l'analyse, évaluant et discutant des objets théâtraux. Ainsi il consacre une part importante de son temps libre à ses passions et se réserve un budget conséquent. Il y investit un même sens de l'obligation, une même anxiété, une même exigence de résultat, que dans l'univers professionnel. Il refuse l'étiquette péjorative de l'amateurisme et souhaite que son engagement soit évalué selon les standards professionnels.

Le blog s'inscrit dans l'histoire des dispositifs de l'Internet comme le point de rencontre de deux filières de services précédemment distinct, celle des outils d'auto-publication et de communication collective, notamment les réseaux sociaux. En effet ceux-ci offrent un nombre important de services de communication, qui sont mobilisés en fonction des objectifs relationnels des Blogueurs. Le blogueur cherche à rencontrer d'une part un groupe qui partage les mêmes goûts et pratiques, une sorte de communauté de pairs qui le légitimise et d'autre part un public plus large de curieux, qui permettra tant la diffusion de sa production que l'enrichissement du débat. Pour certains blogueurs cette diffusion vise clairement à entrer en contact avec le milieu professionnel afférant à l'activité. Outre le sentiment de gratification personnelle, l'insertion dans une communauté de pairs permet aux blogueurs d'intégrer les avis, recommandations, conseils des autres dans leur propre production. Les blogs créent une véritable communauté, point de départ des échanges entre passionnées, la blogosphère. Ainsi

l'espace de publication qu'offre internet modifie les déterminants du système d'acquisition de réputation et de stratégie d'influence en faisant de l'échange constructif avec les pairs une priorité sur les verdicts des professionnels. Les nombreux moyens de contacts et d'interactions avec les blogueurs augmentent considérablement la possibilité d'échanges et de rencontres avec le lecteur. L'ensemble des blogs de théâtre, constituant la blogosphère, se caractérise comme un réseau commun d'intercompréhension. Mais les blogueurs restent toujours entourés par une nébuleuse d'autres contacts possibles, qui donne au blog une ouverture relationnelle, via les réseaux sociaux notamment, ces derniers changeant la donne en devenant les espaces de débat de la blogosphère. En effet sur le réseau, les relations sont éclatées et distribuées sur différents supports de communication interconnectés qui, constituent pour nous un cadre de participation, puisque Twitter a été notre point d'entrée sur les blogs. Ce qui change ici c'est que le blog n'est plus seulement considéré comme un outil de publication, d'information et de promotion mais surtout comme un outil relationnel faisant partie intégrante du paysage d'internet.

Ce que nous observons également c'est la complémentarité entre les réseaux sociaux, les blogs et la presse en ligne. En effet les blogueurs théâtre ne sont plus pointés du doigt comme les ennemis de la presse écrite culturelle, mais de plus en plus considérés comme complémentaires de ses faiblesses. C'est pourquoi de nombreux journalistes tentent l'aventure du blog, profitant de cette nouvelle liberté éditoriale. De plus, de par la présence de chacune des parties sur les réseaux sociaux, les deux mondes ne vivent pas en vase clos et de nombreux échanges de point de vue, de conseils et d'informations ont lieu. Toutefois la grande différence, qui subsiste entre chacun, c'est que lorsque le journaliste fait de la médiatisation, promouvant le spectacle à son audience, le blogueur fait de la médiation en partageant son point de vue et encourageant son lecteur à aller au théâtre.

Bien sûr nous n'avons eu qu'un aperçu de ces relations, car elles dépendent de plusieurs conjonctures, premièrement du fait que les journalistes soient présent sur les réseaux sociaux et que cela soit connu, mais également que ceux-ci n'aient pas d'animosité envers les blogueurs. Ici dans les observations faites, tendant vers une étude de cas, les interactions sont plutôt bienveillantes, aux regards des messages échangés.

Notre travail d'enquête nous a également amené à nous pencher sur les relations entre les blogueurs et le monde du théâtre qu'ils chroniquaient. Force est de constater que la relation est interdépendante, d'un côté il y a les théâtres qui sont en demande de contenu de communication, de « publicité » et de l'autre les blogueurs en demandent de reconnaissance de leur travail bénévole, qu'ils exercent certes pour le plaisir, mais pas sans une certaine recherche de la validation de leur activité. De plus les deux acteurs se rassemblent autour d'un même but : promouvoir le spectacle vivant et ainsi amener des spectateurs aux théâtres. C'est pourquoi, dans un contexte où les théâtres essaient de travailler sur la conquête de nouveaux publics, ils n'hésitent pas à instrumentaliser cette manne que représente les blogueurs, dont les sites personnel sont ici considérés comme des canaux de communication et de médiation, en leur offrant tout un éventail d'avantages susceptibles de les fidéliser. La relation blogueurs/Théâtres dépend surtout du bon vouloir de ces derniers et de leur présence sur les réseaux. Les premières expériences sur ces initiatives ne bénéficient pas assez de recul. Il est néanmoins de l'avis des personnes interrogées que cette démarche permet un décroisement des théâtres et surtout la diffusion de l'information auprès de nouveaux publics potentiels. A cet effet après les relatifs succès des relations avec les blogueurs spécialisés, les théâtres s'ouvrent également aux Blogueurs plus généralistes qui ont donc un public plus divers, qui peut amener également un nouveau public au Théâtre. En effet « après une année 2012 difficile, le théâtre privé parisien a repris des couleurs. En 2013, ses recettes ont progressé de 2 %, à 96 millions d'euros, et ses spectateurs de 1 % : 3 millions de personnes ont assisté à 224 spectacles, pour un prix moyen de 32 euros. Le premier semestre 2014 a prolongé ces tendances, et l'automne s'annonce prometteur »<sup>198</sup> cette embellie n'est pas seulement du fait des relations blogueurs mais également de par les nombreux projets liant numérique et théâtre dont certains font l'expérience : QR Code, selfie, concours, réductions pour les abonnés des réseaux sociaux, vidéo d'avis de spectateurs post représentations.... Néanmoins l'expérimentation de ce genre de pratique veut également dire droit à l'erreur, temps long et évolution. C'est pourquoi il y a beaucoup d'interrogations également du côté des professionnels, non seulement pour améliorer la qualité de la Relation blogueur, mais plus généralement pour faire revenir des publics au Théâtre.

Au final il ne s'agit ici que d'une étude de cas sur un « microcosme social », c'est pourquoi il serait intéressant de savoir si nos observations seraient applicables à d'autre blogosphère, celle du cinéma ou des musées par exemple.

---

<sup>198</sup> <http://www.lesechos.fr/industrie-services/services-conseils/0203822416315-la-concentration-de-sallesautour-dacteurs-clefs-se-poursuit-a-paris-1049452.php#xtor=CS1-33>



---

## Bibliographie

---

### ➤ Internet, Informatique :

- ✓ Anderruthy, Jean Noel ; *Du web 2.0 au Web 3.0. Les nouveaux services d'internet*, St Herblain : Éd. ENI , cop. 2007.
- ✓ Baruch, Thierry ; *Blog professionnel : un outil d'échange et de communication* ; Saint-Herblain : Éd. ENI, cop. 2006
- ✓ Bladier Cyril ; *La boîte à Outils des réseaux sociaux* ; préface, Loïc Le Meur ; Paris : Dunod, 2012, 188 p.
- ✓ Confino, Franck ; *Le blog territorial : nouvel enjeu de la communication locale* ; Voiron : Territorial éd., 2006
- ✓ Gervais, Jean-François ; *Web 2.0: les internautes au pouvoir : blogs, réseaux sociaux, partage de vidéos, mashups* ; Paris : Dunod, impr. 2007
- ✓ Lapointe, Pascal ; Drouin, Josée Nadia ; *Science, on blogue ! : le nouveau monde d'Internet* ; Québec : Éd. Multimondes ; Paris : diff. Librairie du Québec-DNM, impr. 2007 ✓
- Lapointe, Pascal ; *Le journalisme a l'heure du net, guide pratique* ; Canada, Les Presses de l'Université Laval, 1999 ,215 p.
- ✓ Le Meur, Loïc ; Beauvais, Laurence ; *Blogs & podcasts* ; Paris : Dunod, impr. 2007
- ✓ Parisot, Thomas ; *Réussir son blog professionnel : image, communication et influence à la portée de tous* ; préface de Philippe Martin ; Paris : Eyrolles, impr. 2010
- ✓ Reed, Jon ; *Le marketing en ligne : boostez votre activité avec le web 2.0 : sites web, moteurs de recherche, réseaux sociaux, blogs et podcasts* ; traduit de l'anglais par Laurence Nicolaieff ; Paris : Pearson, impr. 2011

## ➤ Médias et Communications :

- ✓ Antheaume Alice, *Le journalisme numérique*, Paris, Presses de Sciences Po « Nouveaux Débats », 2013, 188 pages.
- ✓ Flichy, Patrice ; *Le sacre de l'amateur : sociologie des passions ordinaires à l'ère numérique*, Paris : Seuil, 2010
- ✓ Rouquette, Sébastien ; *L'analyse des sites internet : une radiographie du cyberesp@ce* ; Bruxelles : De Boeck ; [Paris] : INA, DL 2009

## ➤ Articles :

- ✓ - Allard Laurence et Frédéric Vandenberghe « Express yourself ! Les pages perso », Réseaux 1/ 2003 (no 117), p. 191-219.
- ✓ Allard Laurence, « L'Invention de soi ? Étude de quelques Usages expressifs d'Internet – L'Exemple des Nets D'Or ; 2001 Blogues, Globalisme au Pluralisme, Montréal ✓ Beaudoin V., Velkoska J. (1999), « Constitution d'un espace de communication sur Internet (forums, pages personnelles, courrier électronique...) » Réseaux, n° 99, Internet. Un nouveau mode de communication ?
- ✓ Cardon Dominique et Delaunay-Téterel Hélène « La production de soi comme technique relationnelle », Réseaux 4/ 2006 (no 138), p. 15-71.
- ✓ Hennion Antoine, « Une sociologie des attachements », Sociétés 3/ 2004 (no 85), p. 924  
URL : [www.cairn.info/revue-societes-2004-3-page-9.htm](http://www.cairn.info/revue-societes-2004-3-page-9.htm)
- ✓ Hénaff, N., « Le blog, nouveau dispositif éditorial générateur de liens sociaux sur Internet », Document Numérique et société, actes de la conférence DOCSOC 2006, ADBS éditions, p. 199-212
- ✓ Liccope C., « Sociabilité et technologies de communication. Deux modalités d'entretien des liens interpersonnels dans le contexte du déploiement des dispositifs de communication mobiles », Réseaux, vol. 20, n° 112-113.
- ✓ Paldacci Matthieu « Le blogueur à l'épreuve de son blog », Réseaux 4/ 2006 (no 138), p. 73-107.

- ✓ Pledel, I., « La blogosphère, illusion ou réalité d'une frontière qui définit une communauté structurée et unifiée ? », Z.toulouse.iufm.fr, 2006, 16 p. Polity, Y
- ✓ Pledel I. « Le blog face à la clôture informationnelle : la délibération au service de l'apprentissage », Distances et savoirs 2/ 2007 (Vol. 5), p. 275-288.
- ✓ Pledel I., « Les blogs, les promesses d'un média à travers ses représentations collectives : illusions ou réalités à portée de clic ? », Les Cahiers du journalisme, n° 16, automne 2006, p. 252-274.
- ✓ Pledel I. ; Les nouvelles logiques d'expression : blogs et journalisme participatif, vers une e-démocratie ? ; La Démocratie à l'épreuve de la Société numérique, Editions Karthala (Ed.) (2007) 209-225.
- ✓ Rouquette Sébastien, « Les blogs « extimes » : analyse sociologique de l'interactivité des blogs », tic&société [En ligne], Vol. 2, n° 1

### ➤ **Bibliographie Internet :**

- ✓ Le rôle des amateurs (1/2) : Qu'est-ce qu'un amateur ? :  
<http://www.internetactu.net/2011/03/30/le-role-des-amateurs-12-quest-ce-quun-amateur/>
- ✓ Le rôle des amateurs (2/2) : le numérique transforme-t-il l'amateur ? :  
<http://www.internetactu.net/2011/03/31/le-role-des-amateurs-22-le-numerique-transforme-t-illamateur/>
- ✓ Quelques conseils pour réussir un Live Tweet :  
<http://www.yourastar.fr/3448/blog/medias-sociaux/twitter-conseils-pour-reussir-un-live-tweet/>
- ✓ Relations Presse 2.0 : diffuser quoi, où et comment ? :  
[http://studioventilo.fr/community-manager/relations-presse-2-0-diffuser-quoi-ou-etcomment/?utm\\_content=bufferd1fe5&utm\\_medium=social&utm\\_source=twitter.com&utm\\_campaign=buffer](http://studioventilo.fr/community-manager/relations-presse-2-0-diffuser-quoi-ou-etcomment/?utm_content=bufferd1fe5&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer)
- ✓ Le numérique réinvente la consommation culturelle : <http://www.latribune.fr/entreprises-finance/services/tourismeloisirs/20140818trib000844827/le-numerique-reinvente-la-consommation-culturelle.html?>

[utm\\_content=bufferb6435&utm\\_medium=social&utm\\_source=twitter.com&utm\\_campaign=buffer](#)

✓ Protéger son blog (et éviter les copies) :

<http://www.commentcamarche.net/faq/14292proteger-son-blog-et-eviter-les-copies>

✓ Comment le blog renouvelle le journalisme :

<http://fr.slideshare.net/phcouve/comment-le-blog-renouvelle-le-journalisme-presentation>

---

## *Annexes*

---

- Annexe 1 : Grille analytique des Blogs
- Annexe 2 : Questionnaire Type à destination des Blogueurs
- Annexe 3 : Questionnaire Type à destination des professionnels du monde du Théâtres
- Annexe 4 : Retranscription de l'Interview de Philippe Chevilley
- Annexe 5 : Liste des personnes interrogées



---

## *Annexe 1: Grille analytique des Blogs*

---

- Intitulé du blog

Qui est l' (es) auteur(s) ?

-Nom

-Prénom

-Fonction

- Le Contenu

- Quels sont les sujets traités ?

- Quel est le style et le ton utilisés dans les posts ?

- Quelle est la fréquence des posts ?

- Quels Tags (nuages) / Mots clés ?

- Nombre d'articles publiés / mois

- Nombre d'articles publiés / années d'existence du BlogY a-t-il une charte d'utilisation ?

-Oui

- Non

- Quelle est la plate-forme utilisée ?

- Engagement des lecteurs

- Combien de lecteurs

-Les commentaires sont-ils activés ? Oui // Non

-Y a t-il des commentaires ? Oui // Non

- Quels sujets génèrent le plus de commentaires ?

- Quels types de posts sont les plus populaires ?

- Quels genres de questions posent les lecteurs dans les commentaires ?

- Quelles remarques, suggestions et commentaires négatifs les lecteurs laissent-ils dans les commentaires ?

- Quels médias et *plugins sociaux* sont utilisés sur le blog ? Le blog (blogueur) a-t-il un compte Twitter ou une page facebook ? Le *plugin wordpress Sociable* est-il installé ? etc... - Quelles options de souscription le blog offre-t-il ? Flux rss, newsletter, les deux?
- Liste des Blogs en BlogRoll

- Le Design et la Monétisation

- Quel thème / design choisis ?
- Quelles Rubriques sont présentes ?
- Ils y a-t-il des annonceurs sur le Blog ?
- Y a-t-il de la publicité ?    Oui    //    Non
- Personnification / Entreprise / Anonyme
- Trouve-t-on facilement le blog sur un moteur de recherche ?
- Quelles ressources sont mises en ligne ?    Texte //    Image    //    Son    // vidéo

---

## *Annexe 2 : Questionnaire type pour les blogueurs*

---

---

- 1/ Comment vous appelez vous ?
- 2/ Sous quel nom souhaitez-vous apparaître dans mon étude ?
- 3/ Quel âge avez-vous ?
- 4/ Quelle est votre profession (si vous êtes étudiant, précisez dans quel domaine et à quel niveau) ?
- 5/ Pouvez-vous indiquer l'adresse de votre blog ?
- 6/ Quel est son nom ? Comment l'avez-vous trouvé ?
- 7/ Depuis combien de temps est-il ouvert ? Quel a été l'élément déclencheur ?
- 8/ Est-ce le premier blog que vous avez ouvert ?
- 9/ En quelques phrases, comment définiriez-vous votre blog ?
- 10/ Pourquoi avoir créé un blog sur le Théâtre ?
- 11/ Avez-vous une pratique amatrice ou professionnelle du théâtre ?
- 12/ Quel est l'objectif de votre blog ? Quel est sa ligne éditoriale ?
- 13/ A quelle fréquence postez-vous (en moyenne) ?
- 14/ Est-ce que vous avez créé votre blog dans un but professionnel ?
- 15/ Sur quelle plate-forme est-il hébergé ? Pourquoi ?

16/ Comment l'avez-vous conçu ? (rubrique, habillage, .....)

17/ Quel sont les moyens de communication que vous utilisez pour faire connaître votre blog ? Quelles passerelles vous amènent le plus de lecteurs (Réseaux sociaux, moteur de recherche, lien hypertexte) ?

17 B/ En tant que blogueur quels avantages trouvez-vous dans les réseaux sociaux ?

18/ Comment démarquez-vous votre blog des autres ?

19/ Qui sont les lecteurs ?

20/ Utilisez-vous la partie "commentaire" pour échanger avec vos lecteurs ? Si non, comment échangez-vous avec eux ?

21/ Y-a-t-il un moyen de vous contacter via votre Blog (adresse mail, formulaire de contact) ?

22/ Ces commentaires entraînent-ils une remise en question, modifient ils votre manière d'écrire ?

23/ Regardez-vous les statistiques ? Avez-vous une idée du nombre de lecteur-trice-s quotidien-ne-s de votre (vos) blog(s) ?

23 B/ Quel est l'article le plus et le moins lu ? (Avec Capture d'écran des statistiques à l'appui) 23

C/ Combien d'abonnés avez-vous ?

24/ Combien de blogs lisez-vous vous-même ? Lesquels ?

25/ Vous ont –ils influencé ?

26/ À combien de blogs participez-vous (via des commentaires) ?

27/ Si vous ne commentez pas, par quel moyen échangez-vous sur le théâtre ?

28/ Comment choisissez-vous les pièces que vous allez voir ?

28 B/ Comment choisissez-vous les pièces que vous chroniqué ?

28 C/ Quelles sont les raisons pour lesquelles vous n'écrivez pas sur telle ou telle pièce ?

29/ A quelle fréquence allez-vous au théâtre (en moyenne) ?

29 B/ Combien de pièces vues cette saison ? Combien chroniquées ?

30/ Combien de théâtres avez-vous dans vos contacts / vos favoris ou suivez-vous sur les réseaux sociaux ?

31/ Leur faites-vous parvenir vos articles ? Si oui, Comment et Pourquoi ?

32/ Êtes-vous souvent contacté par les Relations Publiques des Théâtres ? Si oui, lesquels ?

33/ Retirez-vous un avantage en nature de votre blog (invitations / Interview / visite du Théâtre / relationnel) ?

34/ Si la réponse est positive à la question précédente, Combien d'invitations avez-vous pu bénéficier depuis le début de votre blog, personnellement, par relation (invité/e par un autre blogueur), par concours, ... ?

Remarques personnelles : cette espace est le vôtre si vous souhaitez vous exprimer sur un sujet pas assez ou non abordé n'hésitez pas.



---

## *Annexe 3 : Questionnaire Type pour les Professionnels du Monde du Théâtre*

---

1/ Comment vous appelez vous ?

2/ Quel âge avez-vous ?

3/ Quel est votre Formation, votre parcours professionnel ?

4/ Quel est votre Intitulé de Poste ? Pour quel établissement ? Depuis quand y travaillez-vous ?

5/ Depuis quand invitez-vous les blogueurs dans votre établissement ? Dans quel But, quelle Stratégie ?

6/ Pourquoi les blogueurs plutôt que les journalistes ?

7/ Lors de quelles Occasions ?

8/ Comment choisissez-vous les Blogs invités ? Comment les Contactez-Vous ?

---

9/ Comment utilisez-vous les articles écrits grâce à vous sur votre établissement ?

9 B / Les lisez-vous systématiquement ?

10/ Est-ce que ceux-ci ont une influence identifiable sur les publics ?

11/ Êtes-vous satisfait des relations blogueur/Théâtre Institution ?

12/ Réinviteriez-vous un blogueur qui aurait écrit un article négatif sur un événement auquel vous l'auriez convié ? Pourquoi ?

13/ Prévoyez-vous comme certains Théâtres (Athénée, TCE, ...) d'ouvrir un blog affilié au site du Théâtre ?

Remarques personnelles : cette espace est le vôtre si vous souhaitez vous exprimer sur un sujet pas assez ou non abordé n'hésitez pas.



---

## *Philippe Chevilley*

---

D.L : Comment vous appelez-vous ?

Philippe Chevilley

D.L : Quelle est votre formation ?

Ma formation...euh... Science-Po dont l'institut politique d'étude de Paris du V°, le centre de formation des journalistes... et ensuite je suis entré directement dans une agence de presse spécialisée dans l'urbanisme et le logement puis aux Echos en 1985.

D.L : Quelle est votre poste au sein de la rédaction des Echos ?

Mon poste au sein de la rédaction est chef du service culture D.L

: Depuis quand ?

---

Depuis...euh... 2008, j'étais déjà chef aux Echos depuis une dizaine d'années, responsable des suppléments week-end de 2000 à 2008, et chef du service culture à partir de 2008.

D.L : Et comment définiriez-vous votre métier de journaliste au sein du service culturel ?

Euh...Alors aux Echos, il est en fait un peu double plus qu'il est à la fois chef de service, donc le choix des sujets et de la ligne éditoriale, nous sommes deux chefs de service et on s'est réparti le travail : L'autre chef de service, Thierry Gandillaud, s'occupe du cinéma, de la littérature française, de la musique et moi du théâtre, du spectacle vivant, de la littérature aussi, de la littérature étrangère, un peu la musique et évidemment on a aussi, alors à la fois, il faut qu'on fasse des articles sur nos différents secteurs, il faut aussi qu'on relise les articles des autres, par exemple les articles concernant les expositions, la danse, la musique classique, donc on a un travail à la fois de définition éditoriale de choix des sujets, de collecter, commander les articles de nos pigistes, dans les différents domaines, critiques. Et puis de faire notre propre article, à la fois sur le print, sur le web et même des vidéos ça fait pas mal de travail.

D.L : Euh il y aura une question sur les vidéos, je vais laisser dérouler le fil pour être sûre.

D.L : Quelles sont les contraintes imposées par le journal sur l'écriture des articles ?

Euh...il n'y a pas de contrainte euh...idéologique.

D.L : Des contraintes de signe ?

Ah des contraintes de signe, alors les contraintes effectivement c'est qu'on s'inscrit pour tout ce qui est papier journal tout ce qui est print on a des maquettes très strictes, alors d'abord on a dans le quotidien... (*Coupure à cause du service*)... Alors on participe à la fois au quotidien, au supplément week-end et à *Enjeu, les Echos* qui est notre mensuel, et dans chacun des supports on est contraint par la place on a des maquettes très précises. Euh dans le quotidien grosso modo on a une colonne par jour, ce qui équivaut à deux papiers d'environ 40/45 signes, dans le week-end on a une page alors je ne vous fais pas le détail des pages mais c'est pareil on a des papiers assez calibrés en fonction aussi des pubs, qu'on peut avoir dans le week-end. Sur le quotidien la colonne ne bouge jamais, il n'y a pas de pub dans la colonne mais dans la page du week-end il peut y avoir des pubs donc ça fait évoluer quand même un peu, ça réduit un peu la place par fois. Mais on a aussi des portraits, différentes choses aussi dans le week-end, donc c'est quand même plus variable. Et *Enjeu, les Echos*, c'est pareil c'est un article culture de 40 signes tous les mois. Euh de 40 lignes, pardon, tous les mois. D.L : Pas de contrainte idéologique donc on a jamais refusé un de vos articles ?

Enfin, idéologique, c'est pas le bon mot, mais disons que oui, on a pas de contrainte politique, on est un service aux *Echos*, les deux responsables que nous sommes avons un peu des heures de vols on a été, moi longtemps dans le journal, je connais bien notre lecteur et du coup a priori on a à la fois une connaissance assez large du monde culturel, des sujets culturels qui sont dans l'ère du temps et de ceux qui peuvent intéresser nos lecteurs. Donc on a effectivement de nous-même fait nos choix, on a jamais été contestés sur nos choix sur l'écriture des articles. On peut nous demander de temps en temps « mais est-ce que vous avez parlé de tel sujet » généralement on en a déjà parlé ou on va en parler, donc on est effectivement très libre aux *Echos*, en tout cas, en plus le fait d'être une petite équipe c'est plus facile de choisir les sujets, de définir la politique éditoriale, et euh on a donc absolument jamais de problèmes et une grande liberté, la seule contrainte qu'on pourrait avoir, elle est a posteriori, c'est-à-dire si jamais pour une raison ou pour une autre on faisait de mauvais choix à un moment donné, qui ne correspondraient pas à l'attente du lecteur ou autre, au bout d'un certain temps on nous le ferait remarquer. Jusqu'à présent ça n'est pas arrivé.

D.L : Donc vous êtes totalement libres de la pièce que vous choisissez de voir.

Absolument, disons les obligations que je m'impose sont celles à la fois de la...du pluralisme, de la diversité et de ce que je crois être les attentes de mon lecteur.

D.L : Que pensez-vous en général de la place accordée au théâtre dans les quotidiens ?

Elle est assez faible, j'ai l'impression que ça va un petit peu mieux depuis quelques temps, peut-être parce qu'on est revenu un peu à la critique. A une époque c'était très à la mode de ne plus faire de critiques et de faire des articles assez people sur les artistes, de parler de spectacles trois mois avant et je pense que les responsables de journaux se sont rendus compte que le lecteur attendait des avis sur ce qu'il pouvait aller voir et préférait qu'on lui parle des pièces notamment, quand elles étaient visibles plutôt que trois mois avant sans savoir ce qu'il allait se passer sur scène. D.L : Et la place du théâtre sur internet ?

La place du théâtre sur internet, alors j'ai du mal, je ne pourrais pas comparer avec euh... Je n'ai pas une assez grande connaissance de tout ce qu'il se passe sur le web mais il me semble que la place du théâtre sur le web n'est pas négligeable et qu'elle a tendance justement à compenser son absence sur les grands médias et les grands journaux ou du moins sa part réduite dans les grands médias.

D.L : Internet est un outil que vous avez dû apprendre à gérer, quand et comment vous êtes-vous inscrit sur Twitter et/ou les autres réseaux sociaux ?

Alors justement moi j'étais...euh la pratique en fait du web était complètement liée au travail qu'on me demandait au *Echos*, c'est à dire c'était vraiment dans un premier temps le prolongement de ce que je faisais sur le print et on a commencé à nous dire « il faut se développer sur le web » donc mon travail sur le web dans un premier temps je ne le voyais pas autrement que des papiers faits sur le web en supplément ou des papiers brouillons ou des .... Et puis le tweet c'est quand j'ai pris conscience du fait que je n'étais pas sur Facebook, que je n'avais pas envie de m'ennuyer sur Facebook parce que je n'avais pas le temps. Twitter m'a paru très simple et je me suis rendu compte qu'il y avait assez peu de critiques de théâtre qui étaient sur Twitter et que c'était une opportunité à saisir, justement pour être présent moi-même et pour avoir un lien avec des lecteurs potentiels, des lecteurs et des lecteurs à venir.

D.L : Et depuis quand vous y êtes environ ?

Alors Twitter environs 1 an, 1 an et demi, il n'y a pas très longtemps.

D.L : A propos des vidéos, comment vous est venue l'idée de faire des critiques théâtrales en vidéo ?

En fait ce n'est pas venu de moi, c'est venu du directeur en chef de la rédaction web des *Echos*, qui trouvait que nos articles apportaient quelque chose au *Echos*, que la rubrique culture était assez vivante, qu'elle permettait de sortir un petit peu le lecteur de l'économie, et il trouvait que nos présentations le matin à la rédaction donnaient envie d'aller voir les spectacles et il s'est dit dans le fond « pourquoi ne pas faire des billets filmés » et c'est comme ça que c'est venu. Nous, notre première réaction a été de dire « on ne peut pas faire des miracles en vidéo on ne va pas aller interviewer, filmer des bouts de pièces et tout ça, parce qu'on a déjà notre travail » et on nous a dit « pas du tout, c'est pas ce qu'on vous demande, ce qu'on vous demande si vous pouvez faire ces billets, ces critiques en vidéo » et on s'est aperçu que finalement ça rythmait pas mal la page web des *Echos* et que c'était assez apprécié.

D.L : Quelle est la périodicité des vidéos ?

Alors les vidéos... Alors en fait l'idée c'est qu'avec mon camarade Thierry et notre critique d'art Judith, qui est pigiste, on arrive à en faire une par jour donc grosso-modo pour le théâtre ça représente 2 par semaine en moyenne.

D.L : Est-ce votre choix personnel ou celui du journal de mettre en libre accès les articles culture ?

Non ce n'est pas personnel, c'est forcément...en fait le problème des journaux sur le web...souvent il est... Les journaux sur le web ont voulu donner tout gratuitement sur le web en aillant peur de les perdre, donc petit à petit ce qui se passe souvent dans les journaux c'est de rendre de plus en plus payant sans choquer le lecteur progressivement, et donc nous comme notre cœur de cible c'est quand même l'économie donc on le fait sur l'économie, sur le web...cela dit on a un système de consultation, je crois qu'au bout de 15 articles on est obligé de payer, donc ils ne sont pas gratuits en fait. D.L : 15 consultations par jour ?

Je ne sais plus le rythme mais je crois qu'au bout de 15 consultations... Oui au bout de la quinzième consultation c'est payant, oui c'est sur plusieurs jours. C'est vrai que par le biais du tweet j'ai tendance à rendre tous mes articles gratuits. Et je pense que par le tweet je touche des gens que je ne toucherai pas par les *Echos*, parce que les gens qui s'intéressent au théâtre ou à la lecture...En fait nos lecteurs des *Echos*, ils s'intéressent à la culture, parce que ce sont des gens éduqués, qui ont de l'argent, qui peuvent aller au théâtre et à l'opéra et c'est aussi un des critères...moi je suis un peu open-bar dans mon truc j'ai pas de soucis. Parfois je vois des débats sur les prix des spectacles, c'est vrai que pour nos lecteurs le problème ne se pose pas plus qu'on a à priori des gens qui ont les moyens d'aller voir des spectacles. Donc simplement je me rends compte que le journal même s'il est économique s'adresse à beaucoup de gens, y compris des étudiants en économie, y compris à des syndicalistes, des gens qui travaillent, des entreprises, donc si on peut attirer des lecteurs des *Echos* ne serait-ce qu'avec la rubrique culture par le

biais du tweet, c'est quand même un produit d'appel, c'est quand même une façon de faire exister notre journal à travers notre nom plus que nous on est rien d'autre que notre journal.

D.L : Et vous vous y avez trouvé votre compte dans cette publication en ligne ?

C'est à dire avec le tweet ?

D.L : Oui cet échange que ça permet avec le lectorat...

Ah oui ! Je trouve ça génial parce que justement, on sait à l'intuition parce qu'on travaille depuis longtemps, parce qu'on connaît notre lecteur, à force de le rencontrer, d'avoir des gens au téléphone on connaît effectivement et on sait comment ils réagissent globalement à notre travail, mais par le tweet c'est instantané et tout d'un coup on se rend compte que un sujet qu'on a traité en disant qu'on le fait mais qu'on le fera peut-être qu'une fois et bien si si c'est un sujet qui intéresse tout le monde visiblement et par les réseaux sociaux, on le sait immédiatement. On va se renforcer là-dedans, les *Echos* veulent se renforcer dans les réseaux sociaux.

D.L : Est-ce que ça entraîne une écriture différente de savoir que ça va être publié en ligne ? Et de mieux connaître son lectorat ?

Non. Non, non, je reste moi dans mon...justement à la limite, ça peut être un piège, c'est à dire moi je m'adresse à un lectorat particulier qui est en même temps encore une fois assez large, c'est des gens qui travaillent en entreprise etc. mais ce que je veux éviter c'est de faire trop de clins d'œil à mes twittos, ça serait s'adresser à 952 personnes, ce qui est mon nombre de followers, alors que normalement les *Echos* à priori s'adresse à 700 000 personnes, je ne dis pas que 700 000 personnes regardent la culture je n'ai pas le nombre exact. C'est à dire qu'il y a 135 000 lecteurs par le journal, majoritairement par abonnement d'ailleurs mais il y a aussi les gens qui se les passent de main en main, à l'époque on disait 700 000 lecteurs. Aujourd'hui avec le web on ne sait plus très bien. Bref tout ça pour en revenir à la question, ça ne change pas mon écriture mais ça me mène quand même à m'obliger à être encore meilleur, à être plus précis, par exemple comprendre que le tweet c'est pas innocent, quand on sort du spectacle il faut bien peser ses mots, pas dire le contraire le lendemain, et puis comme les critiques sont quand même assez courtes, plus longues que certains médias mais enfin 45 lignes c'est quand même pas énorme, ça m'oblige à faire des choix évidemment dans ce que je vais dire, à bien relire, à m'assurer que mes mots ne soient pas mal interprétés parce que tout de suite je ressens le malaise ou au contraire l'enthousiasme que peut créer une critique.

D.L : Comment s'est passée la rencontre IRL de la twittosphère et de la blogosphère ? Comment c'est passé la rencontre sur internet, comment avez-vous découvert les blogueurs, comment se sont passées ces rencontres ? Sûrement Gladys d'abord, puis fou de théâtre et les autres avec les GladParty ?

Alors c'est un drôle de mélange parce qu'à la fois il y a un côté, on reste dans le domaine professionnel et technique c'est à dire on est journaliste, on a ses papiers sur papier et un peu sur le web mais c'est toujours les mêmes lecteurs des *Echos* et puis voilà d'un seul coup en passant par le tweet on est lu par de nouveaux lecteurs qui ne lisent pas forcément les *Echos*, on se dit tiens, on est en train d'avoir à la fois de nouveaux lecteurs et de nouveaux retours sur ce qu'on fait, ça c'est très intéressant. Et donc on apprend à connaître des blogueurs, au début on voit des articles, des avis puis on voit qu'il y a des gens derrière des articles, des analyses, des critiques, on découvre ce monde-là et dans ce monde-là, il y a une dimension affective parce que ce réseau a le côté réseau et social parce qu'effectivement la Gladscope Party c'était d'abord quelque chose d'amical, et le fait d'être touché, de rencontrer des gens qui partageaient la même passion à différents niveaux et différents secteurs. Tout ça se mêle un peu et c'est d'ailleurs assez amusant de voir comment certains blogueurs et certains twittos restent dans le secteur du spectacle et comme d'autres racontent leur vie. Moi par exemple je suis inscrit comme chef du service culture, donc je ne vais pas raconter ma vie, mais en même temps il y a une convivialité qui fait que, de temps en temps, on ne peut pas s'empêcher d'avoir des petits clins d'œil de l'humour etc., et même dans la journée, avant j'osais pas, de m'émanciper un petit peu mais en restant dans mon rôle, je m'interdis par exemple de parler de politique et de chose comme ça parce que ce n'est pas mon domaine et je ne veux pas raconter ma vie non plus.

D.L : Vous faites attention à votre identité numérique ?

Oui oui voilà. Parce que je représente...alors au-delà de ma personnalité de se dire un jour « tiens là je ne suis pas très content de m'être lâché sur twitter » c'est que je suis encore une fois en mon nom et journaliste du chef culture les *Echos* donc j'engage le journal quelque part en parlant, vous savez que c'est moi, et le journal est content d'avoir des twittos, mais c'est quand même le journal que je représente.

D.L : En tant que professionnel que pensez-vous du monde amateur qu'est le monde de la blogosphère ?

Donc pour moi ce qu'il y a d'intéressant, c'est qu'il y a de tout, ça peut aller du simple amateur passionné qui donne son avis un peu comme un journal, jusqu'à l'ancien professionnel journaliste/critique, qui refait des critiques comme il faisait auparavant sur le web. Donc il y a toutes les dimensions.

D.L : Je pense que vous voyez Gilbert Jouin quand vous dites ça ?

Eh oui ou je pense que Théo Théa a dû être journaliste aussi avant. D.L

: Et Marsupilamima aussi.

Oui Marsupilamima, alors elle, elle fait quelque chose de particulier plus qu'elle fédère c'est très intéressant. Moi je suis plutôt...euh...Ceux que je vois...alors ceux que je vois je les vois plutôt par les articles, en fait je rentre dans les blogs comme les blogueurs rentrent sur les *Echos*, par les articles.

Mais à chaque fois je trouve que c'est plutôt d'un bon niveau.

D.L : En fait une phrase vous interpelle et vous ouvrez le lien du blog ?

Ou voilà, et puis après il y a mes twittos les plus fidèles ceux avec qui je m'entends le mieux alors on va voir leurs articles on va voir leurs analyses, parfois on voit effectivement des gens comme Thomas Ngo Hong qui a commencé comme une passion et qui en fait quelque chose de très structuré qui va voir des tas de spectacles et qui le soir fait ses critiques avant de se coucher, voilà c'est un vrai sacerdoce et en même temps c'est quelqu'un de 20 ans c'est quand même assez impressionnant dans l'analyse la maturité et la rapidité avec laquelle il...Euh...parce que le théâtre ce qui est passionnant, tout le monde a des avis sur le cinéma tout le monde sur le théâtre peut-être aussi mais la compétence en matière théâtrale faut jamais oublier que c'est l'expérience, c'est en voyant des spectacles qu'on sait et qu'on devient compétent et c'est pas en lisant des livres, c'est pas en visionnant, c'est en y allant et c'est tout dans le ressenti.

D.L : En affinant son regard ?

Voilà

D.L : Donc vous ne vous voyez pas menacé face aux blogueurs comme certains journalistes, les blogueurs volent le pain des journalistes ?

Ah non non, je veille même à ne pas m'en sortir...il y aurait un risque par exemple sur un spectacle que j'ai aimé et que le blogueur n'a pas aimé que je réagisse en disant, « attendez c'est moi le critique, j'ai raison » et je ne veux surtout pas réagir comme ça d'autant qu'il y a des critiques dans la presse parfois on se dit « mais c'est n'importe quoi » parce que nous on a pensé l'inverse, je suis en général assez diplomate et j'admets tout à fait la contradiction D.L : Donc vous lisez aussi vos collègues ?

Je lis mes collègues...Euh alors je ne lisais pas avant, pas beaucoup, depuis le tweet, depuis que je lis les blogs, je relis les critiques des autres. C'est à dire je me remets à lire les critiques mais toujours après, les blogueurs peut-être pas toujours parce qu'il y en a que j'aime bien savoir, mais généralement je les lis toujours après et je lis donc *Le Monde*, Fabienne Darge et Brigitte Salino, je lis *Libé*, Laurent Dessolis,

je lis *Les Inrocks*, avec lequel assez paradoxalement, parce que *Les Echos*, *Les Inrocks*, on est souvent d'accord que ce soit Fabienne Never ou Patrick Sour, pas toujours hein. Stéphane Capron mais ça c'est pour la radio, mais vous voyez c'est un blog ou un site encore assez différent. Donc en fait, je lis un petit peu tout le monde et je lis effectivement, je pense que si on est critique d'un journal, si on a été pris dans la structure d'un journal, c'est vrai qu'on a encore une fois, une expérience des heures de vols, une connaissance et un certain talent, j'espère peut-être plus de maturité et aussi un minimum de responsabilité par rapport à encore une fois un journal. On s'adresse à un certain nombre de lecteurs, on ne peut pas. Euh. Un blogueur peut se dire à la limite qu'il va parler que des spectacles qu'il a envie de parler moi c'est pas tout à fait la même chose, il y a des tonnes de spectacles où je me sens obligé d'y aller parce qu'il y a des stars, parce que les gens vont en parler etc... Mais une fois dit tout ça moi j'ai un grand respect pour les blogueurs et je ne me sens pas menacé. D.L : Vous ne remettez pas du tout en cause la légitimité des blogueurs ?

Non pas du tout.

D.L : Combien de blogs lisez-vous ? Et citez-moi ceux que vous pouvez?

Bon il y a le blog de Thomas mais c'est par articles interposés, hein, il y a...

D.L : Cette fois ci vous parlez de Fou de Théâtre ou de Thomas Ngo Hong ?

Ah oui alors c'était Thomas Ngo Hong dont je parlais, et il y a Fous de Théâtre évidemment, alors *ScenesWeb*, est ce que c'est un blog... je lis vos articles parfois (D.L : ne vous inquiétez pas même mes amies les plus proches ne lisent pas toujours) Mais je ne me souviens plus du nom du blog en revanche (D.L : Déboraconte) Ah oui ! Il y a celui de Gladscope euh... ThéoThéa il y a Marsupilamima (D.L : Théâtre côté cœur ?) Oui en fait tous mes followers, je les lis (D.L : J'ai référencé près d'une trentaine de blogs) Alors là-dedans j'en suis autour d'une vingtaine on va dire. D.L Que vous avez rencontré soit via Twitter soit la Gladparty ?

Oui, la Gladscope Party c'est bien !

D.L : Est-ce que vous écoutez parfois les conseils d'internet pour aller au théâtre ?

Sur le plan d'un critique c'est vraiment ce qu'il ne faut pas faire mais comme moi je suis du genre à ne pas me fixer de règles et de tabous en la matière, c'est vrai qu'il m'arrive sur des spectacles du privé, qui sont sortis depuis quinze jours, de regarder un peu l'avis des gens. Sachant qu'il y a un peu comme sur

les hôtels, quelqu'un qui est de mauvaise humeur et qui trouve que sa baignoire était cassée et bien au théâtre c'est un peu la même chose. Mais ça m'arrive de regarder et ça m'arrive aussi de regarder par exemple, ça m'arrive très rarement, un spectacle du privé ou tout d'un coup soit j'ai aimé ou pas aimé mais j'ai senti qu'avec le public j'ai eu un décalage et d'essayer de voir comment le public réagit. Mais à ce moment-là je ne parle pas des blogs, parce que les blogs même si c'est amateur ce sont des gens qui ont réfléchi à un moment donné, les avis avec les étoiles là c'est vraiment euh...mais parfois c'est inutile de les regarder voilà.

D.L : Si vous pensez à Billet Réduc ça donne un avis général.

Oui oui voilà. Je le fais très rarement mais parfois ça m'amuse de voir comment le public réagit. Mais encore une fois c'est vrai que nous en tant que critiques, on...il faut prendre en compte que l'avis d'un spectateur peut être très naïf, s'il va par exemple pour la première fois au théâtre et en même temps c'est vrai que moi ma règle de base de mon travail de critique, c'est qu'il faut avoir à la fois l'expérience, la compétence mais aussi le regarder comme si c'était le premier, garder la fraîcheur. Ce qui m'énerve le plus dans une critique de théâtre c'est quand untel va aller critiquer par exemple une pièce de Tom Wilson en disant « ce n'est plus ce que c'était ». Pour le personne qui y est allé pour la première fois ça ne veut rien dire, ou alors il explique il dit voilà j'ai connu Tom Wilson il faisait ça et maintenant il fait comme ça. Mais ce côté connivence avec ce microcosme de spécialistes il faut l'éviter en critique. Je me suis un peu éloigné du sujet mais...

D.L : Dites ce que vous avez à dire, je ne sais jamais comment je vais pouvoir l'exploiter mais moi personnellement ça m'intéresse.

D.L : De votre point de vu, l'avantage d'un blog par rapport à un journal et vice versa ça serait quoi ?

Alors le journal effectivement, en théorie, on a la certitude d'avoir un lecteur qui connaît et aime son journal, et qui est confronté à l'équipe qui a été mise en place, qui a été contrôlée et qui correspond à une idéologie, à une ligne éditoriale qu'il connaît etc., donc il y a une sécurité. Le blog à coté paraît...Il peut avoir un danger voilà il peut y avoir des gens qui sont...c'est difficile de choisir, ça c'est la première chose. Alors le blog...le côté positif c'est effectivement que dans les blogs on a souvent des gens jeunes et les critiques sont parfois, surtout en théâtre, un peu *Jurassic Park*, donc ça permet d'avoir un regard neuf. Des gens qui a priori n'ont pas de tabou, se lâchent, on une liberté que certains n'auraient pas forcément dans certains journaux. Paradoxalement aux *Echos*, on essaye d'être bien séant, de ne pas utiliser certains mots ou des choses comme ça, mais on n'a pas de tabou. En revanche il y a des journaux qui ont...c'est vrai que par exemple au *Figaro*, même si Armelle n'est pas du tout quelqu'un de conservateur, en plus on la connaît bien, mais je sais bien que dans certaines critiques il y a quand même

certain...euh...par moment on sent bien qu'il y a quand même une certaine idéologie dans le journal, un peu conservatrice...c'est pas mal d'être dans le...Une rubrique culture a toujours plus de liberté que..le...mais enfin quand même on retrouve de temps en temps, enfin moi je trouve, leur coloration politique. Un autre exemple, *Libération* ne va pas faire de privé par exemple, ne va pas faire de théâtre privé. Donc sur les blogs on n'a pas ces problèmes. Mais à l'inverse...voilà j'ai opposé les deux choses...Alors il y a un autre élément qui me paraît être le plus important aujourd'hui entre les critiques et les blogs, c'est que...on peut dire que le critique peut avoir ces partis pris, peut-être parfois dans le moule, de vouloir, à force de côtoyer le même milieu, défendre toujours un peu ses amis metteurs en scène...le problème du blog auquel j'ai assisté récemment parce que j'ai vu que ça se produisait, c'est que les théâtres, voyant qu'ils ont moins de critiques dans les journaux, et que, il y a quand même si on prend l'ensemble de la critique, beaucoup de gens qui sont ronchons, disons que la critique est négative, je dirais pas qu'elle l'emporte mais il y en a beaucoup, et après tout c'est...c'est marrant moi je suis un critique malgré tout considéré comme aimable même si casse de temps en temps des spectacles qui m'ont paru mauvais. Mais c'est vrai qu'il y en a qui sont plus.... Mais comme il y a moins de critiques...

D.L : Vous trouvez qu'il y a trop d'articles de complaisance sur les blogs ?

Alors, ce n'est pas ça, c'est que je pense que les théâtres ont la tentation...euh...ils ont, à raison, ouvert les portes aux blogueurs...

D.L ; Je vais vous aider, une des parties de mon mémoire s'appelle « l'instrumentalisation des blogueurs par les théâtres »

Alors il est clair que pour certains théâtres, ou même tous les théâtres, quand ils se sont payés des critiques mauvaises, ils se disent « on va peut-être se rattraper avec les blogs » parce qu'il y en a plus, ils sont plus lus et tout ça. Et donc...euh...alors moi je constate que dans la réalité il y a des gens qui sont plus enthousiastes que d'autres mais il y a des critiques très négatives quand on lit les tweets et tout ça...en revanche j'ai vu a plusieurs occasions qu'on...qu'on laisse entendre qu'un blogueur ne serait plus invité parce qu'il avait fait une critique très méchante d'un spectacle. Et ça je pense que ça peut être une tentation des théâtres, c'est à dire que...alors ça peut être un théâtre privé mais ça peut être aussi un théâtre public, l'Odéon qui commence à ouvrir ses...

D.L : C'est ce que j'allais dire, c'est pour ça que la dichotomie sur internet n'est pas la même entre théâtres public et privé parce que le privé laisse plus de place au blogueur et oui l'Odéon a de bons rapports avec ses twittos.

L'Odéon ?

D.L : oui oui

Tout à fait, donc pour l'instant, en plus ils sont habitués à priori à avoir des critiques très mauvaises parfois...la Comédie Française qui ne le fait pas et qui s'ouvre pas à grand monde d'ailleurs...et c'est assez terrible. Non ce que je vais dire c'est que...euh...ce que peuvent penser des attachés de communication et les théâtres....ils veulent attirer des gens absolument, c'est de se dire « on va essayer de compenser » mais c'est ponctuellement, sur un spectacle mauvais...si le spectacle à du monde qu'on reçoit des critiques plutôt bonnes assez équilibrées tout ça, les blogueurs qui sont invités qui diront du mal, ils s'en fichent, en revanche si il y a un spectacle qu'ils ont du mal à lancer, si les blogueurs sont systématiquement négatif, ils vont être tentés de les instrumentaliser, ça je pense effectivement que...plus que...dit autrement, je n'aurais jamais, sur le tweet j'ai pu constater, j'ai démolie le spectacle de Éric Emmanuel Schmidt assez méchamment, j'ai pas eu de tweet vengeur du théâtre Rive Gauche, j'ai juste eu le retweet d'une twittos qui disait que ce n'était pas une critique négative mais que c'était un assassinat donc euh...ils sont un peu branchés comme ça mais jamais personne n'oserait m'appeler en me disant « puisque c'est ça vous ne serez plus appelé au théâtre », nous serons toujours, le critique des *Echos*, le critique du *Monde*, le critique de *Libération*...ils essaieront toujours, même si on les démolit à chaque fois parce qu'on estime que la programmation n'est pas bonne ou qu'on a pas aimé le spectacle parce que c'est un hasard etc., peut-être qu'il pourrait y avoir des disputes très chaudes au téléphone, je pense que si Brigitte Salinot rencontre Muriel Mayette après son article sur le Théâtre des Variétés, je pense qu'elles vont s'engueuler ou que les attachés de presse le feront, mais elle dit ce qu'elle pense, mais quand même on est le critique donc on sait qu'on sera toujours réinvité. Le blogueur il est dans une situation plus fragile et euh...donc euh... moi dans l'ensemble je ne vois pas ça mais comme on est en train d'assister effectivement à une raréfaction, même si je dis que ça va un peu mieux, de la part de la culture dans les journaux, donc il en a . Euh...les blog...euh c'est vrai que les gens regardent de plus en plus les blogs donc je pense que c'est un jeu à trois en fait...il faut que, à mon avis, les blogueurs soient très vigilants, que les théâtres respectent tout le monde, c'est à dire aussi bien les critiques que les blogueurs, sans instrumentalisation n'est-ce-pas, et nous les critiques de journaux, on soit suffisamment ...comment dire proches des blogueurs pour avoir notre regard et du coup faire pression aussi. Si jamais par exemple...concrètement moi je n'hésiterais pas si jamais on interviewait après tel ou tel spectacle l'attaché de presse en disant maintenant « qu'est-ce que c'est que cette histoire vous avez.. »

D.L : Je crois que Thomas avait eu un problème après un article négatif qu'il avait écrit, appelé par l'attaché de presse, il avait répondu qu'il avait dit ce qu'il avait pensé comme d'habitude.

Oui et moi je lui avais dit, il m'avait demandé conseil, de leur rappeler de respecter le travail qu'il faisait. C'est un risque mais c'est très intéressant pour les blogs parce que la résistance au diverses pressions, à ce type de pression fait que, en résistant, ils auront leur crédibilité. Et sur le long terme, pour le lecteur bien sûr mais pour le théâtre aussi c'est...normalement si les gens sont intelligents et raisonnent sur le

long terme, un blog qui dirait tout le temps c'est bien, les gens ne le liraient plus. Donc voilà c'est important que le...faut comprendre aussi que, un théâtre quand il a une critique mauvaise quand ça se passe mal quand il ne peut pas remplir sa salle, il y a des problèmes de budget, il y a tellement peu d'argent que voilà c'est dramatique. Moi j'ai vu un directeur de théâtre public me dire « moi j'y vais pas par quatre chemins » c'était en région. Moi je prends toutes les critiques bonnes, les mauvaises évidemment je ne les affiche pas, et s'il y a juste un bon paragraphe et bien il ne prend que ce paragraphe, et ils font tout ça. Et un type vachement bien, le théâtre est formidable et une programmation formidable mais même là où il n'y a pas trop de risque d'avoir de mauvaises critiques c'est quand même bon...c'est normal qu'ils aient cette démarche là et voilà. Bon c'est un peu confus là mais...

D.L : Ce n'est pas grave ... A titre d'indication du coup, dans mon questionnaire aux blogueurs j'ai la question sur, comment choisissez-vous les pièces qui vont finir par être chroniquées ou publiées. Donc X (dans le questionnaire du blog ils choisissent s'ils apparaissent sous le nom du blog, le leur ou anonymat et si vous le voulez-vous aussi je peux mettre juste votre titre « P.C :Non, non », eux me confient plus facilement leurs statistiques de blog plus que ça touche à leur réputation « P.C : -Rire\* ») donc les avis, il y en a qui chroniquent pas seulement ce qu'ils ont aimé mais, soit pour aider quand c'est des petites compagnies, ou quand ils ont pas aimé et qu'ils étaient invités et bien ils vont dire pourquoi ils ne vont pas écrire. Donc ce n'est pas quelque chose que vous vous pouvez vous permettre.

Non alors nous...euh...alors c'est intéressant parce que au fond, si on fait un blog parce qu'on aime le théâtre on est pas non plus obligé de rendre des comptes, c'est à dire que moi à la limite mon souci c'est que, j'ai pas de temps, il faut que je fasse une sélection drastique donc en règle générale tout ce que je lis tout ce que je vois j'en parle, donc les choix ils se font très très en amont, et il est rare que j'aie vu un spectacle....et à la limite si je vais dans le...[mot manquant] voir un spectacle parce qu'à mon avis faut vraiment que j'aie vu un spectacle et que je n'aime pas je ne vais pas en parler et je pense que pour les blogueurs ça se fera encore plus facilement. Si on ne veut pas casser une petite compagnie...à la limite je vais faire un parallèle, je suis les romans étrangers, chaque année on a le jeune Américain qui sort son premier roman, si jamais au bout de cinquante pages je m'aperçois que ça ne me plaît pas je le laisse tomber en disant, à mon avis ce livre n'a pas grand intérêt littéraire qu'est-ce que je vais faire un article de 45 lignes pour dire aux gens de ne pas lire un livre qu'ils n'auraient jamais eu l'idée de lire. Donc parfois il peut y avoir ça, moi simplement compte tenu du fait que je fais un nombre limité de...je ne fais pas que le théâtre, j'en fais beaucoup, je pense que dans les *Echos* il y a plus de théâtre que dans *Le Monde* ou que dans *Libé*, parce que finalement on a des formats assez courts mais on arrive toujours à rentrer notre coude entre les vidéos et tout ça. Mais moi je fais des choix en amont et...alors mes choix c'est effectivement toutes les grosses institutions, l'Odéon, la Comédie Française et tout ça voilà tous ces théâtres-là, ensuite j'ai les théâtres privés avec les grosses cylindrées, quand on a les stars, quand on a voilà le vaudeville de l'année, je les fais et après on laisse la place au...alors oui il y a un troisième élément qui quand même est celui des *Echos* et qui. Oui...c'est que nous ont dit qu'on fait un peu la

crème de la crème et qu'il y a une limite que je ne passerais pas. Parfois on peut risquer des trucs...tiens exemple typique, il y a deux ans, trois ans on m'aurait dit, comment elle s'appelle ? Euh...Amanda Lear, jamais je ne serais allé la voir, il y a eu un buzz autour du fait qu'Amanda Lear était très drôle sur scène donc ça c'est un truc que je peux faire. D.L : Et vous êtes allés voir Divina ?

Non je ne suis pas allé le voir, mais je m'en veux parce que le lecteur, bon ce n'est pas gênant, mais le lecteur adore qu'on le prenne un peu à revers de temps en temps sur des trucs qu'ils n'attendent pas, on est censés faire quand même du boulevard chic, du théâtre privé un peu.Euh...quand même innovant, le public avec ce qu'il y a de mieux, de temps en temps je leur fous un truc comme ça un peu canaille où ils se disent tiens qu'est-ce que c'est que ce truc?

D.L : Vous voulez casser votre image élitiste ? \*taquin\*

Oui voilà et du coup les gens se retrouvent dans un autre domaine, par exemple la musique je me souviens qu'on avait été...moi j'étais un fan de la *Nouvelle Star* de la grande époque et on s'est dit une année, c'était l'année de la tortue et tout ça, on va en parler, on a fait deux ou trois articles sur la *Nouvelle Star*, triomphe absolu on avait des gens qui se sentaient soulagés de dire « ah bah... » et...

D.L : Il y avait des coming-out tout à coup

**\*rire\*** voilà donc il peut y avoir des pièces et donc les blogueurs je pense que non alors après chacun, chaque blog a un peu chacun son univers il faut rester sincère par rapport à ça, je ne pense pas qu'on puisse mettre en place un code de déontologie, dire il faudrait absolument que les blogueurs aillent voir un spectacle.

D.L : Par comparaison aux blogueurs, vous combien de pièces vous allez voir par semaine ?

Euh.... trois quatre par semaine, alors peut-être qu'il y a des périodes ou... D.L

: L'été peut-être ?

Oui en fait sur l'année en moyenne ça doit être trois par semaine.

D.L : On arrive à la fameuse question, certains journalistes ont des blogs, en ouvrir un vous-même vous a-t-il traversé l'esprit ?

Euh...l'idée ne m'a pas effleurée parce que je n'ai même pas eu le temps qu'elle m'effleure. Mais il y a un côté assez intéressant à ce niveau-là c'est que lorsque les journaux se sont ouverts à internet, au web, le premier réflexe notamment dans le domaine de la culture mais aussi pour certains journalistes plument c'est de se dire, le web c'est le blog. Et le discours qu'on tient maintenant aux *Echos* c'est de dire, attention le blog ça peut être intéressant, les gens par exemple Annie Coterman qui a fait le cinéma pendant des années garde maintenant un blog aux *Echos* mais c'est plus fort, pour un journal, d'envoyer des papiers, par exemple sur Avignon je sais que je ne vais pas pouvoir tout mettre sur le print donc j'ai déjà commencé depuis deux ans à doser ce que je vais mettre sur le print et sur le web. D'autant que sur le web on va avoir un nouveau site qui va nous mettre plus en valeur. Donc en général sur le web je fais des papiers et le blog je me dis que ça serait intéressant, ça me permettrait de raconter un peu les à côté, mais je n'ai pas le temps. Alors il y a un truc mais vous n'avez pas rencontré Armelle Heliot mais j'ai constaté quelque chose et d'ailleurs elle me dit que...en fait à un moment donné elle avait beaucoup moins de présence sur la culture, il y a une réorganisation et elle est revenue sur le quotidien en fait Armelle. À une époque elle faisait moins de papiers sur le quotidien c'est pour ça qu'elle en faisait plus sur le blog, maintenant qu'elle en refait sur le quotidien elle n'a plus trop le temps de s'occuper du blog. Donc le blog dans les journaux, c'est assez ambigu. On y trouve à la fois des gens qui sont des grandes signatures même à un moment donné ils sont partis à la retraite mais on a envie de les garder alors on leur donne un blog c'est le cas d'Annie Coterman c'est le cas d'autres. Il me semble qu'Odile Quirot qui ne fait pas beaucoup d'articles dans le *Nouvel Obs* elle complète avec le blog. ...[interruption serveuse]...Oui donc il me semble qu'Odile Quirot qui fait donc la chronique théâtre, comme on lui demande un petit peu des sujets disons transversaux avec des angles comme on fait dans les magazines et du coup la critique pure de théâtre souvent ça passe par son blog, donc c'est... là on retrouve la question des services cultures de réduction du nombre de pages, service culture donc qui se retrouve avec moins de possibilité de placer des papiers donc on trouve des biais par internet. Mais je pense que...Nous au *Echos* l'exemple c'est Thierry Gandillot qui fait le cinéma à Cannes, donc il y a deux ans il a tout fait sur le...il a fait quelques articles dans le journal mais pour vraiment tout chroniquer, il faisait tout sur son blog. Et l'an dernier il a recommencé, et à 50 visiteurs il s'est rendu compte qu'il n'était pas mis en valeur, et effectivement au retour les gens du web lui ont dit « ah bah oui mais c'est priorité au papier sur le web, donc les blogs sont un peu mis à l'écart » il était fou furieux et moi je lui ai dit Thierry je voulais te le dire avant que tu partes parce que moi j'ai bien eu l'impression que tu aurais pu garder le blog, et c'est ce qu'il a fait d'ailleurs et continue à faire maintenant pour faire des petites réflexions et raconter la vie de Cannes, mais en revanche les papiers, tes critiques il vaut mieux les faire sur papier parce que nous on est...les échos sont construits comme ça. Encore une fois on est dans un journal et maintenant dans un journal c'est autant le papier que le web, donc il faut qu'on suive, si on sent que les blogs sont devenus un peu des chemins de traverse par rapport au...par rapport aux lignes éditoriales c'est...on voit bien sur le web que nos papiers euh...les papiers que je fais sur le web maintenant sont avec photos, on les voit bien donc il vaut mieux prendre ce biais-là. C'est pour ça que le blog....

D.L : C'est d'avantage de libertés sur internet ?

Moi je pense que pour résumer à une époque le journaliste culturel, plus de place sur le papier donc fait des blogs et maintenant c'est plus ambigu donc c'est...en plus il y a des gens qui ont réussi, le problème d'Armelle c'est que les gens lui réclament le blog mais elle a plus le temps de le faire parce qu'on lui a redemandé...c'est ça le problème.

D.L : Le manque de temps, tout à 100km/h ?

Voilà donc

D.L : Le problème de l'amateur est de pouvoir cumuler plusieurs activités.

Ouais

D.L : En ce qui me concerne, j'ai fini mes questions mais si vous avez plus à partager comme vous avez vu un peu où je veux en venir, ou si j'ai oublié quelque chose dans l'interview ?

Non non. Encore une fois moi je ne suis pas spécialiste, il y a des gens dans la maison...moi je suis de la génération qui... (D.L : s'est mise à internet tardivement) Oui, pas trop tardivement dieu merci mais euh...donc du coup c'est vrai que le regard que j'ai sur le web...maintenant je passe ma vie sur les ordi.



---

## *Annexes 5 : Liste des personnes interrogées*

---

Interview de *Théâtre Coté Cœur* en date du 07/03/2014  
Interview de *Théâtrices* en date du 12/03/2014  
Interview de Philippe Chevilley en date du 10/04/2014  
Interview de *Marsupilamima* en date du 15/04/2014  
Interview de *Hier au Théâtre* en date du 15/04/2014  
Interview de *Plume Chocolat* en date du 24/04/2014  
Interview de *Coup de Théâtre* en date du 24/04/2014  
Interview de *Sur Les Planches* en date du 27/04/2014  
Interview de *Mes Illusions Comiques* en date du 28/04/2014  
Interview de *Mordue de Théâtre* en date du 01/05/2014  
Interview de Clémence Heroult / Athénée en date du 07/05/2014  
Interview de Le Tone / Athénée en date du 19/05/2014  
Interview de *United States Of Paris* en date du 18/08/2014  
Interview de *L'étoffe des Songes* du 20/08/2014  
Interview du Théâtre Saint Georges en date du 25/08/2014  
Interview du Théâtre Dunois en date du 26/05/2014  
Interview de Thom Trondel en date du 29/08/2014  
Interview de Daphnée de Gironde en date du 19/09/2014  
Interview de Marie Céline Nivière en date du 04/10/2014  
Interview de *Plastie & Cie* en date du 20/10/2014  
Interview de Laetitia Heurteau en date du 26/10/2014



---

## *Table des Matière*

---

|                                                                                                                                                  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Introduction.....                                                                                                                                | 7  |
| 1) Présentation et Justification du sujet .....                                                                                                  | 7  |
| 2) Définition du Sujet .....                                                                                                                     | 9  |
| 3) Le Centralisme et la prédominance Parisienne .....                                                                                            | 12 |
| 4) Une Recherche transversale : A travers la Communication digitale, les technologies de l'information et la Médiation Numérique Théâtrale ..... | 13 |
| 5) Problématique et structure du Mémoire .....                                                                                                   | 14 |
| Chapitre 1 : Les Blogueurs de Théâtre .....                                                                                                      | 17 |
| 1) Les Blogs de Théâtre à un seul rédacteur .....                                                                                                | 19 |
| A – Coup de Théâtre !.....                                                                                                                       | 19 |
| B Théâtrices.....                                                                                                                                | 21 |
| C – Mes Illusions Comiques .....                                                                                                                 | 22 |
| D – L'Etoffe Des Songes .....                                                                                                                    | 23 |
| E Marsupilamima .....                                                                                                                            | 24 |
| F – Mordue de Théâtre .....                                                                                                                      | 26 |
| G – Le Théâtre Côté Cœur .....                                                                                                                   | 28 |
| H – Hier au Théâtre .....                                                                                                                        | 31 |
| I - Gladscope .....                                                                                                                              | 32 |
| J – Fous De Théâtre .....                                                                                                                        | 33 |
| K – Sur Les Planches .....                                                                                                                       | 34 |
| L - Ma Boite a Spectacle.....                                                                                                                    | 35 |
| M – En Couloirs .....                                                                                                                            | 35 |
| N - Mon Coup De Théâtre .....                                                                                                                    | 37 |

|                                                      |    |
|------------------------------------------------------|----|
| 2) Les Blogs avec une section Théâtre/Spectacle..... | 38 |
| A) Les Blogs à un seul rédacteur.....                | 38 |
| A – Esprit Paillettes .....                          | 38 |
| B Plume Chocolat .....                               | 39 |
| C - Crises et Spectacles .....                       | 40 |
| D - Plastie et Cie .....                             | 41 |
| E – Critikator .....                                 | 44 |
| B) Les Blogs à plusieurs rédacteurs .....            | 45 |
| A – United States Of Paris.....                      | 45 |
| 3) Les Blogs affiliés à .....                        | 46 |
| A) Un Théâtre .....                                  | 46 |
| A - L’Athénée – Louis Jovet .....                    | 46 |
| B - Le Théâtre des Champs Élysées .....              | 48 |
| B) Un Journal .....                                  | 50 |
| A- Le Figaro.....                                    | 50 |
| B- - Le Monde .....                                  | 52 |
| C – L’express .....                                  | 54 |
| D- Le Nouvel Observateur .....                       | 55 |
| C) Une Billetterie en Ligne .....                    | 56 |

## Chapitre 2 : La Blogosphère Théâtrale – Fonctionnement d'un Net Système.....61

### 1) Les Motivations .....63

- A) Se Positionner en tant qu'expert – Partager son Savoir .....63
- B) Démontrer Une Compétence Technique .....65
- C) La Passion et Le Plaisir d'écrire.....66

### 2) La Constitution d'une Communauté .....67

- A) Indexation.....68
  - 1- Référencement .....68
  - 2- Sourcing et Hypertexte .....68
  - 3- Flux RSS.....69

### B) Les Interactions.....70

- 1- Via les Commentaires .....71
- 2- Via les réseaux sociaux .....72
- 3- Blogroll/Blogliste .....74
- 4- Contact .....76

### C) Les rencontres : De L'URL à l'IRL.....77

- 1- ApéroBlog .....78
- 2- - GladParty .....80

### 3) Les Limites.....84

- A) Maîtriser son image.....84

|                                                                                   |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1- La délicate question de l'E-Réputation .....                                   | 84  |
| 2- De l'Affluence à l'Influence .....                                             | 85  |
| 3- Les prix Blogueur .....                                                        | 88  |
| - Les Golden Blog Awards .....                                                    | 88  |
| - BlogMoiParis .....                                                              | 92  |
| - Tribway Trophée des Influenceurs .....                                          | 92  |
| <br>B) Les questions juridiques inhérentes au Web.....                            | 93  |
| 1- Constitution d'un blog : aspect juridique .....                                | 93  |
| 2- Le délicat problème du droit d'auteur sur Internet .....                       | 94  |
| <br>Chapitre 3 : Les relations complexes entre les blogs et les médias .....      | 99  |
| <br>1) Une présence des journalistes accrus sur le Web .....                      | 100 |
| A) La délicate équation du Journalisme et des réseaux sociaux .....               | 100 |
| B) Un échange avec ses lecteurs et un développement de l'audience numérique ..... | 101 |
| C) Les blogs des Journalistes .....                                               | 102 |
| <br>2) Combler un vide Journalistique .....                                       | 104 |
| A) Plus de Liberté .....                                                          | 104 |
| B) Plus d'espace .....                                                            | 105 |
| C) Plus de Contenu .....                                                          | 106 |

|                                                               |                                                                               |      |
|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|------|
| 3)                                                            | Sortir de l'opposition blogueurs vs journalistes .....                        | 108  |
|                                                               | A) Des Complémentarités .....                                                 | 108  |
|                                                               | B) Des Interactions.....                                                      | 110  |
|                                                               | C) Le Blogueur est-il un journaliste ? .....                                  | 111  |
| Chapitre 4 : De L'usage des blogs par les Professionnels..... |                                                                               | 115  |
| 1)                                                            | Des relations gérés par divers services .....                                 | 117  |
|                                                               | A) Chargé de Relations Publics et de Communication, Community Management..... | 117  |
|                                                               | B) Chargé de Relations Presses et/ou Attachée de Presse .....                 | 119  |
|                                                               | C) Comédiens, Metteurs en Scène, Compagnies, Auteurs, .....                   | 120  |
| 2)                                                            | Des Invitations à différents événements .....                                 | 122  |
|                                                               | A) LiveTweet et Présentation de saison .....                                  | 122  |
|                                                               | B) Compte Rendue de Pièce/spectacle .....                                     | 125  |
|                                                               | C) Rencontre Blogueurs/Acteur/Metteur en scène/ Auteur .....                  | 1139 |
|                                                               | D) Concours.....                                                              | 131  |
|                                                               | E) Visite Privée d'un Théâtre .....                                           | 131  |

|                     |                                                                                              |     |
|---------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 3)                  | Les raisons d'une relation avec les blogueurs .....                                          | 132 |
|                     | A) Une Communication peu coûteuse .....                                                      | 132 |
|                     | B) Une stratégie de conquête de nouveaux publics sur les réseaux sociaux....                 | 135 |
|                     | C) Un dretour sur leur travail pour les comédiens .....                                      | 137 |
|                     | D) Une augmentation de la visibilité Web .....                                               | 138 |
| Conclusion .....    |                                                                                              | 141 |
| Bibliographie ..... |                                                                                              | 145 |
| Annexes .....       |                                                                                              | 149 |
| -                   | Annexe 1 : Grille analytique des Blogs .....                                                 | 151 |
| -                   | Annexe 2 : Questionnaire Type à destination des Blogueurs .....                              | 153 |
| -                   | Annexe 3 : Questionnaire Type à destination des professionnels du monde du<br>Théâtres ..... | 157 |
| -                   | Annexe 4 : Retranscription de l'Interview de Philippe Chevilley .....                        | 159 |
| -                   | Annexe 5 : Liste de personnes interrogées .....                                              | 175 |

Ce document est sous licence *Creative Commons*

